



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja



**"La aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación:
Radio Marañón, ETV Telerama y revista Edu@news."**

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

AUTORA:

María Consuelo Petit de Herrera

DIRECTOR DE TESIS:

Lic. Claudia Rodríguez

CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA

2007

CERTIFICACIÓN

Lic. Claudia Rodríguez

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Sra. María Petit de Herrera, sobre el tema: “La aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación: Radio Marañón, el canal de Televisión ETV Telerama, y la revista Edu@news, 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.

20 de ENERO de 2007

Lic. Claudia Rodríguez

AUTORÍA

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

Quito, enero 2008.

F _____

María Consuelo Petit Herrera

172283912 - 1

CESIÓN DE DERECHOS

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

F _____

María Consuelo Petit Herrera

172283912 - 1

DEDICATORIA

La realización de este trabajo se la dedico a mi familia, la cual me da fuerza e inspiración para lograr mis objetivos

La Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco muy especialmente a todo el plantel de la Universidad Técnica particular de Loja, a la Directora de la tesis Licenciada Claudia Rodríguez quien aportó y ayudó de manera sustancial el desarrollo de la misma y a la Licenciada Diana Rivera por su oportuna información y colaboración en el seguimiento del presente trabajo.

La Autora

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| OBJETIVOS | 5 |
| RESUMEN | 6 |
| CAPITULO I | |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR | 8 |
| RADIO MARAÑÓN, EDU@NEWS Y ETV TELERAMA QUITO. | 8 |
| 1.1 LOS MEDIOS | 8 |
| 1.1.1 RADIO MARAÑÓN | 8 |
| 1.1.2 REVISTA EDU@NEWS | 9 |
| 1.1.3 ETV TELERAMA | 10 |
| 1.2 LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN | 12 |
| 1.2.1 RADIO MARAÑÓN. | 12 |
| 1.2.2 REVISTA EDU@NEWS | 13 |
| 1.2.3 ETV Telerama.- | 14 |
| 1.3 CRÍTICA SOBRE LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA | 15 |
| 1.3.1 Radio Marañón.- | 14 |
| 1.3.2 Edu@news.- | 16 |
| 1.3.3. ETV TELERAMA.- | 17 |
| CAPITULO II | |
| DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO | 20 |
| 2.1 LAS ENCUESTAS.- | 20 |
| 2.2. Análisis de Datos | 21 |
| 2.3. Diseño de Tablas Estadísticas | 21 |
| 2.4 Presentación de resultados | 22 |
| CAPÍTULO III | |
| ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS | 60 |
| 3.1 Supuesto Uno | 62 |
| 3.2 Supuesto Dos | 64 |
| 3.3 Supuesto Tres | 65 |
| CAPITULO IV | |
| ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO | 67 |
| 4.1.- El Código de Ética del Periodista Ecuatoriano | 67 |
| 4.2 Comparación de los resultados con lo más relevante del código ético del periodista. | 68 |
| 4.3 Análisis y argumentación sobre un acontecimiento sucedido en los medios de comunicación de la ciudad de Quito, y si se cumple lo que el Código dice a la letra. | 69 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| CAPITULO V | |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 71 |
| 5.1 CONCLUSIONES | 71 |
| 5.2 RECOMENDACIONES | 74 |
| ANEXOS | 78 |
| BIBLIOGRAFÍA | 95 |

INTRODUCCIÓN

La Universidad y el proceso de investigación que desarrolla en sus diversas carreras brindan una oportunidad única para el estudiante que desea capacitarse y obtener un título que luego le sirva para aplicar estos conocimientos a lo largo de su vida.

En este caso en particular hemos participado un buen grupo de egresados de la carrera de Comunicación Social en este proyecto auspiciado por la Universidad Técnica Particular de Loja que nos ha servido como un ejercicio práctico de nuestros conocimientos y que será aplicado luego en la práctica como una herramienta de mucha utilidad para poder medir, comparar, analizar y enmendar los resultados que esta arroje, en este caso es una contribución muy valiosa para la sociedad en su conjunto ya que ambos tendrán elementos reales objetivos para detectar y corregir las deficiencias que padecen.

Es repito una oportunidad interesante y que enriquece nuestros conocimientos y una aplicación de ellos para el bien de la sociedad en su conjunto.

La Ética.

La ética se define como la ciencia de los valores morales y su realización, mediante el comportamiento de los hombres. Por tanto, es una ciencia práctica porque se refiere a las acciones del hombre que son controladas por la voluntad y la razón.

Es también parte de la filosofía que trata de la moral, a su vez incluye una parte de los juicios morales que rigen a toda la humanidad, estos son el concepto del bien y del mal, es decir, se traduce como un juicio moral que existe en un consenso universal.

*“La palabra ética proviene de la palabra griega ethos, que equivale a costumbre, por tanto se refiere a las normas o costumbres de grupos determinados en las diferentes sociedades”.*¹ Hay sin embargo que destacar que la ética aplicada al periodista, al periodismo en general lleva un grado de obligatoriedad en su comportamiento y por ende en su trabajo porque está comprometido a decir la verdad y “debe” decir la verdad”, sin embargo todos los mortales están sujetos a una moral común.

Como se citó anteriormente la ética forma parte de la filosofía y es por ello que grandes filósofos de todos los tiempos han reflexionado sobre los fundamentos de esta ciencia como

¹ HERRAN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío, *Ética a para periodistas Grupo Editorial NORMA, Bogotá, 2005. p.22*

es el caso de Platón y de Aristóteles que es el verdadero fundador de esta disciplina filosófica, esto en referencia a la época Helénica y Romana, pasando luego por el sistema idealista de Hegel, por la de Kant que establece una ética formal y autónoma, el evolucionismo de Nietzsche, hasta llegar a nuestro siglo con Sastre y su análisis de la conducta humana desde el punto de vista existencial, y el análisis del lenguaje moral de Ayer y Stevenson

*“En resumen la ética es la reflexión individual o de grupo, como fenómeno social, es el consenso de todo el grupo que distingue lo bueno de lo malo”.*²

Aplicada a lo que concierne el presente trabajo, a la ética en la comunicación, la ética periodística, es en este campo dónde se ha producido un cambio en la sociedad actual en que la pérdida de valores es evidente, pérdida de credibilidad de las éticas impuestas por conceptos arcaicos o mandatos oficiales.

Por tanto, en lo que se refiere al periodismo en general, a las empresas, a los periodistas individualmente hablando a su trabajo, este debe estar normado por principios no por reglamentos, ni imposiciones.

En consecuencia la ética no se impone autoritariamente, se aplica libre y voluntariamente a partir de una convicción, de la manera de conducirse: la ética del periodista es la misma ética de la persona común pero es una obligación en cuanto a los deberes y obligaciones de verdad, de entrega que asume al informar y al crear una conciencia a la sociedad a la que pertenece.

Su actuación permanente ante la sociedad, conlleva una gran responsabilidad, debe de crear una imagen de creíble, responsable, honesto para que de confianza a la sociedad.

El mayor problema del periodista es su veracidad y su objetividad, que en ciertos casos se ve condicionada por causas externas presiones de los medios en los cuales labora y que de alguna manera lo obligan a cambiar su percepción de los hechos, la manipulación de grupos que exigen una comunicación sesgada, complaciente que defiende intereses personales, en estos casos solo quedan dos caminos, rechazar estas amenazas o traicionar sus principios.

El periodista está obligado a tener y practicar valores éticos más altos que los del resto de los ciudadanos por la naturaleza y responsabilidad de su profesión.

² *Diccionario Enciclopédico Éxito, MCMLXXIX_ EDICIONES OCÉANO ÉXITO; S.A; Barcelona España*
Pág.320

Para este trabajo que consiste en un análisis de la ética en los medios de comunicación en el Ecuador, es decir, la manera en que los medios conocen y aplica la ética en su diario desenvolvimiento, de que manera están comprometidos con el servicio a la sociedad, quienes son los que actúan con el fiel cumplimiento del código de ética y quienes no, se ha tomado contacto directamente con los Dueños, Directores y periodistas en general de cada uno de ellos a fin de establecer mediante el análisis de la programación y del contenido de esta quienes cumplen y quines incumplen con la misión de la comunicación que es decir la verdad y estar ceñidos a la ética a la hora de informar.

En este caso, los medios a analizar son Radio “Marañón”, ETV Telerama y la revista Edu@news.

El trabajo ha sido enfocado principalmente a establecer la calidad de la programación, la prioridad que dan a los espacios, el contenido de los mismos, si se aplican los códigos de ética que concierne a la profesión, detectar si hubiesen debilidades en este campo, tratar de analizar el comportamiento de los periodistas que conforman el equipo de cada medio y ver cual es el aporte a nivel de educación o cultura que brindan a la sociedad.

El trabajo consta de V capítulos en los cuales se desarrollan varios temas iniciando con la historia de cada medio, su ubicación, los motivos que llevaron a su creación, características de cada estilo periodístico y después de haber realizado entrevistas, encuestas y la comprobación de cada supuesto hasta llegar a una conclusión que sirva como un aporte tanto los dueños como para los que trabajan en los medios, como para la sociedad en su conjunto, que tengan una idea de cuál es el nivel de conocimiento y como se aplica la ética en los medios de comunicación en Ecuador.,

Este trabajo es a nivel nacional, están incluidos todos los medios que existen en el país a nivel de prensa escrita, radial y televisiva.

El contenido es muy serio y profesional desarrollado con datos verídicos para contrastar las diferentes opiniones que sobre el tema versan en la sociedad ecuatoriana.

Es un aporte a la comunidad de la Universidad Técnica Particular de Loja que con esta información verídica y profesional pretende dar a conocer que conocimiento sobre la ética aplicada al periodismo tienen las empresas analizadas y cómo se expresan en su trabajo diario.

Esperamos todos los que hemos intervenido en el desarrollo del presente trabajo haber entregado un aporte que sea de utilidad para mejorar o corregir lo que esté mal de acuerdo a los resultados que hemos obtenido.

OBJETIVOS

El desarrollo del presente trabajo tiene como objetivo principal detectar el conocimiento de la ética en los medios de comunicación ecuatorianos y a su vez comprobar si es que se respetan y se cumple con los artículos del Código de Ética que rige al desarrollo de la profesión.

También mediante el análisis de todos y cada uno de los medios existentes en Ecuador en la actualidad y los resultados obtenidos a lo largo del desarrollo del trabajo, utilizando las encuestas y el análisis minucioso de la emisión de los programas y de la prensa escrita, han arrojado un resultado que va a servir a los medios a constatar con la realidad lo que se cumple e incumple en el diario desarrollo del trabajo que realizan.

Es una importante contribución, en este caso de la Universidad Técnica Particular de Loja quién mediante esta iniciativa cumple con la sociedad en su conjunto detectando los problemas que atraviesan los medios de comunicación en la actualidad.

RESUMEN

Esta tesis se compone de cinco capítulos y ha sido sugerida por la Universidad Técnica de Loja con el fin de analizar la aplicación de la ética en los medios de comunicación en Ecuador.

A mí se me asignaron tres medios de la ciudad de Quito que son:

Radio "Marañón"

ETV Telerama

Revista Edu@news

En el primer capítulo que consta de cuatro puntos se trató de una breve reseña histórica de los tres medios asignados, luego de desarrollar el trabajo que realiza cada una de ellas y una crítica de la aplicabilidad de la ética que ellos realizan.

Además de analizar también el papel del comunicador en los medios, como es y cómo debería ser.

En el segundo capítulo que ya es el desarrollo del trabajo de investigación que realicé con los tres medios antes mencionados.

Para esto se desarrolló una encuesta entre un universo sugerido por la universidad de 52 personas de las cuales se hizo un análisis de datos de acuerdo al resultado de las respuestas obtenidas, el cuestionario fue también proporcionado por la Universidad, después se procedió a realizar un diseño de las tablas y se volcó en ellas el resultado estadístico obtenido de los datos de la investigación y por último se plasmó en los cuadros estadísticos que se encuentran impresos en la tesis.

En el capítulo 3 de acuerdo siempre a los datos de la encuesta que nos han dado los datos reales y objetivos para poder hacer nuestro análisis, procedimos al análisis de los supuestos, previamente a esto desarrollamos el concepto personal de ética y su aplicabilidad en los medios de comunicación que teníamos antes de realizar la presente investigación

Aquí desarrollamos tres supuestos:

En el primero se detalla como realizamos este trabajo con cada uno de los medios que nos fue asignados, es decir que grado de dificultades o de colaboración obtuvimos, cómo colaboraron en relación a respuestas, detalles y práctica de la ética dentro de sus empresas

En el supuesto 2 se resume y detalla como los principios de la ética son de conocimiento de los comunicadores, tanto de los periodistas, como los de los directores y propietarios de los medios, para esto nos apoyamos en las entrevistas anteriormente efectuadas.

En el supuesto 3 en que porcentaje los medios de comunicación en Ecuador trabajan efectivamente de acuerdo a los lineamientos de la ética

En el capítulo IV que es “El análisis de conceptos y código ético del periodista ecuatoriano” de realizó un resumen de los resultado de la investigación y entrevistas realizadas, contrastando los resultados obtenidos con el código ético del periodista del cual todos tenemos conocimiento, luego analizamos varios medios de comunicación con la finalidad de encontrar los que no cumplen con el código.

Capítulo V, llegamos a desarrollar de acuerdo a todo el trabajo anterior nuestras conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

ACERCAMIENTO A ALGUNOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR:

RADIO MARAÑÓN, EDU@NEWS Y ETV TELERAMA QUITO.

1.2 LOS MEDIOS

1.1.1 RADIO MARAÑÓN

La estación de Radio Marañón fue fundada el 22 de junio de 1.966, con la misión de servir al pueblo de Ecuador su lema es “la que le da la mano al pueblo”, su propietaria es la Sra. Ligia Mercedes Wilches Tacurt, emite su transmisión a través de las frecuencias: 11-20 AM en la ciudad de Quito y en 92.5 en FM en la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

En la ciudad de Quito la radio está ubicada en las calles Bolívar 359 y García Moreno (en el centro de la ciudad). En Santo Domingo de los Colorados en la Avenida Quevedo 405.

Su única propietaria es la Sra. Ligia Mercedes Wilches Tacourt quién fundó la radio primero en la ciudad de Quito y luego en la de Santo Domingo de los Colorados, en Quito cuentan con un grupo de cuatro periodistas, siendo la jefa de producción la Licenciada Sandra Yépez y los periodistas que realizan las funciones de locutores y entrevistadores, ellos son: Pablo Garcés y Patricio Delgado.

La radio tiene el nombre de “Marañón” en honor al río.

El propósito que los impulsó a crear la estación fue exclusivamente servir a la comunidad ecuatoriana, esta estación de radio es una pequeña empresa de radio difusión que cuenta más que nada con un gran deseo de servicio, ayuda principalmente a las personas de escasos recursos mediante programas de servicio público, avisos de compra venta de artículos en general e incorpora bolsa de trabajo.

Dentro de la programación hay también espacios deportivos, culturales, musicales y de noticias.

En lo musical dan gran cobertura a la música nacional y a los artistas desconocidos o en formación.

También se incluye un programa de orientación religiosa (evangélico) al cual le dan marcada importancia. La cobertura es local en la ciudad de Quito y regional a nivel de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados teniendo oficina en los dos lugares mencionados.

Es una radio con la cual un sector popular de la población se identifica, es por eso el lema de “la radio que te da la mano”.

En cuanto a publicidad es un tanto escasa y generalmente sus auspiciadores son médicos y abogados que se anuncian para dar servicio a la comunidad y curiosamente sus oficinas están ubicadas en el perímetro donde esta ubicada la estación.

En la programación diaria el programa que más cobertura tiene es el noticiero en sus tres horarios, seguido por el programa “Cuando los Hechos hablan” que es un programa al igual que el anterior que se realiza en vivo y en que se cuenta con la participación del público mediante llamadas telefónicas y que son invitados a dar su opinión de un tema establecido por el periodista.

Los periodistas que laboran en la radio tienen comprobada formación periodística.

PROGRAMACIÓN DIARIA

| | | |
|-------|-------|---|
| 5H30 | 6H00 | MÚSICA NACIONAL |
| 6H00 | 7H00 | NOTICIERO 6 AM. – 7 AM. |
| 7H00 | 8H00 | CANDO LOS HECHOS HABLAN (OPINIÓN POPULAR) |
| 8H30 | 10H00 | CLASIFICADOS POR RADIO |
| 10H00 | 10H15 | PROGRAMA NATURISTA |
| 10H45 | 11H30 | VARIEDAD MUSICAL |
| 10H45 | 11H30 | HERMANOS HANAN (PROGRAMA DE ORIENTACIÓN) |
| 1130 | 12H15 | MÚSICA VARIADA |
| 12H15 | 12H30 | PROGRAMA NATURISTA |
| 12H30 | 13H00 | EL POPULAR DEL MEDIO DIA (NOTICIERO) |
| 13H00 | 14H00 | PROGRAMA EVANGÉLICO |
| 14H00 | 16H00 | MÚSICA VARIADA |
| 16H00 | 18H00 | LA FARRA (MÚSICA NACIONAL – ARTISTAS INVITADOS) |
| 18H00 | 20H00 | PROGRAMA DE SALUD Y VIDA |
| 20H00 | | CIERRE DE PROGRAMACIÓN |

1.1.2 REVISTA EDU@NEWS

La revista Edu@news fue fundada en diciembre del 2001 con la finalidad de entregar a los medios ecuatorianos material de apoyo para actualizar y diversificar los procesos de enseñanza.

La revista pertenece a la Fundación FIDAL y AS Producciones y es liderada por Rosalía y Claudia Arteaga. Las oficinas en Quito están ubicadas en Manuela Sáenz 597 y Hernández de Girón. La cobertura de la revista es en la ciudad de Quito, Loja, Cuenca, Riobamba, Cañar, Guayaquil.

Esta conformada por su Presidenta Ejecutiva, Dra. Rosalía Arteaga, Directora General, Claudia Arteaga Serrano, conforman el Consejo Editorial: Francisco Jaramillo, Lucía Lemos, Arvelio García, Simón Zabala, Hernán Rodríguez, Eduardo Castro, Daniel López, Fausto Segovia y José Brito.

*“Se edita cada tres meses y su circulación es totalmente gratuita”.*³

*“Es una revista cultural con gran énfasis en el apoyo a la educación, tratando además temas como la migración, no violencia, desórdenes alimenticios”*⁴ etc.

1.1.3 ETV TELERAMA

ETV Telerama es una cadena televisiva cien por ciento ecuatoriana, tiene su matriz en la ciudad de Cuenca y sus empresarios son también cuencanos ellos son los que conforman el Grupo Eljuri.

Las oficinas en la ciudad de Quito están ubicadas en la Av. Orellana 962 y Almagro en el norte de la ciudad.

ETV Telerama es una canal de cobertura muy amplia abarcando con su señal todo territorio ecuatoriano mediante transmisiones en las frecuencias de VHF, UHF, TV CABLE, UNIVISA y al mundo entero mediante su página Web www.etvtelerama.com

Y al mundo entero a través de Ecuador Media On Line.

Llegando en el territorio nacional a las siguientes regiones; Loja, El Oro, Azuay, Cañar, Chimborazo, Los Ríos, Cotopaxi, Manabí, Pichincha, Carchi, Imbabura, Esmeraldas, Tungurahua.

Habiendo recibido innumerables reconocimientos, tanto a nivel nacional como Internacional y de la ciudadanía en general, como diplomas, preseas etc.

³ Revista EduNews Año5, No: 22-2007 p 4

⁴ ARTEAGA, Rosalía. EDU@NEWS AÑO V NÚMERO 22. 2007.

Su creación fue inspirada en tener un canal cultural, es por ese motivo que en su programación se da un gran enfoque a los programas culturales, de noticias, de enseñanza, entrevistas de actualidad política, sucesos a nivel nacional y del mundo, programas de entretenimiento, de modas, de cocina, deportes, estelares, juveniles,

La programación está orientada principalmente al quehacer cultural, siendo el primer canal de cultura del Ecuador.

Se fundó en noviembre de 1993, en noviembre del año 1997 abrió sus estudios en Guayaquil y en julio del 2000 en Quito.

En la ciudad de Quito están ubicados en La Avenida y cuentan con unas 30 personas permanentes en sus oficinas, tanto personal administrativo como periodístico.

Esta cadena de televisión, se transmite a nivel nacional llegando a cubrir casi todo el territorio nacional.

Programación para el jueves

| | |
|-------|----------------------------------|
| 05:00 | <u>Sin Límite</u> |
| 05:30 | <u>Ecuador Agropecuario</u> |
| 06:00 | <u>Catherine 100%</u> |
| 06:30 | CNN en Español |
| 07:00 | <u>Contextos Primera Emisión</u> |
| 08:00 | <u>Perfiles</u> |
| 08:30 | k.o. en Español |
| 09:00 | <u>N´Boga</u> |
| 09:30 | <u>De Mujer a Mujer</u> |
| 10:30 | <u>Cocinando con Amor</u> |
| 11:00 | Aprendamos |
| 11:30 | Tventas |
| 12:00 | Barney y sus amigos |
| 12:45 | <u>Noticiero Cuenca al Día</u> |
| 13:30 | <u>N´Boga</u> |
| 14:00 | <u>De Mujer a Mujer</u> |
| 15:00 | <u>Catherine 100%</u> |
| 15:30 | <u>Tv Clip´s</u> |
| 16:30 | Samurai Cibernético |
| 17:00 | Series Infantiles |
| 17:30 | Ferdy |
| 18:00 | Barney y sus amigos |
| 18:30 | Tiko Tiko |
| 19:00 | <u>Contextos Tercera Emisión</u> |
| 20:00 | CNN en Español |
| 20:30 | <u>Competencia</u> |

| | |
|-------|----------------------------|
| 21:00 | <u>N´Boga</u> |
| 21:30 | La Agencia |
| 22:00 | <u>Documentales BBC</u> |
| 22:30 | <u>Perfiles</u> |
| 23:00 | <u>Noticiero Contextos</u> |
| 00:00 | <u>N´Boga</u> |
| 00:30 | Documentales ETV Telerama |
| 01:00 | <u>Tv Clip´s</u> |

FUENTE: Página Web de ETV Telerama

ELABORACIÓN: La Autora

1.2 LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN

1.2.1 RADIO MARAÑÓN.

Radio Marañón tiene una programación enfocada principalmente en la noticia y la entrevista, dándole especial cobertura a la opinión popular, cultura y música, siendo el 80% de la programación en vivo.

Se enfocan principalmente en programas de noticias y entrevistas en las que se destacan los temas políticos y de actualidad, dando también cobertura a la opinión popular, a la cultura y a la música, vale la pena mencionar que el 80% de la programación es en vivo.

Dentro de su programación diaria que en la ciudad de Quito se inicia a las 5H30 y concluye a las 20H00, se destacan dos noticieros de una hora de duración, espacios de entrevistas de opinión, avisos clasificados de servicio a la ciudadanía que incluyen ventas, bolsa de trabajo etc.

La programación de Radio Marañón la cual se realiza de 5H30 a 20H00, lo que más se destaca son los noticieros, estos cubren los horarios de 6H00 a 7H00 y, le sigue “Cuando los hechos hablan” de 7H00 a 8H30 es de opinión popular, también en vivo, con la participación de público en general.

Noticiero “El popular del medio día” que se transmite en el horario de 12H30 a 13H00. También hay un espacio denominado “Clasificados por radio” que se transmite de 8H30 a 10H00 (este es un programa de servicio a la comunidad).

Hay un programa en el horario de la 18H00 a 20H00 “Programa de salud y vida” que también es en vivo, que es un consultorio radial en el que se trata de enfermedades y problemas generales de salud y en el cual se recomiendan tratamientos y consejos con medicina natural, por supuesto es en vivo.

1.2.2 REVISTA EDU@NEWS

La revista Edu@news se edita trimestralmente, teniendo a la fecha 22 ejemplares en circulación cuya distribución se realiza de forma gratuita, se distribuye en las ciudades de Quito, Guayaquil, Riobamba, Provincia del Carchi, Cuenca y Loja.

Los temas en que está enfocada principalmente la revista son entre otros: los de apoyo a la educación relacionados con el devenir nacional e internacional, desórdenes alimenticios, no violencia, migración, elecciones, revolución de los lenguajes, etc.

La revista está estructurada en base a artículos de variada temática, no guarda un orden en su publicación, generalmente son artículos de colaboradores que destacan temas de interés, de actualidad como por ejemplo uno de “Desórdenes alimenticios” que es de mucha actualidad firmado por Moisés Arteaga Lozano, Médico Pediatra, continúan en el mismo tema uno de Julián Vaca, otro Médico, y uno de Anorexia y Bulimia de la Psicóloga María Teresa Benítez

Otro de la gastronomía en Ecuador, (se incluyen ⁵recetas de algunos platos típicos), resaltando la cultura culinaria, otro sobre la emigración y sus consecuencias.

Estas colaboraciones son aportes gratuitos de sus autores que lo hacen como una contribución más a la revista que es una edición sin fines de lucro.

Se solicita la colaboración de personas conocidas en el medio, especialistas en temas de interés para la comunidad y se editan tal cual se reciben con previa revisión de la presidencia y Dirección de la revista.

Esta revista que tiene como ya se ha mencionado circulación trimestral y enteramente gratuita, (para conseguirla hay que acercarse a las oficinas que tienen en la ciudad de Quito), tiene el apoyo de la Fundación Fidal y de As Producciones, además de algunos auspiciantes que anuncian sus productos como por ejemplo UMBRAL que es un analgésico del laboratorio INTERPHARM, HIDALGO e HIDALGO Constructores,

⁵ Revista Edu@news , Año 5, No. 22, pp :de la 7 a la 11

Aldeas Infantiles SOS de Ecuador, esto es el caso de la edición número 22 del 2007 que comprende a los meses de junio, junio y agosto del 2007.

Teniendo a la fecha cinco años de circulación.

1.2.3 ETV Telerama.-

ETV Telerama cubre con su señal todo el territorio ecuatoriano.

El horario de su programación inicia desde las 05H00 a la 01H00, destacándose los noticieros que cubren un importante porcentaje de la programación total, la primera emisión de Noticiero es de CNN en español de 06H30 a 7H00, seguido de “Contextos Primera emisión” que es de 07H00 a 08H00, de 08H30 a 09H00 nuevamente está CNN en Español, de 12H45 a 13H30 está “Cuenca al día”, luego de 19H00 a 20H00 la segunda emisión de noticieros “Contextos”, de 21H30 a 22H30 “La Prensa Nacional” y de 23H00 a 00H00 la tercera emisión de noticiero “Contextos” esto en lo que se refiere a Noticieros

De programas culturales y educativos hay los siguientes: de 5H30 a 6H00 “Ecuador Agropecuario”, de 8H00 a 8H30 “Perfiles” dónde siempre hay un invitado.

Se reprisa de 22H30 a 23H00 y “Documentales ETV Telerama se transmite de 00H30 01H00 a 01H00.

En la programación de lunes a domingo, en general los programas de noticieros y entrevistas se realizan en vivo. La propaganda que se difunde es muy escasa, se trata de empresas que son parte del Grupo de los accionistas o dueños del Canal como “las Fragancias”, TV Cable, algunas otras como Yanbal, y muchos espacios de propaganda política a propósito de las elecciones para la Asamblea Constituyente.

También hay espacios de entrevistas a los candidatos de la misma que dan a conocer sus posiciones y tendencias., también se incluyen alguno que otro programa como “Barney” (infantil) , documentales culturales y científicos, programas de aeróbicos “Catherine 10%”, de cocina “Cocinando con amor”, Vídeos Clip que va al cierre de la programación, “N´Boga” (programa de farándula), en vivo.

Dentro de la programación, la producción de los programas se realiza indistintamente en las tres ciudades, lo mismo sucede con los noticieros, teniendo la sede principal de la redacción en la ciudad de Guayaquil y luego Cuenca , como es el caso de los

noticieros teniendo la señal de forma simultánea y la participación de locutores y entrevistadores y entrevistados en ellos, esto en lo que se refiere a los noticieros y programas culturales, políticos y de interés público y de las entrevistas (en vivo).

La edición de los noticieros se desarrolla desde la sede principal que es la ciudad de Guayaquil, en colaboración con reporteros y periodistas que colaboran desde las ciudades de Quito y Cuenca según sea el caso.

Le dan una gran cobertura a los deportes, destacando la intervención de comentaristas de football, tenis, etc., en algunos casos se incluye la transmisión de estos en vivo y en directo.

1.3 CRÍTICA SOBRE LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA

1.3.1 Radio Marañón.-

En la entrevista efectuada con la Licenciada Sandra Yépez que es la Directora de la emisora Radio Marañón se destaca que tanto ella como el periodista del medio declaran que sí conocen el código de ética y que siempre se ha aplicado en cuanto a la línea de la radio y de las opiniones que allí se emiten, sin embargo no ha habido explícitamente una capacitación acerca de la ética pero que se ha seguido siempre la línea de valores con los que están comprometidos en lo que al ejercicio del periodismo se refiere.

En relación análisis realizado a través de los programas que se transmiten en la radio se deduce que se trata de una pequeña estación que tiene mucha mística en el sentido de orientación religiosa, a la cual dedican un espacio diario, lo mismo que con esfuerzo y paciencia se establece contacto con la comunidad, con los sectores más humildes y se les brinda apoyo para vender sus pertenencias y hasta a obtener trabajo mediante un contacto directo.

No se puede en una entrevista, ni tampoco a través de la programación determinar categóricamente que este medio de comunicación aplique el código de ética en su trabajo diario pero si se percibe que son gente honrada que tiene buena voluntad y con gran sentido social.

Reconocen que la ética en los medios de comunicación en general en el Ecuador no se la tiene como norma en los diferentes medios y que eso se traduce en los

acontecimientos mas resaltantes, principalmente en los que a política y justicia se refiere, que hace falta las confrontación de todos los recursos lícitos para llegar a consensos, dejar de lado intereses personales y mezquinos, familiares o de grupo.

Esto declara La Directora y también se suman a los mismos conceptos los dos periodistas que intervinieron en la reunión, además de habló de que hay constantes reuniones y conversaciones en donde se imparten los conceptos de verdad, moral y buen comportamiento que son los valores de cómo se debe conducir un periodista.

Agregan que efectivamente la ética en Ecuador está en riesgo porque no existe una formación en valores que debe de comenzar desde la escuela, que debe de ser inculcada desde los inicios de la educación básica en la que tiene una gran responsabilidad el Gobierno como educador y gestor de procesos de cambio.

1.3.2 Edu@news.-

La entrevista con la Dra. Rosalía Arteaga Presidenta Ejecutiva de la revista Edu@news se destaca el interés y la preocupación acerca del código de ética y se reconoce que sí se aplica en cuanto a la responsabilidad de las opiniones que allí se transmiten, siendo una revista educativa que van dirigidas hacia un público objetivo que así lo reconoce.

No hay un código de ética escrito, si no que se procede en conversaciones respecto a los objetivos que todos los que conforman la revista tienen a la hora de producirla.

No se ha presentado ningún problema ético pero que el grupo que conforma la revista está preparado para solucionarlos si llegara el caso, porque aunque no existe un programa permanente de ética aplicada al personal hay que resaltar que quienes forman el grupo de colaboradores son comunicadores, personas con mucha formación en valores.

Reconoce que la ética está es riesgo y coincide con todos los demás entrevistados en que los valores hay que inculcarlos desde temprana edad.

Estas declaraciones coinciden ampliamente con lo que a la responsabilidad de estar en la Presidencia o en la Dirección de un medio de comunicación debe de desarrollar un periodista que se precie de serlo.

1.3.3. ETV TELERAMA.-

El análisis que se ha realizado de la programación de este canal, esta se desarrolla enfocando principalmente la difusión de noticias y acontecimientos culturales, deportivos y políticos.

Se ha analizado el contenido de la programación y de acuerdo a esto es un Canal que le da prioridad a los temas de investigación e información, incluyendo también temas culturales en gran porcentaje además incorpora programas que muestra los vicios y problemas de conducta con un enfoque religioso, como es caso de "Vida dura"

Es un canal que no tiene fines de lucro, es decir que su principal interés no es el comercial, esto se deduce por la poca propaganda que incluye dentro de su programación habitual, a esta conclusión se llega porque se trata de un canal creado por una empresa familiar a la cual le interesa más que la parte del rédito económico tener presencia dentro de la televisión ecuatoriana.

Buscando entonces más que nada difusión de enfoque cultural, deportivo y político.

Esto se entiende por el poder económico del que goza el Grupo de los propietarios de esta estación de televisión El Grupo Eljuri, cuya intención en este canal no es exclusivamente la económica.

De lo observado en la programación es difícil hacer comentarios y sacar conclusiones sobre si cumple con el código de ética, la mayoría de los entrevistados declaran conocer este, más todos sin excepción coinciden en que no han tenido ningún problema relacionado con demandas u observaciones de que no se han ceñido a su aplicabilidad.

En el caso de ETV Telerama, su producción televisiva así lo indica, sus programas de entrevistas en las cuales se trata de tema muy diversos, cumplen con la pluralidad de la información y además dan cobertura a todas las tendencias económicas y políticas del medio, sin influir directamente en las respuestas de los entrevistados y siguiendo una línea de conducta en lo que se refiere a las opiniones personales que el canal vierte dentro de su programación.

Sabemos que en el código de ética se establece la libertad de expresión, de información y de opinión, por tanto el periodista profesional debe de cumplir en este

contexto un rol esencial, debe de ser leal con los principios de su comunidad y la de su familia , así como tiene derechos y garantías, debe respetar la vida privada de los demás, y la integridad moral de las personas, es por lo tanto una delicada tarea del periodista, exige de él una conducta intachable que le de valor precisamente a su autoridad para informar.

.Desde hace mucho tiempo el tema de la ética ocupa un lugar central en casi todos los quehaceres del ser humano, en el tema que tratamos que es el relacionado al comunicador obedece a una preocupación aún mayor, tanto por el gran “poder” que tiene por la cantidad de personas a las que llega, como a la responsabilidad que como “comunicador” tiene por los contenidos que expresa.

Es entonces como la presencia de la ética aparece como lo que realmente es, una especie de salvación para evitar desenfrenos.

Desde otro punto de vista la ética se ha convertido en una acompañante, que molesta a muchos, por eso es que hay que resaltar que cada generación humana o asume los desafíos del momento o los traiciona.

En un medio como el de Ecuador en que algunos periodistas incurren en una serie de ligerezas tales como sensacionalismo, medias verdades, favoritismo, parcialidad manifiesta, amiguismo, sin lugar a dudas los códigos de ética son necesarios y más aún la honestidad del trabajo realizado por los periodistas con apego a ciertos valores y principios incluyendo la necesidad de saber de lo que se está hablando.

Partamos de la pregunta si es que el periodismo es un negocio, una profesión o un oficio, desde que el mercado impone sus leyes, periodista puede ser cualquier persona que sea “amiga” de un medio, o bien una reina de belleza, dejando de lado a todos aquellos que están formados profesionalmente y no solo por el título universitario sino en una conducta formada en valores.

El comportamiento y papel de los comunicadores debe de ser veraz, ético en todo el sentido de la acepción de la palabra, esto obliga a dejar de lado, amiguismos, compromisos, política e informar con honestidad y enfrentar los problemas relacionados con el trabajo con valentía no callar, vencer el miedo.

Esta es una profesión de alto riesgo, como tal se necesita personas valientes, honestas, comprometidas con la sociedad, con el desarrollo, con la educación, con la

cultura, con la salud y aportar con conocimiento a que su ciudad, su país y las personas que lo conforman tengan confianza en ellos, los vean como intermediarios con el fin de acabar con la corrupción, con las diferencias, con la inequidad, con el abuso, y ser parte y artífices de ese cambio tan necesario en nuestro país.

CAPITULO II

“DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO”

2.1 LAS ENCUESTAS.-

Para la realización de este capítulo desarrollé una profunda investigación de la cantidad de personas que iba a entrevistar y seleccioné por edades y también por profesiones u oficios a una muestra representativa de los sectores socio económicos diversos a fin de tener un resultado plural y real del tema tratado.

Las herramientas que utilicé fueron las más prácticas en estos casos de encuestas directas, me presentaba solicitando la colaboración de los entrevistados argumentando que la participación de ellos era muy importante para el trabajo que estaba realizando puesto que iban a contribuir con sus respuestas a mejorar la calidad de información y que nuestra misión era la de tener ahora y en el futuro unos medios de comunicación más honestos y comprometidos con la sociedad.

Fue un trabajo arduo y complejo pero me dio la satisfacción de transmitir lo que la gente prefiere y en lo que no está de acuerdo con la televisión, la radio y la prensa escrita en el país.

Utilicé una encuesta de 26 preguntas que incluían los puntos que más queríamos resaltar de la percepción, preferencia y rechazo de que gozan los medios.

Es necesaria la aplicación de la encuesta y este tipo de preguntas que arrojan el resultado al que queríamos llegar, es decir que la opinión sea un reflejo de la realidad que perciben los usuarios de los medios, directamente y con expresadas de forma libre.

Introducción.

La encuesta consiste en una investigación realizada sobre una muestra, en este caso de un número representativo de personas de un colectivo más amplio, con el fin de lograr mediciones sobre diversas características, comportamientos objetivos y subjetivos de la población a través de preguntas puntuales.

En este caso concreto, con un universo de NN personas (población de su cantón), se escogió una muestra de cincuenta y dos personas utilizando el dato referencial proporcionado por la UTPL en el cálculo de muestras para las diferentes ciudades del Ecuador donde se realiza la investigación.

De igual manera el cuestionario de la encuesta fue elaborado por la Escuela de Comunicación Social de la UTPL.

La encuesta se realizó por muestreo, es decir que se escogió una parte de la población que se estimó a juicio personal, que es representativa de entre la población total.

2.2. Análisis de Datos

Para el análisis de Datos se procedió de la siguiente forma:

1. Se numeró las encuestas.
2. Se dio un código a cada ítem de todas las preguntas, con numerales: 1, 2, 3 hasta 6 en algunos casos, según el número de opciones que tenía la pregunta, con la finalidad de buscar la frecuencia.

Ejemplo: EDAD

| Código | | Porcentaje | |
|--------|--------------|--------------|-----------|
| 1 | 20 a 30 años | 1 | 30 |
| 2 | 31 a 40 años | 2 | 17 |
| 3 | 41 a 50 años | 3 | 5 |
| | | Total | 52 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Posteriormente se ingreso los códigos de las respuestas para su tabulación

2.3. Diseño de Tablas Estadísticas

Para el Diseño de las Tablas Estadísticas se procedió de la siguiente forma:

1. Se elaboró la Base de Datos en Microsoft Office Excel 2003
2. Se creó tres hojas de cálculo: Tabulación, Código de Tabulación y Resultados
3. La hoja Tabulación nos permitió el ingreso de las respuestas de los encuestados, utilizando los códigos antes mencionados.
4. En la hoja código de tabulación nos permite el cálculo de la frecuencia de cada pregunta.
- 5.- En la hoja de resultados se elaboró el cuadro siguiente que determina la cantidad de encuestados con el rango de edades y el resultado porcentual.

Ejemplo: EDAD

| Código | | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|--------------|----------|------------|
| 1 | 20 a 30 años | 30 | 55,69 |
| 2 | 31 a 40 años | 17 | 32,69 |
| 3 | 41 a 50 años | 5 | 9,62 |
| TOTAL | | 52 | 100.00 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

6. Se elaboró el gráfico estadístico siguiendo el asistente para gráficos utilizando las opciones con su respectivo porcentaje.

2.4 Presentación de resultados

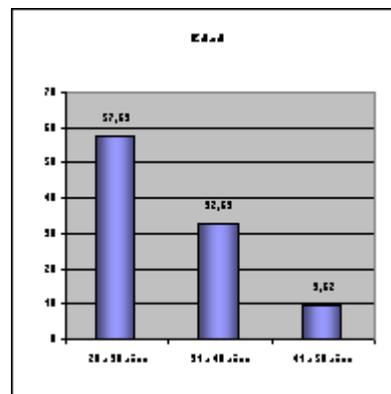
A. Información General

CUADRO 1: Edad

| | | Cantidad | Porcentaje |
|-------|--------------|----------|------------|
| Valid | 20 a 30 años | 30 | 57,69 |
| | 31 a 40 años | 17 | 32,69 |
| | 41 a 50 años | 5 | 9,62 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Edad



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

En este cuadro se aprecia la población con la que se realizó el trabajo de la presente encuesta el rango de las edades se respetó de acuerdo a lo solicitado.

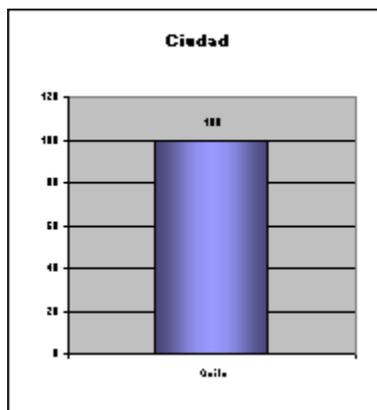
La selección de la muestra se hizo de forma aleatoria, teniendo en cuenta además de las edades, el grado de instrucción y las posibilidades de llegar a las personas, teniendo en cuenta que la mayoría de los encuestados no están familiarizados con el tema, además de seleccionarlos teniendo en cuenta la colaboración y disposición para realizarla.

Las edades se seleccionaron de acuerdo a las posibilidades de obtener respuestas originales y de diferentes tendencias, así se pudo comprobar que en el rango de menor a mayor se nota que los encuestados son tienen más apertura y son más positivos en sus apreciaciones y esto va declinando conforme se aumenta la edad.

Por tal motivo la muestra no es proporcional en cantidades a cada uno de los grupos y edades.

Lo que se pretende es determinar lo que opina la gente acerca del tema tratado, haciéndolo de una manera directa.

CIUDAD



Fuente: Encuesta directa

Elaboración: La autora

La encuesta se realizó solo en la ciudad de Quito, por lo tanto en el cuadro podemos apreciar un porcentaje total de los encuestados que equivale a las 52 personas encuestadas

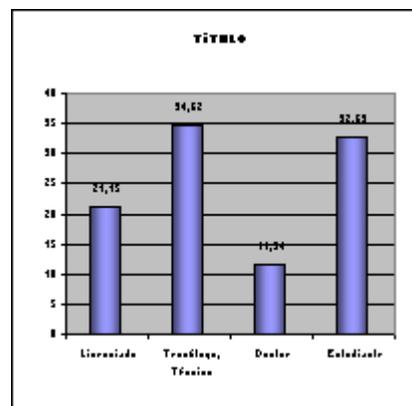
Este conjunto de personas son representativas del pensamiento de estudiantes y de profesionales que han vivido las experiencias de los medios de comunicación y están como tales autorizados para opinar sobre su desenvolvimiento.

Título

| | | Frequency | Percent |
|-------|--------------------|-----------|---------|
| Valid | Licenciado | 11 | 21,15 |
| | Tecnólogo, Técnico | 18 | 34,62 |
| | Doctor | 6 | 11,54 |
| | Estudiante | 17 | 32,69 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Título



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Aquí apreciamos que las personas a las que se les realizó la encuesta tienen, además de edades diferentes, tienen diversas profesiones y títulos que han sido agrupados en licenciados, tecnólogos, doctores, estudiantes, técnicos, amas de casa, enfermeras y periodistas.

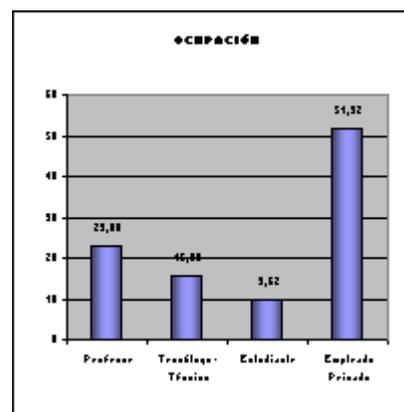
Se determinó esta muestra de manera aleatoria y considerando que el tema a tratar requiere de un nivel de personas que tengan una instrucción superior.

CUADRO 001: OCUPACIÓN

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|
| Valid | Profesor | 12 | 23,08 |
| | Tecnólogo - Técnico | 8 | 15,38 |
| | Estudiante | 5 | 9,62 |
| | Empleado Privado | 27 | 51,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

OCUPACIÓN



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

De acuerdo a la agrupación que se hizo en el cuadro anterior en el que se conoció los títulos que tienen los encuestados, se determina que no todos ellos ejercen la profesión que poseen, es por este motivo los porcentajes han variado respecto al cuadro anterior.

Vemos en el cuadro anterior que el mayor porcentaje de los encuestados estaba ocupado por los estudiantes ahora ha pasado a ocuparlo los empleados privados, el motivo es que la mayoría de los estudiantes, ya sea de colegio o universidad ocupan diversos empleos en la en la administración privada.

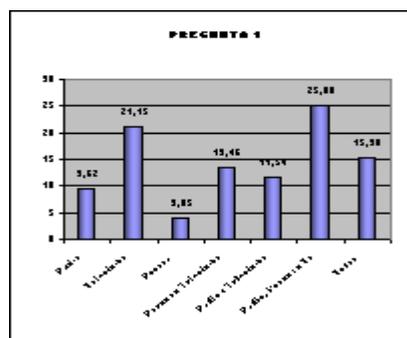
2.4.1 ¿Qué medios de comunicación sintoniza o escucha usted?

CUADRO 002: MEDIOS MÁS SINTONIZADOS

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| Valid | Radio | 5 | 9,62 |
| | Televisión | 11 | 21,15 |
| | Prensa | 2 | 3,85 |
| | Prensa y Televisión | 7 | 13,46 |
| | Radio y Televisión | 6 | 11,54 |
| | Radio, Prensa y Tv | 13 | 25,00 |
| | Todos | 8 | 15,38 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

MEDIOS MÁS SINTONIZADOS



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

En este cuadro se aprecia que la mayoría de la población encuestada prefiere la televisión como medio de comunicación, combinándolo también con la prensa y la radio, manifiestan entre las razones de preferencia la facilidad de llegar a las noticias, al entretenimiento y la manera como entra en sus vidas sin que ellos tengan que hacer el más mínimo esfuerzo, en segundo lugar las preferencias están entre la radio y la prensa y en tercer lugar la prensa como único medio de preferencia.

Con gran asombro se constata que en Quito la prensa escrita no tiene muchos seguidores, se comenta que es por la falta de tiempo para su lectura, por el costo de los periódicos y en muchos de los casos no hay hábito de la lectura en los hogares.

La televisión es por tanto el vehículo de comunicación más agresivo, más económico y más peligroso en ciertos casos.

El segundo lugar de preferencia lo ocupa el grupo que prefiere radio, prensa y TV combinados, esto se deduce por las diferentes actividades de la población que en determinados horarios oyen radio y otros leen los diarios, no solo es el horario sino las costumbres e inclinaciones que juegan un papel importante a la hora de la selección

PRENSA

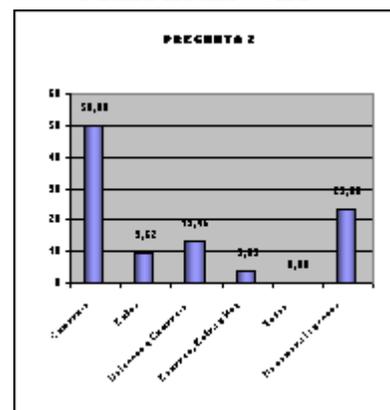
2.4.2 En el caso de periódico, ¿Cuál lee y compra?

CUADRO 003: LOS MEDIOS DE MAYOR PREFERENCIA

| | | Frequency | Percent |
|-------|----------------------|-----------|---------|
| Valid | Comercio | 26 | 50,00 |
| | Extra | 5 | 9,62 |
| | Universo y Comercio | 7 | 13,46 |
| | Expreso, Extra y Hoy | 2 | 3,85 |
| | Todos | 0 | 0,00 |
| | No compra la prensa | 12 | 23,08 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

LOS MEDIOS DE MAYOR PREFERENCIA



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Abrumadoramente el diario de más lectura es "El Comercio" con un 50% y otro dato que asombra y corrobora las declaraciones de los encuestados en la pregunta anterior es que la gente no tiene el hábito de leer, esto en relación que hay casi un cuarto de la población que no compra prensa escrita o que simplemente no le interesa.

En mínima proporción se constata que los diarios Expreso, Extra y Hoy tienen pocos lectores.

"El Comercio" es el diario más leído, más consultado y de más confiabilidad, este espacio se lo han ganado porque a lo largo de más de 100 años de permanencia en la capital es un diario serio que ha demostrado veracidad y que ha aportado a la cultura de la población. Esto se debe principalmente a que como es un diario de Quito, tiene mucho contenido en noticias y actividades propias de la ciudad, este es un motivo de preferencia, lo mismo sucede en el caso de "El Universo" de Guayaquil.

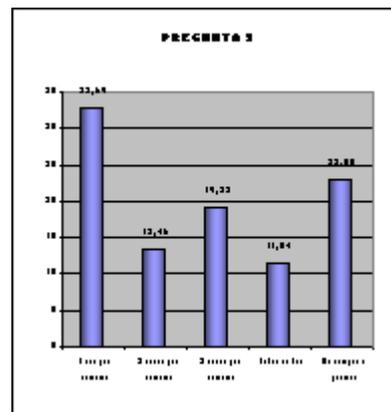
2.4.3 Tomando en cuenta la respuesta anterior. ¿Con qué frecuencia compra el periódico?

CUADRO 004: Frecuencia de compra

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|
| Valid | 1 vez por semana | 17 | 32,69 |
| | 2 veces por semana | 7 | 13,46 |
| | 3 veces por semana | 10 | 19,23 |
| | todos los días | 6 | 11,54 |
| | No compra la prensa | 12 | 23,08 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Aquí se aprecia que la mayoría de la población encuestada tiene el hábito de comprar el diario solo una vez por semana y por lo general el día domingo por los avisos clasificados y en otros por el interés del resumen semanal o por los suplementos que incorpora en ese día.

Se mantiene el porcentaje de casi la cuarta parte de la población que no lo lee nunca.

En proporciones menores pero no por eso menos importantes para el presente análisis, se aprecia que le sigue proporcionalmente con casi un cuarto del total de los encuestados los que no compran nunca la prensa, luego los que compran tres veces por semana, los que lo hacen dos veces y por último los que lo hacen todos los días en los que se encuentran las oficinas y demás dependencias del Estado.

Con estas cifras se deduce que la prensa no representa el medio más atractivo para los quiteños y que además es difícil adquirirla, el más importante de los motivos es el económico y luego le sigue el de la distribución, siendo limitado los lugares en que se vende en forma directa y se le suma la limitación que los matutinos solo circulan hasta las 12 del medio día y los vespertinos hasta las siete de la noche. (esto es en relación a la compra del diario de manera directa y la poca facilidad de kioscos y "voceadores" que circulan en la capital), a excepción del centro de la ciudad y la manera de garantizar recibirla diariamente es mediante las suscripciones.

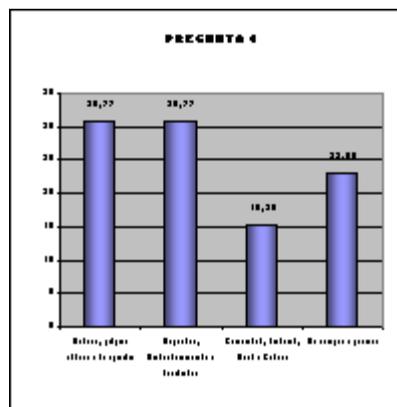
2.4.4 ¿Qué parte del periódico consulta?

CUADRO 005: SECCIONES PREFERIDAS

| | | Frequency | Percent |
|-------|---|-----------|---------|
| Valid | Noticias, página editorial y de opinión | 16 | 30,77 |
| | Deportes, Entretenimiento y farándula | 16 | 30,77 |
| | Comunidad, Infantil, Salud y Cultura | 8 | 15,38 |
| | No compra la prensa | 12 | 23,08 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

SECCIONES PREFERIDAS



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

De este modo podemos apreciar que el lector prefiere en un 30,77 % la opción que corresponde al grupo conformado por la página de deportes, entretenimiento y farándula, que tiene el mismo porcentaje de 30,77 que el grupo de noticias, página editorial y de opinión.

Luego, sigue en orden de prioridades la página de comunidad, infantil y cultura y se cierra el círculo de la totalidad de encuestados con el mismo porcentaje que mantienen los que no compran ningún periódico.

Hay también muchos casos de periódicos sensacionalistas que tienen acogida en sectores de la población que siempre están buscando los temas de la crónica roja, este es el caso de los vespertinos "El Súper" y "Extra", pero que ocupan un mínimo de porcentaje.

De esto se deduce que es mínima la diferencia de estas dos tendencias, prevaleciendo siempre una población muy interesada en las noticias, en estar bien informado, en lo que corresponde al día a día político y económico del país.

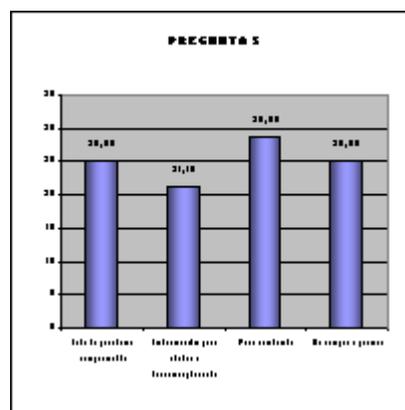
2.4.5. ¿Qué le desagrada de los medios escritos?

CUADRO 006: LO QUE NO SE ACEPTA EN LOS MEDIOS ESCRITOS.

| | | Frequency | Percent |
|-------|--|-----------|---------|
| Valid | Falta de periodismo comprometido | 13 | 25,00 |
| | Información poco objetiva y desconceptualizada | 11 | 21,15 |
| | Poco contenido | 15 | 28,85 |
| | No compra la prensa | 13 | 25,00 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

LO QUE NO SE ACEPTA EN LOS MEDIOS ESCRITOS



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

La mayoría de los lectores, el 28,85 coinciden en que la prensa no aporta mucho en relación a la cultura, a la información en general porque carece de contenido, entre las razones que expresan están: La información que publican es prácticamente una repetición de cualquier otro medio, que la información no está contextualizada debidamente, que no se proporciona al lector una noticia que haya sido debidamente investigada, que con las opiniones del medio no contribuyen a aclarar ningún punto de vista personal y que distorsionan los hechos.

Estas son opiniones extraída en esta encuesta en la cual no podemos generalizarla, existen medios serios como el diario "El Comercio" o noticieros de radio y televisión en los que al frente de ellos esta un grupo de periodistas que tiene una trayectoria impecable y que se han ganado la credibilidad de la población justamente por su profesionalismo, es el caso de Alfonso Espinosa de los Monteros y el caso de Miguel Rivadeneira Vallejo del diario "El Comercio" que han aportado y aportan a la cultura.

Un gran porcentaje observa que la prensa no está comprometida con la sociedad por ser poco objetiva, en este caso es preciso aclarar que un buen periodismo es aquel que es objetivo, y que debe de estar distante de los que es el comentario, y limitarse solo a los hechos.

Mientras que un gran porcentaje (25.00%) opina que la prensa no está comprometida con su función de informar, para esto es necesario asociar la palabra verdad a la fidelidad, a los

hechos, la palabra del periodista tiene que ser la exactitud de la versión de los acontecimientos diarios.

En lo que corresponde al siguiente grupo: (28,85%) que califica a la prensa que tiene información poco objetiva y desconceptualizada.

Hay que expresar que la mayoría de las noticias que se publican en los medios deben y son hechos que realmente han sucedido y que han sido comprobados, pero esto no quiere decir que la prensa es limpia y pura y que jamás manipula, no desvía la verdad hay casos y seguro se seguirán repitiendo en que la información será dada a conocer sin responsabilidad como es el caso de una madre que recientemente falleció al dar a luz en una clínica de la capital, la cual según la información que proporcionó el diario La Hora no tenía permiso de funcionamiento, luego se comprobó que era falsa la información y el dueño de la clínica aclaró a los medios que eso era falso, tanto el periodista como el jefe de edición responsable, se retractaron públicamente y asumieron su negligencia a la hora de informar “Diario la Hora.

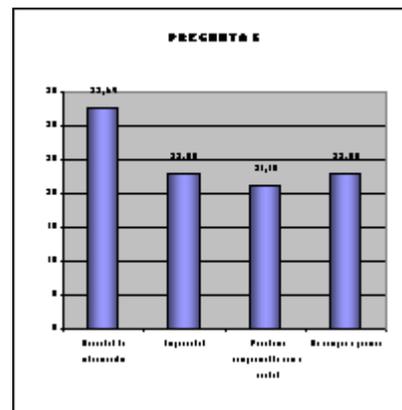
2.4.6. ¿Qué le agrada de los medios escritos?

CUADRO 007: MEDIOS CON MAYOR ACEPTACIÓN

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------------------------|-----------|---------|
| Valid | Diversidad de información | 17 | 32,69 |
| | Imparcialidad | 12 | 23,08 |
| | Periodismo comprometido con la verdad | 11 | 21,15 |
| | No compra la prensa | 12 | 23,08 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

MEDIOS CON MAYOR ACEPTACIÓN



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Entre las cosas que más agradan a los lectores encontramos que es la diversidad de temas e información, tales como tecnología, farándula, deportes, salud, educación, familia, cine, televisión etc. son las preferidas

También tienen gran preferencia las de Información Internacional (12,00%) de última hora procedente de los lugares más remotos del planeta y secciones de entretenimiento, farándula y entretenimiento (37,00%)

En lo que ha imparcialidad se refiere aunque el porcentaje (23.08%) de los encuestados coinciden con decir que hay imparcialidad en los medios a la hora de informar, debemos acotar que no es tan cierta esta apreciación porque esto se refleja en las tendencias y privilegios de los que gozan ciertos productos y marcas porque las empresas que se anuncian son propiedad de los mismos dueños de los medios

Lo mismo sucede con la propaganda electoral en que los espacios no son equitativos para todos los candidatos y en esto se favorecen los que más dinero o poder tienen.

En las elecciones del pasado mes de Septiembre se pudo apreciar cómo el gobierno utilizó y abusó del poder que tiene para a través de su candidato respaldar a todos los que se presentaban a la asamblea, por medio de pancartas al lado del Presidente y también en los mítines donde él acudía y se entregaban títulos de propiedad y no se diga más acerca de los espacios televisivos en los que Alianza País copó la mayoría de la propaganda, eso es antiético.

Solo un cuarto de la población (25.00%) asegura firmemente que el periodismo en Quito no está comprometido con la verdad, esto nos deja en claro la falta de credibilidad que existe para con los medios, las causas son las mismas que veremos a continuación en los demás medios analizados.

Se aprecia a los medios ligado con algún candidato político y participando también en los gobiernos apoyando al de turno.

Es muy común en nuestros países sudamericanos en los que la prensa apoya a su "caudillo" lo respalda fuertemente con toda la fuerza que la prensa y su poder lo hacen y luego gobierna con el que sale electo y sale beneficiado en sus propios intereses.

Esta situación que se ha repetido muchas veces, ha dado como resultado que la población en general ya no tenga fe ni confianza en los que manejan desde atrás a los medios. Es público y notorio que los partidos políticos o sus dirigentes más connotados son propietarios de diarios, canales de televisión y estaciones de radio con los cuales contribuyen a afianzar más a sus candidatos y sus tesis de campaña.

TELEVISIÓN

2.4.7. ¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?

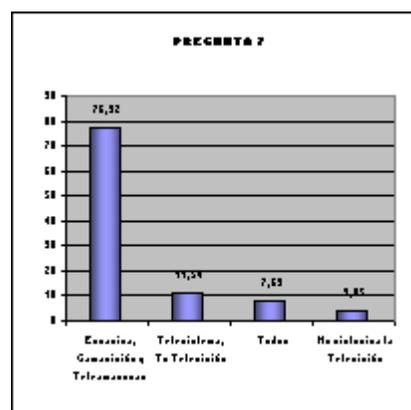
CUADRO 008: CANALES MÁS SINTONIZADOS

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------------------------------------|-----------|---------|
| Valid | Ecuavisa, Gamavisión y Teleamazonas | 40 | 76,92 |
| | Telesistema, Tc Televisión | 6 | 11,54 |
| | Todos | 4 | 7,69 |
| | No sintoniza la Televisión | 2 | 3,85 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa

Elaboración: La autora

CANALES MÁS SINTONIZADOS



Fuente: Encuesta directa

Elaboración: La autora

Se puede deducir que los canales de televisión que más poder económico tienen son los que más audiencia poseen.

Esto se debe a que poseen además de los equipos de alta generación que proporcionan una imagen nítida, la posibilidad de brindar la programación de última generación comprada en casi todos los casos a los países desarrollados.

En este caso están a la cabeza y con un porcentaje mayoritario Ecuavisa, Gamavisión y Teleamazonas, estos tres suman el (76,92%) desplazando a un segundo puesto muy cerca a RTS y TC Televisión (11,54%).

Este análisis se ha realizado con las respuestas de los encuestados en que la mayoría de ellos coinciden en que estos canales poseen a los mejores locutores, mejores equipos, que la señal es la más nítida, que los programas en vivo y de entretenimiento son los más sintonizados

No es del todo equitativo lo que sucede con esta realidad, pero debemos de estar concientes de que estamos en un medio de libre competencia y que en este caso como en todos los demás en que está de por medio la inversión y el negocio, a mayor inversión mayor cantidad de programas, pero eso no tiene nada que ver con la calidad de la programación, de todos modos esto impresiona a la mayoría que cree que todo lo que viene

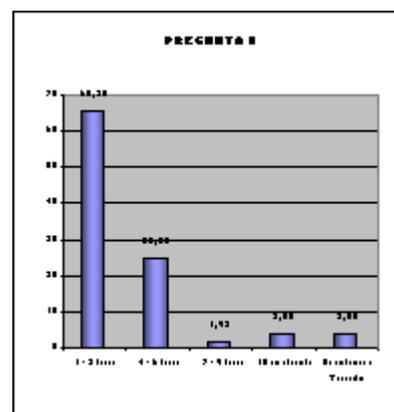
de afuera es mejor, en muchos de los casos esto resulta negativo porque incorpora tendencias y costumbres ajenas y que deforman la cultura local.

Esto es en gran parte una falencia de los gobiernos, porque la televisión, que es el medio que estamos tratando, no debería tener luz verde para toda la programación que posee, claro que es cierto que posee horarios para adultos y programación restringida pero en el aporte de cultura no posee casi ningún programa cultural de regular frecuencia, salvo ETV Telerama que en un porcentaje de 30% difunde programas de cultura y educación, este canal que tiene una propuesta cultura y de educación solo posee un porcentaje bajísimo de sintonía (0,5%) de la población dato proporcionado por el propio canal y medido como muestra en un día cualquiera de su programación, es decir que en otros días es más bajo que ese porcentaje, es una pena que nuestra población no tenga inclinación por los programas de ópera, ballet y teatro que allí se difunden, además de documentales de tecnología, de deportes, documentales de diversos países del mundo, su cultura etc.

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

CUADRO 009: PROMEDIO DE HORAS QUE SE VE LA TELEVISIÓN.

| | | Frequency | Percent |
|-------|----------------------------|-----------|------------|
| Valid | 1 - 3 horas | 34 | 65,38 |
| | 4 - 6 horas | 13 | 25,00 |
| | 7 - 9 horas | 1 | 1,92 |
| | 10 en adelante | 2 | 3,85 |
| | No sintoniza la Televisión | 2 | 3,85 |
| | TOTAL | 52 | 100 |



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

La mayor parte de la audiencia (65.38%) pasa de una a tres horas diarias frente a un televisor, el mayor porcentaje corresponde a las amas de casa, que son las que están en el domicilio la mayor parte del día luego a mayor incremento de horas preguntadas, menor índice de audiencia, y es que se mide de acuerdo a la realidad de los encuestados, el promedio son estudiantes, pero a la vez trabajan por lo que no tienen tanto tiempo para el

ocio, lo mismo sucede con el grupo de profesionales, en este caso se menciona la palabra ocio en el buen sentido de la palabra, que equivale a distracción.

Se determinó que es muy alto el total de las personas que han elegido a la televisión como el medio de comunicación más popular y por tanto el de mayor audiencia.

Este es un fenómeno que ha desplazado al cine inclusive por la gran facilidad que tiene para entrar en los hogares, sin ser requerido.

Creemos que con sus deficiencias y malas influencias en algunos casos puntuales, la televisión ha llenado un espacio importante en los hogares, solo queda la buena administración del tiempo y la selección del contenido de la programación.

En menor escala, (3,85 %) están los que consumen hasta un total de diez horas frente al televisor, esto en porcentajes que casi no son importantes, el promedio es de una a seis horas, siendo el primer grupo de una a tres horas diarias que le corresponde las tres cuartas partes de la población de esta encuesta.

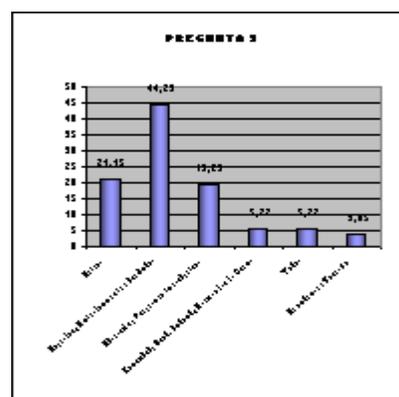
2.4.9. ¿Qué programas observa con mayor frecuencia?

CUADRO 010: CANALES MÁS SINTONIZADOS.

| | | Frequency | Percent |
|-------|---|-----------|---------|
| Valid | Noticias | 11 | 21,15 |
| | Deportes, Entretenimiento y Farándula | 23 | 44,23 |
| | Educación, Programas Investigativos | 10 | 19,23 |
| | Comunidad, Salud, Infantil, Segmentos de Cocina | 3 | 5,77 |
| | Todos | 3 | 5,77 |
| | No sintoniza la Televisión | 2 | 3,85 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

CANALES MÁS SINTONIZADOS



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Se observa que en el caso de la televisión la mayoría de las personas (44.23%) se inclinan por los programas de deportes, entretenimiento y farándula, esto cambia en relación a la misma pregunta pero realizada en la prensa, en el caso de ésta vimos que la preferencia estaba en las noticias, en el caso actual las noticias se han reducido al 50% de la preferencia en relación a la prensa.

Esto se confronta con las personas que no tienen hábito de lectura, se ha visto en todas las preguntas anteriores relacionadas con los porcentajes tan reducidos de gente que no le interesa y que no compra prensa escrita, en este grupo está la gente que prefiere la televisión porque es un medio más accesible y que para hacer uso de él no es necesario hacer ningún esfuerzo, además que la lectura en todas sus formas es un hábito que se debe cultivar desde la niñez.

Le sigue en porcentaje los programas de educación, luego solo en un 5% le gustan todos los anteriores y un casi 4% por ciento no ve televisión.

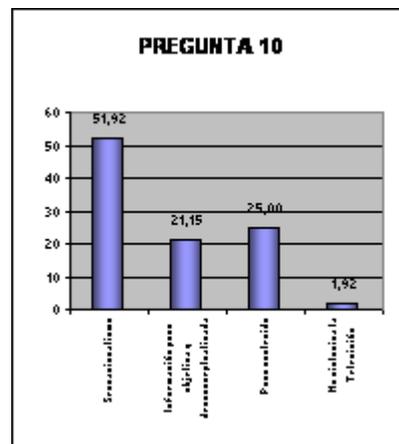
Este análisis corrobora que el medio más agresivo y sintonizado es la televisión, es el más completo en términos de penetración porque al ser visual acapara la concentración total del individuo y a la vez lo anula en términos de poder compartir ésta con otras actividades.

2.4.10. ¿Qué le desagrada de la TV nacional?

CUADRO 011: LO QUE NO GUSTA EN LA TELEVISIÓN. LO QUE NO GUSTA EN LA TELEVISIÓN

| | | Frequency | Percent |
|-------|--|-----------|---------|
| Valid | Sensacionalismo | 27 | 51,92 |
| | Información poco objetiva y desconceptualizada | 11 | 21,15 |
| | Poco contenido | 13 | 25,00 |
| | No sintoniza la Televisión | 1 | 1,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Aquí vemos el resultado de más del 50% de la población encuestada que está de acuerdo en que la televisión ecuatoriana tiene un alto grado de sensacionalismo en su contenido, hay canales de televisión, en general y TC Televisión en particular que en los noticieros dan una gran cobertura a la crónica roja, en estos casos estamos frente a un delito flagrante de falta de ética porque se muestra a personas que han sido violadas, imágenes de accidentes de tránsito en las que las víctimas están mutiladas, ensangrentadas.

Se da rienda suelta a exponer la violencia los bajos instintos y las degeneraciones del ser humano y se las realza con crudeza.

Se está violando el derecho a la privacidad y la protección de los derechos humanos en materia de preservar la integridad de las víctimas.

Esto se constata a través de las respuestas que el público no está de acuerdo con ciertos contenidos de la programación, esto se refiere a la calidad de los programas, en la mayoría los canales solo se transmiten telenovelas extranjeras que no tienen nada que ver con las costumbres ni realidad ecuatoriana, ni que decir de las películas importadas que carecen de mensaje y el mal ejemplo para los niños y jóvenes en formación, más bien hay una cantidad de estos programas que resultan alienantes porque alteran el orden de los usos y costumbres de nuestra realidad.

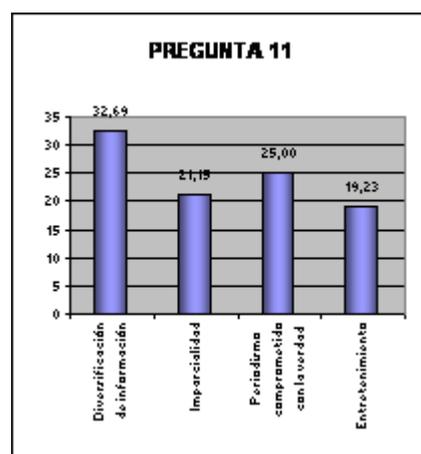
Desagrada la falta de objetividad a la hora de informar, 21% de la muestra pone en duda que la información que recibe sea realmente la verdad o que está manipulada esto no se puede generalizar pero sabemos que existe en algunos canales, en las que el interés personal de los dueños está primero que la verdad absoluta.

2.4.11.- ¿Qué le agrada de la TV?

CUADRO 012: LAS PREFERENCIAS EN LA TELEVISIÓN. LAS PREFERENCIAS EN LA TELEVISIÓN

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------------------------|-----------|---------|
| Valid | Diversificación de información | 17 | 32,69 |
| | Imparcialidad | 11 | 21,15 |
| | Periodismo comprometido con la verdad | 13 | 25,00 |
| | Entretenimiento | 10 | 19,23 |
| | TOTAL | 51 | 98 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Vemos que lo que más agrada es la variedad en la información, (32,69 %) tanto en la programación de la información como en las series o películas, también en la parte que corresponde a programas de entretenimiento en vivo, éstos son los más sintonizados, los de concursos y los musicales tanto los conciertos como los de vídeo clip.

La atracción máxima en la televisión ecuatoriana, según la apreciación del público reside en las películas, las series, las novelas y los programas de concursos, esto es en un (19,23%).

En un porcentaje muy cercano a la misma pregunta relacionada con la prensa escrita se definieron los encuestados sobre la imparcialidad de los medios y un periodismo comprometido con la verdad, (21.15%), esto en relación a los programas que se emiten de tipo informativo, de entrevistas de personajes, en realidad es difícil establecer si es que en los medios se reflejan situaciones de falta de ética, la mayoría de los encuestados no analiza el contenido de la programación de una entrevista, de cómo se puede influenciar y manipular las respuestas de los que están siendo entrevistados, aún con mucha experiencia para el analista, los medios no se muestran tal como son, ni a través de tantos y tantos periodistas que forman el equipo de tal o cual canal.

Una falla, un desliz, sucede en muy raras ocasiones, sabemos de las tendencias de los canales según pertenezcan a uno u otro dueño pero no podemos afirmar ni negar que no se establezcan los códigos de ética en su trabajo diario.

La gente percibe que es lo que más le gusta y que es lo que más le desagrada de los medios pero no está en capacidad de detectar la falta de ética en ellos a menos que sea un delito flagrante, esto sucede igual con los políticos, hasta con los presidentes de la república que hay que encontrarlos con las "manos en la masa" para afirmar que son corruptos.

RADIOS

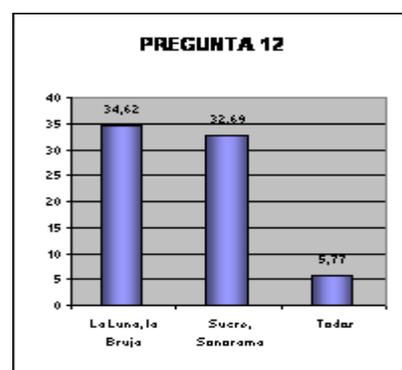
2.4.12. ¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?

CUADRO 013: LAS EMISORAS DE SU PREFERENCIA.

| | | Frequency | Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|
| Valid | La Luna, la Bruja | 18 | 34,62 |
| | Sucre, Sonorama | 17 | 32,69 |
| | Todos | 3 | 5,77 |
| | No sintoniza la Radio | 14 | 26,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

LAS EMISORAS DE SU PREFERENCIA



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Llegamos a la radio, medio masivo por excelencia, pero bastante olvidado para muchos.

En este caso, la estaciones que más sintonía tienen en Quito en esta muestra son La Luna y La Bruja, (34,62%) ambos. esto se debe a que son las más agresivas en su programación, la primera es más informativa, de alto contenido político, de muchas fallas en sus apreciaciones que son muy sesgadas, es decir muy parcializada en lo político, en el caso particular de esta emisora sí se ha podido constatar que se han empleado epítetos e insultos hacia determinadas personas, esto se considera una falta de ética y de respeto, porque aunque todos no pensemos igual hay que saber aceptar que existen opiniones distintas y no por ello las compartimos.

La Bruja una estación más ligera, se caracteriza por su gran cantidad de programas musicales y de entretenimiento, incluye noticias pero no hay mayor comentario personal sobre estas, se limitan a la narración de noticieros.

También se destacan como muy sintonizadas Radio Sucre y Sonorama, (32,69%), ambas han sabido ganarse su espacio en la ciudad de Quito.

En el caso de Sonorama es una radio de mucha trayectoria lleva 30 años en la capital incorpora dentro de su programación espacios de servicio público como el de buscar personas que hace años no saben una de la otra, en este caso no solo familiares, sino amigos, otro programa de servicio público de llamadas a los familiares de los inmigrantes en España, varios programas musicales y de concursos.

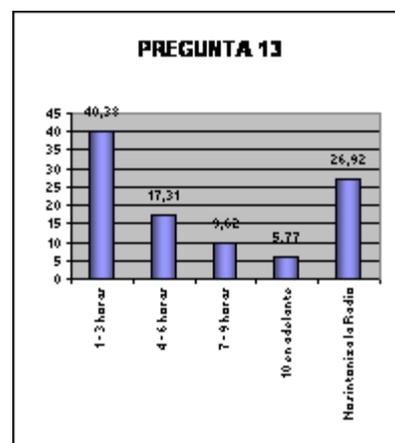
Un porcentaje de la cuarta parte de la población encuestada declara no sintoniza ninguna estación, no escucha radio.

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

CUADRO 014: PROMEDIO DE HORAS QUE ESCUCHA RADIO.

| | | Frequency | Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|
| Valid | 1 - 3 horas | 21 | 40,38 |
| | 4 - 6 horas | 9 | 17,31 |
| | 7 - 9 horas | 5 | 9,62 |
| | 10 en adelante | 3 | 5,77 |
| | No sintoniza la Radio | 14 | 26,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Se aprecia que un gran porcentaje sintoniza radio de una a tres horas al día, (40,38%) en este grupo se ubican, los estudiantes, personal que labora en las oficinas, existe hábito de escuchar música en los centros de trabajo, también en la casa pero en menor proporción.

La radio es una compañera fiel y que no requiere de suma atención, se puede estar realizando múltiples tareas y no las invade.

Igual al caso de la televisión a mayor cantidad de horas que se sintonice, menor porcentaje de oyentes se registran.

Y la cuarta parte de la población no sintoniza la radio.

También están los fieles oyentes que son los conductores, privados y en mayor cantidad los de servicio público, los taxistas.

La radio es un medio masivo, de fácil acceso, una buena oportunidad para anunciar productos comerciales a bajo costo, existen en la actualidad programas ligeros y ágiles de temas cotidianos, de belleza, de sexo, consejos de salud, y sentimentales, es decir que en lo que se refiere al entretenimiento, cumple una función importante, lo mismo se puede decir del aspecto de servicio público, se convierte en un medio que apoya a la comunidad.

Hay un porcentaje menor (17,31%) que sintoniza muchas horas, por ejemplo de cuatro a seis, se trata de un importante porcentaje, (18,00%) por ciento y en menor porcentaje los que llegan hasta las diez horas diarias, (5.7%).

En un grupo importante, que sería el resto se ubican los que no escuchan radio (26,00%)

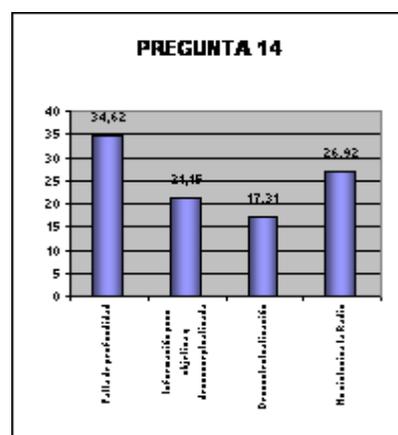
2.2.14.- ¿Qué le desagrada de las radios nacionales?

CUADRO 015: RADIOS QUE NO LE AGRADAN.

| | | Frequency | Percent |
|-------|--|-----------|---------|
| Valid | Falta de profundidad | 18 | 34,62 |
| | Información poco objetiva y desconceptualizada | 11 | 21,15 |
| | Descontextualización | 9 | 17,31 |
| | No sintoniza la Radio | 14 | 26,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

RADIOS QUE NO LE AGRADAN



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

La mayoría (34.62%) opina que lo que más le desagrada de la radio es la falta de profundidad en su contenido, esto no sucede en todas las emisoras, se trata de emisoras en las que la mayor cantidad de programas son musicales, sin mayor trascendencia, pero hay muchas otras que incorporan programación cultural, informativa, que aportan al conocimiento y a la cultura, dentro de este grupo se encuentra radio Sucesos que tiene programas diarios uno de ellos de música clásica con comentario y análisis del autor y de sus creaciones.

Tiene programas culturales que va de 3 a 6 de la tarde que trata cada día de la semana de un tema distinto, ya sea de un personaje, de un nuevo descubrimiento técnico, de música analizando su contenido y aportando con mucho detalle e información.

Luego hay rechazo a la información poco objetiva, en realidad la mayoría de la información que hemos apreciado en la radio son retransmisiones de los mismo noticieros de la televisión hay uno que otro programa de noticias y entrevistas en las primeras horas de la mañana en el que se destaca el de Diego Oquendo y también hay programación deportiva

destacándose las narraciones en directo de los partidos de football que es el deporte número uno en el mundo.

La radio lleva información y conocimiento a los lugares más apartados de nuestro territorio, tal vez hay en la actualidad recintos rurales donde no llega la televisión, en algunos casos no hay ni luz eléctrica, es allí dónde la radio cumple un importante papel, porque con baterías se puede sintonizar en los lugares más apartados.

En cuanto a la radio analizada en este trabajo por mí “Radio Marañón” no ha sido mencionada por ninguno de los entrevistados de la encuesta que realicé, al ser mencionada por mí recibí la misma respuesta : era totalmente desconocida.

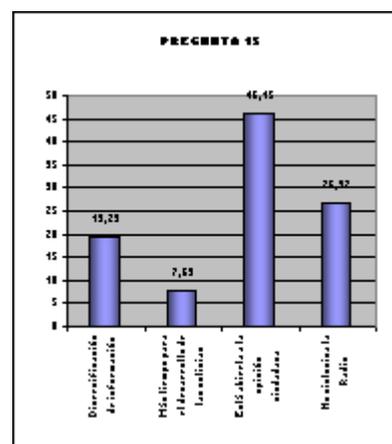
2.4.15.- ¿Qué le agrada de las radios?

CUADRO 016: EMISORAS DE SU PREFERENCIA.

| | | Frequency | Percent |
|-------|---|-----------|---------|
| Valid | Diversificación de información | 10 | 19,23 |
| | Más tiempo para el desarrollo de las noticias | 4 | 7,69 |
| | Está abierta a la opinión ciudadana | 24 | 46,15 |
| | No sintoniza la Radio | 14 | 26,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

EMISORAS DE SU PREFERENCIA



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

La mayoría (46,15%) opina que la radio es el medio de comunicación que está más abierto a la opinión ciudadana, esto se percibe en el hecho de que hay mayor facilidad para que los oyentes hagan su llamada telefónica y se expresen sin restricciones de tiempo y sin identificarse plenamente como es el caso de la televisión.

No se puede dar por cierta esta apreciación de la mayoría refiriéndonos a este (46,15%) mencionados antes de los encuestados en esta muestra, pero así lo han calificado, se trata tal vez de una mayor confianza que da la radio frente a la televisión porque no hay imagen de por medio y eso genera más confianza. porque opinan con mayor libertad.

En segundo lugar clasifica la respuesta (19,23%), que hay diversificación en la información, tal como en el caso de la televisión la programación es muy variada, hay programas de deportes, de farándula, culturales, de cocina, de belleza, de política, de todos los temas, hay de sexo, y misceláneos, de moda.

La radio es un medio de comunicación fiel y constante, llega hasta a los más desprotegidos como son los analfabetos, en el caso de películas con subtítulos que sería necesario en el caso de la televisión, en la radio se ha retomado la radio novela que cubre un gran espacio para una audiencia importante en términos de entretenimiento.

INTERNET

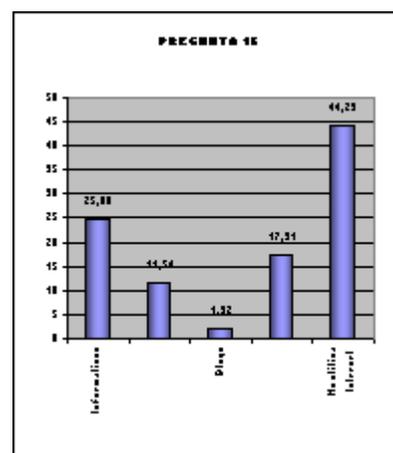
2.4.16. ¿Qué páginas o sitios visita con mayor frecuencia?

CUADRO 017: PÁGINAS MÁS VISITADAS EN LA WEB

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------------------------|-----------|------------|
| Valid | Informativos | 13 | 25,00 |
| | Comunidades virtuales (hi5, Ypu Tube) | 6 | 11,54 |
| | Blogs | 1 | 1,92 |
| | Entretenimiento | 9 | 17,31 |
| | No utiliza Internet | 23 | 44,23 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

PÁGINAS MÁS VISITADAS EN LA WEB



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Las respuestas de más del 44% de los encuestados declaran que no usan internet, esto pone al descubierto un problema de índole económico que es preocupante en nuestro medio, ya que Internet es una herramienta indispensable de trabajo para todos, desde los alumnos de la escuela, de la universidad, hasta los negocios, empresas, profesionales en general, medios de comunicación y la población en su totalidad, no estar hoy en día informado mediante el medio más revolucionario, rápido y moderno es no estar actualizado, además de que la información es tan diversa y completa que nos brinda y nos sirve a todos como la herramienta más dinámica en este siglo.

En segundo lugar tenemos un porcentaje menor que lo utiliza solo para entretenimiento, (17.31%), hay quienes lo utilizan para comunicarse con sus seres queridos que están lejos, incorporando en la actualidad hasta la facilidad de conectarse telefónicamente.

Un reducidísimo porcentaje (1,92%) lo utiliza para blogs que es una página abierta en la que uno se da a conocer y sirve de intercambio para información y conocimientos todo lo que podamos publicar en ella ya que nos conectamos con todo el mundo.

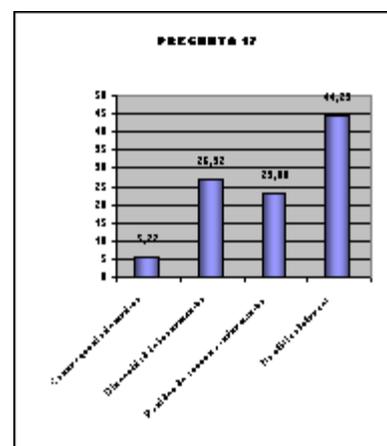
Dentro de lo negativo de la Internet consiste en que siendo un medio tan abierto se presta a deformaciones en cuanto a manipular a las personas mediante información falsa encubierta en el anonimato sumando a que la información que recibimos no es tan precisa ni real en mucho de los casos. Las personas también están expuestas a ser invadidas en su vida privada y también acosadas.

2.4.17.- ¿Qué le agrada de la Internet?

CUADRO 0018: QUE LE AGRADA DE LA INTERNET. QUE LE AGRADA DE LA INTERNET

| | | Frequency | Percent |
|-------|---------------------------------|-----------|---------|
| Valid | Convergencia de medios | 3 | 5,77 |
| | Diversidad de información | 14 | 26,92 |
| | Rapidez de acceso a información | 12 | 23,08 |
| | No utiliza Internet | 23 | 44,23 |
| TOTAL | | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Elaboración: La autora

La gran mayoría se inclina por la diversidad de la información (26,92%) y es que es tan amplia que nos puede proporcionar este medio que no queda ninguna pregunta sin respuesta.

Otra de las ventajas es la rapidez en la información, podemos actualizarnos al instante mismo de ingresar al sistema.

Se puede leer un libro on line, bajar una canción que ni siquiera se ha escuchado en ninguna radio local, el acceso es inmediato e ilimitado en temas a tratar, con solo colocar la palabra recibimos la información detallada, de varios informadores diferentes, existen

páginas en las que de manera gratuita podemos acceder a tener un correo con cualquier parte del mundo. , esto a la vez puede ser muy perjudicial para los derechos de autor y se puede conducir a crear una industria pirata fácilmente.

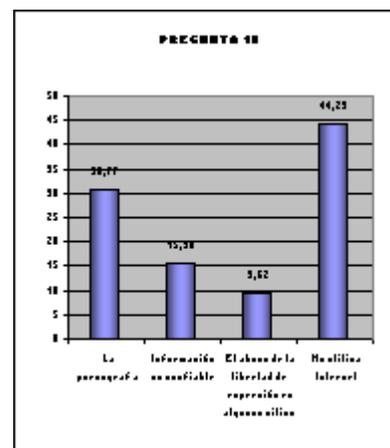
Una mínima cantidad de entrevistados (5,77%) declaran que también dentro de las ventajas que encuentran es la convergencia con los demás medios, es decir que es posible combinar la Internet con los otros medios, que son compatibles, como los medios impresos, los audiovisuales, la TV y los de audio.

2.4.18.- ¿Qué le desagrade de Internet?

CUADRO 019: QUE NO LE DESAGRADA EN LA INTERNET. QUE NO LE DESAGRADA EN LA INTERNET

| | | Frequency | Percent |
|-------|--|-----------|---------|
| Valid | La pornografía | 16 | 30,77 |
| | Información no confiable | 8 | 15,38 |
| | El abuso de la libertad de expresión en algunos sitios | 5 | 9,62 |
| | No utiliza Internet | 23 | 44,23 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

En este caso en porcentaje (30.77%) de los encuestados opinan que lo que más les desagrade es la pornografía, es este un medio de absoluta libertad para sus publicaciones y lo que está mal es que se aproveche de una herramienta tan valiosa para hacer dinero, es decir para comercializar su uso, este es el punto de la pornografía en la Web.

También es interesante saber que la información que encontramos no es confiable, aquí con la misma libertad de que gozamos para acceder a cualquier tema de la misma manera estamos expuestos a ser manipulados por la misma información que recibimos, este medio como cualquier otro se presta para utilizarlo como un medio no claro ni ético, podemos hacer críticas o desvirtuar información de manera anónima y dañar la imagen o moral de empresas, políticos y personas.

Durante la última campaña electoral para elegir asambleístas se recibieron mensajes que claramente estaban atentando contra varios candidatos a fin de dañarles la imagen y las

posibilidades de éxito en sus campañas, esto es un comportamiento que va en contra de los principios éticos, pero eso no se puede detectar fácilmente.

La parte de la información que nos llega pública y privada que no sabemos quién ha sido el autor, puede no estar identificado o esconderse hábilmente bajo cualquier seudónimo o nombre falso.

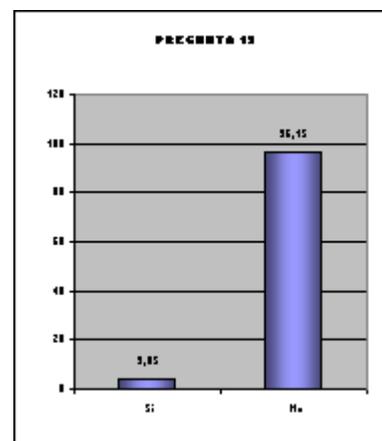
Otros opinan (9,62%) que les desagrada el abuso de la libertad de expresión en algunas páginas o sitios Web, y esto se debe justamente a lo anteriormente mencionado, es un medio de absoluta libertad para personas con criterio formado, con ética en su conducta y que sabe que por más que es el medio de comunicación más libre que soñamos pudiera existir siempre hay que respetar el derecho de los demás.

RESPONSABILIDAD

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

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 2 | 3,85 |
| | No | 50 | 96,15 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

En esta pregunta solo hay un encuestado que ha trabajado en un medio de comunicación lo cual se confirma en el cuadro de la referencia.

Desde cualquier punto de vista sea este ético o jurista, la responsabilidad implica no solo una reflexión particular sino una relación con los demás.

La responsabilidad del periodista es la misma de la de cualquier otro profesional, por eso medios de difusión masiva como la radio y la televisión requieren del periodista un mayor cuidado a la hora de informar.

La responsabilidad consiste en analizar el efecto que producirá la presentación de la noticia y de las estrategias a seguir para que sus consecuencias sean positivas.

2.4.20 a).- Está Usted de acuerdo con esta afirmación: "La ética no es una condición ocasional sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón" (Gabriel García Márquez)

El periodista entrevistado contestó afirmativamente, que conocía tanto al escritor como a su dicho tan conocido como apropiado para el ámbito de los periodistas.

2.4.20 b).Cual es su apreciación de la frase

"La respuesta es que la ética es una condición, una verdad y la forma de actuar de cada persona la cual conoce lo que es decir y demostrar ante el mundo con frontalidad, con la verdad y sobre todo credibilidad en cualquier entorno de su vida"

En este caso la frase de Gabriel García Márquez prioriza la importancia que tiene la ética que no se debe de emplear solo en algunas circunstancias sino que debe de estar en cada momento en que el periodista este ejerciendo su profesión, es decir que debe ser como aquel moscardón que está siempre recordándose con insistencia.

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

- a) No saber decir la verdad
- b) Ocultar información
- c) Inventar fuentes de información
- d) Dejarse tentar por el dinero
- e) Decir lo primero que se le viene a la mente sin hacer un análisis profundo del tema que se va a desarrollar por eso es que vemos tanto programa sin contenido.

Estos cinco puntos enunciados por el entrevistado son los más comunes que se presentan en el ejercicio de la profesión, son netamente antiéticos y deben de ser sorteados en todo el tiempo en el cual los periodistas hacen su trabajo.

Para eso tienen como base fundamental el código de ética el cual es un manual de procedimientos en esta profesión y que hay que respetar y aplicar a cada paso y la formación en valores que se sustenta en la trayectoria que ha desarrollado en su trabajo.

2.4.22.- ¿Cómo ha podido resolver estos dilemas o problemas éticos?

"Con mi propio conocimiento, valores e intuición El factor de mayor peso para mí fue mi propio conocimiento, porque apliqué todos los principios de ética que había aprendido no solo durante la universidad sino los que he aplicado siempre en el ejercicio de mi profesión"

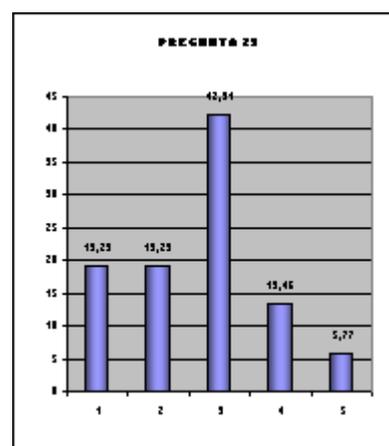
En este caso, el entrevistado ha actuado de acuerdo a su formación quiere decir con esto que en el o los medios que ha trabajado no ha existido planteamientos del código de ética y formación en los mismos para desarrollar el trabajo, esta es una falencia común en muchos de los medios de comunicación en la Ciudad de Quito donde no se incorpora la capacitación y formación en ética al equipo que labora en las empresas, aunque la mayoría declara que sí, en este caso la referencia es para los Directores y Propietarios más no en el caso de los periodistas cuando se les pregunta directamente.

Es inherente en la labor del periodista que su información sea objetiva para estimular una honrada búsqueda de la verdad de los hechos, que impone restricciones a dueños y directores e invita a resistirse a la contaminación de los hechos por prejuicios o intereses particulares.

2.4.23. 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)

CUADRO 020: PREOCUPACIÓN DE LOS DIRECTORES PARA MANTENER LA ÉTICA EN LOS MEDIOS.

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | 1 | 10 | 19,23 |
| | 2 | 10 | 19,23 |
| | 3 | 22 | 42,31 |
| | 4 | 7 | 13,46 |
| | 5 | 3 | 5,77 |
| | TOTAL | 52 | 100 |



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

El resultado de esta pregunta muestra que casi la mitad de la población, encuestada (42,31%) está de acuerdo en que los editores sí se preocupan de que sus empresas tengan un comportamiento ético lo mismo que el personal que labora en ellas, no obstante hay que aclarar que la respuesta en cuanto al grado de credibilidad está marcada en el grado 3, es decir en la mitad casi de la aceptación de este hecho y es que en la mayoría de las empresas periodísticas debe de primar la noticia, su veracidad y el contenido de la misma como verdad absoluta, en mucho de los casos el problema de las empresas y sus dueños son de índole económica y política, en lo que se refiere a la parte económica son intereses creados que están ligados a empresas que pertenecen al mismo grupo de los propietarios de los medios y que invaden el desarrollo de la empresa periodística,

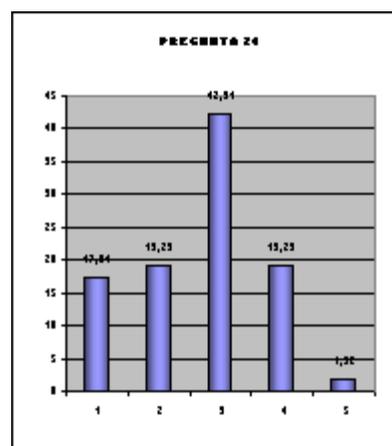
Como es un ejemplo claro lo que ocurre en los anuncios publicitarios, en las entrevistas, para promocionar a tal o cual actor o producto que quieren resaltar muy por encima de los demás, esto no es ético puesto que se trata de privilegios con los que cuentan solo por el hecho de ser propietarios del medio y en lo político sucede lo mismo pero en función de servir los intereses de algún partido político o hasta al mismo gobierno de turno con fines de beneficio personal, vemos también que en menor proporción encontramos a una ínfima

cantidad de entrevistados que califica como que sí que sí están muy preocupados y concientes de aplicar la ética.

2.4.24. ¿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)

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | 1 | 9 | 17,31 |
| | 2 | 10 | 19,23 |
| | 3 | 22 | 42,31 |
| | 4 | 10 | 19,23 |
| | 5 | 1 | 1,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Para esta respuesta vemos que casi la mitad de los encuestados (42,31%) opinan que los editores de los medios de comunicación sí se preocupan de mantener la ética en los medios que dirigen solo en una categoría de 3 en una puntuación del uno al cinco, eso quiere decir que en promedio estamos ante una credibilidad de casi el 50%

Hay un empate en la calificación 2 con 19,23% lo mismo que en el caso 4.

El porcentaje más bajo está en el número 5 con (1,92%).

Es que la credibilidad de que se actúa con ética está muy desprestigiada en los medios de comunicación en la ciudad de Quito y en el Ecuador en general, se han hecho públicos tantos casos de corrupción en que han estado involucrados los medios a través de sus directores o sus propietarios que la gente ya no cree que esta situación se revierta y que se pueda confiar.

Es claro ver a través de las respuestas de la encuesta que la mayoría (42,31%) de la población está convencida que la ética es el medio, el camino que todos los periodistas tienen que utilizar para informar a la sociedad, en casos aislados y concretos que para

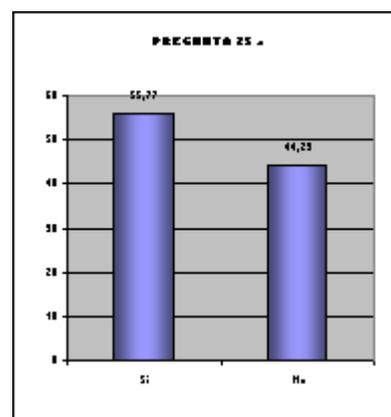
editarlos tendríamos que recurrir a los archivos encontraríamos delitos consumados antiéticos.

2.4.25. Conteste Si o No a las siguientes afirmaciones

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

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 29 | 55,77 |
| | No | 23 | 44,23 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Aquí vemos una respuesta que asegura que no hay conflicto de intereses en que un periodista pueda ejercer su profesión y a la vez actúe en la misma empresa como relacionador Público, en un porcentaje del 55,77%, esto se debe a la falta de información del público respecto a cual es la labor de un relacionador público y es que este último se involucra en todo lo que se relaciona a la propaganda y por lo tanto a la venta de avisos para el medio, por lo que es muy común que los anunciantes le ofrezcan hacer canjes de información a favor de ellos a cambio de contratar importantes espacios para sus productos, esto es antiético.

En el caso de los que contestaron negativamente que es un porcentaje importante (44.23%), si están de acuerdo con la explicación arriba mencionada.

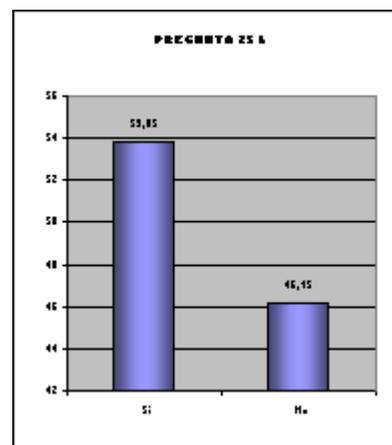
Es que en una institución no se puede hacer una labor tan delicada como es la de informar o la de decir solo la verdad y combinarla con la de contactar clientes para obtener ventajas comerciales para la misma empresa en la que se está trabajando.

Ahora si el trabajo de relacionista público lo ejerce en otra empresa, no habría ningún conflicto siempre y cuando la otra empresa en la que es Relacionista Público no sea otro medio de comunicación también.

2.4.25.2 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

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 28 | 53,85 |
| | No | 24 | 46,15 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

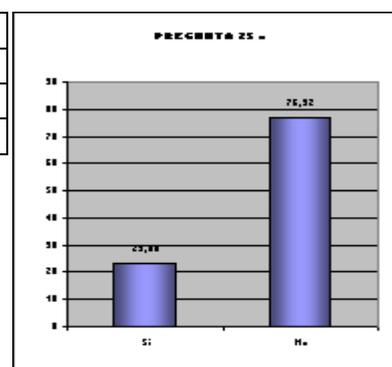
Las opiniones están divididas en un margen mínimo, en este caso hay un conflicto de intereses tal como se explicó en la pregunta anterior, 53,85% dicen que sí y 46,15% dice que no.

El desempeño del periodista no puede estar vinculado con otro que se presta a suspicacias puede ejercer las dos profesiones, siempre que no se afecten los intereses de ninguna de las dos empresas en las que trabaja, si es que son empresas relacionadas con sus fuentes si resultaría del todo antiético.

2.4.25.3 El periodista puede recibir obsequios y dádivas de las fuentes aún en montos elevados

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 12 | 23,08 |
| | No | 40 | 76,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

En principio si de ética se está tratando nunca el periodista debería de recibir dádivas ni regalos de las fuentes, menos aún si son montos elevados, u obsequios muy costosos.

El aceptar un regalo implica comprometerse a en un futuro ser retribuirlo de alguna manera y si trabaja en un medio de comunicación, no tardará el que obsequió de pedir un favor a cambio.

Un medio de comunicación es un medio de mucho poder en cuanto a influir en el criterio de la población en caso negativo se puede utilizar para manipular política y económicamente en las leyes o beneficios de la mayoría de la sociedad.

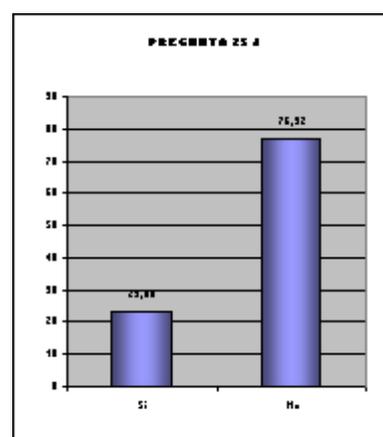
Vemos en el (76,92%) porcentaje de las respuestas que una mayoría de más de las tres cuartas partes está en desacuerdo con que se debe recibir regalos o dinero, hay una sola cuarta parte que esta a favor porque desconocen el compromiso que significa aceptar regalos, peor aún dinero.

En el caso de lo que en la presente muestra han respondido que sí, (23,8%) sus razones tendrán para hacer tal afirmación porque no solo en el caso de la profesión de periodista, en ninguno de los casos en que un profesional se sienta tentado a recibir pagos o regalos nunca debe aceptar eso se llama corrupción y no hay nada que sea más contrario a la ética que la corrupción.

2.4.25.4 Un periodista puede militar en un partido político sin que eso afecte su trabajo

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 12 | 23,08 |
| | No | 40 | 76,92 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Desde el punto de vista ético, un periodista que ejerce la profesión en un medio no debería de estar afiliado a un partido político, que sea simpatizante de uno u otro es lo normal, en la práctica muchos los son, el problema se presenta en cuanto puede aprovecharse de las

ventajas que le da el estar y tener a su disposición un medio masivo para promocionarse y establecer una competencia desleal y desigual con los demás participantes.

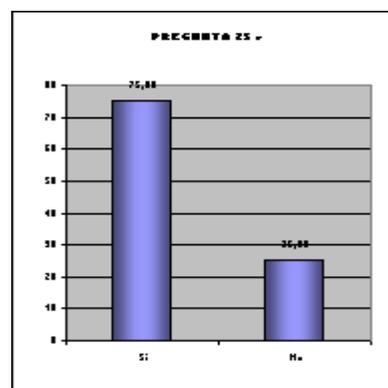
El público encuestado opina de la misma manera en un porcentaje que categóricamente afirma lo analizado (76,92%).

Como siempre tenemos otra opinión que es importante para el análisis que se sitúa en casi una cuarta parte de la población que sí está de acuerdo (23,08%).

2.4.25.5 Es legítimo que el periodista introduzca su opinión en las noticias que le corresponde escribir

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 39 | 75,00 |
| | No | 13 | 25,00 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

La mayoría (75.00%) opina que sí, porque no solamente es legítimo, es indispensable, la opinión no se negocia, es solo una y es la real, la verdadera la que se recoge de los hechos mismos y jamás debe de ser vulnerada ni por presiones de los medios en los que el periodista trabaja ni manipulada por jueces o por políticos con fines personales.

Pero en la realidad, el periodista es un empleado del medio y por lo tanto lo anterior no resulta tan real porque en un medio hay que respetar también la línea del mismo, esto no quiere decir que claudique en sus ideas sino que está limitado a expresarse con un cien por ciento de libertad.

Esto es algo que se acepta, siempre y cuando no se detecte que existe falta de ética en la información que el medio quiere expresar, o sea que no se puede permitir que nos cambien la línea de nuestra conducta solo por estar al servicio de la empresa.

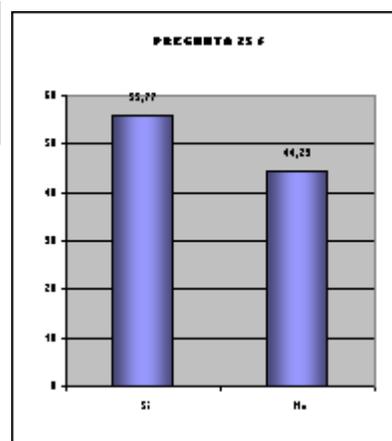
Hay una cuarta parte de la opinión (25,00%) que está de acuerdo en que no es válido que los periodistas opinen por su cuenta , creo que aquí no ha estado muy clara la pregunta

porque una cosa es opinar por cuenta propia, si es que se posee una columna o un programa propio, donde es posible actuar solo y en la mayoría de los casos que conocemos se trata de un periodista que tiene que tener el visto bueno del director, puesto que la responsabilidad total del medio recae en él.

2.4.25.6 Los medios de comunicación donde trabaja o que conozco tienen códigos de ética que se conocen y aplican correctamente

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 29 | 55,77 |
| | No | 23 | 44,23 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

La mayoría, (55,77%) en este caso más de la mitad opina que sí que todos conocen que es un código de ética y consecuentemente lo respetan y aplican.

Por otro lado, casi la otra mitad opinan que no (44,23%).

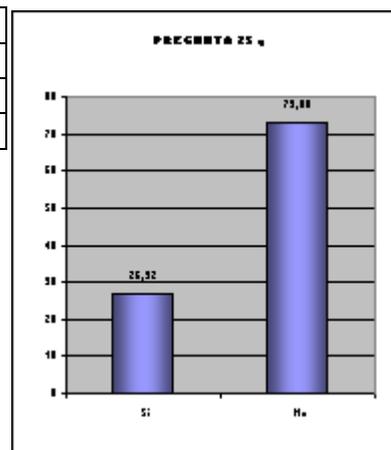
Es difícil constatar que en un medio de comunicación con tanta responsabilidad que implica publicar hechos, acontecimientos diarios de una comunidad, en la cual todos nos conocemos y podemos detectar noticias falsas o adulteradas no se respeta en código de ética, hay por supuesto casos aislados, pero tenemos que creer en los que siempre han tenido una trayectoria impecable, verás y que han contribuido en el crecimiento de una población que reconoce que si no hubiesen existido medios de comunicación como los que están vigentes y que en el caso de uno de ellos como es el caso de "El Comercio" o "El Universo" que tienen cien años de antigüedad, no podrían haber continuado porque simplemente es el propio público que decide la suerte en el mercado de cualquier medio y hasta cuándo se puede mantener.

Hay casos de corrupción o de falta de ética que se han ocurrido a lo largo de cien años del ejercicio que han sido denunciados y censurados, para lo que sería preciso hacer una

investigación minuciosa y que en este caso faltaría el tiempo para realizarla y así exponerla en este análisis.

2.4.25.7 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

| | | Frequency | Percent |
|-------|-------|-----------|---------|
| Valid | Si | 14 | 26,92 |
| | No | 38 | 73,08 |
| | TOTAL | 52 | 100 |



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

Casi las tres cuartas partes de la muestra opinan que no, (73,08%) esta posibilidad es rechazada ampliamente por la mayoría porque si se trata de que debemos actuar con ética, aplicando cada uno de sus códigos lo anterior contradice todo lo expuesto hasta el momento.

Claro que hay que tomar en cuenta que podemos incluir algún ingrediente al narrar o escribir una noticia, pero no exagerar en la esencia de la misma, por ejemplo, según el estilo del periodista se puede decir lo mismo con algún tono de sarcasmo, de picardía o de humor, pero no aumentar ni exagerar lo sucedido.

Por otro lado, tenemos una cuarta parte de la población encuestada (26,92%) que sí está de acuerdo en que las noticias deben de exagerarse, en este grupo contamos con todos aquellos que disfrutan del sensacionalismo y del morbo, porque como se comentó en alguna de las preguntas anteriores, hay periódicos especializados en el tema y un público que lo solicita.

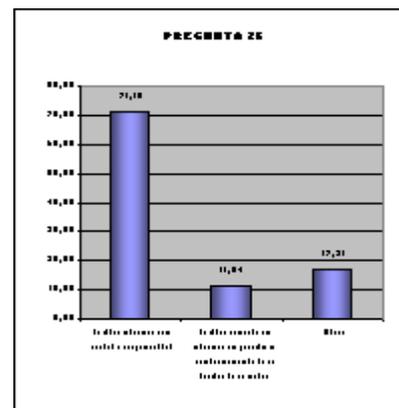
En el caso del sensacionalismo cuando se publica una persona fallecida y se exhibe el cuerpo mutilado y ensangrentado de la víctima es repudiable, el consenso ético de la población es que estamos ante un irrespeto de algo tan trascendental como es la muerte.

En el caso de olvido de detalles, en muchos casos pueden ser involuntarios pero si es por omisión voluntaria, es un delito grave en los periodistas, porque solo hay una clase de información, la verdadera

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

| | | Frequency | Percent |
|-------|---|-----------|---------|
| Valid | Lo ético informar con verdad y responsabilidad | 37 | 71,15 |
| | Lo ético consiste en informar sin presión ni condicionamiento de los dueños de los medios | 6 | 11,54 |
| | Otros | 9 | 17,31 |
| | TOTAL | 52 | 100 |

Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora



Fuente: Encuesta directa
Elaboración: La autora

En este caso se trata de una respuesta abierta y como tal el resultado se ha se ha clasificado en tres grupos.

Así tenemos que en un porcentaje muy significativo, casi las tres cuartas partes de las personas (71,15%) declaran que la ética está relacionada con la responsabilidad y con la verdad auténtica, es decir que, no hay periodismo sin estas dos condiciones.

En un grupo menor (11, 54%) están los que dicen que otro aspecto de informar con ética es el de hacerlo sin presiones ni condiciones y finalmente hay una cantidad que en porcentaje es (17,31%) mayor que la anterior, en este caso opinan de forma variada pero siempre con el enfoque que los valores y la moral deben primar a la hora de hacer periodismo.

En relación a estas respuestas con los medios de comunicación en Ecuador, en Quito principalmente que es la ciudad de esta encuesta y los análisis, se comprueba que en la mayoría de los medios que tienen una trayectoria, una imagen aceptada por el público se observa que sí que están comprometidos con el ejercicio de la profesión que la selección de sus empleados es minuciosa, que se imparten siempre recomendaciones y se hace una revisión minuciosa de las noticias antes de ser publicadas, estos medios son en consecuencia los que en las encuestas han reflejado tener la mayor aceptación.

De otro lado, existen otros que por su misma inclinación hacia el sensacionalismo y el morbo se han clasificado así mismos como antiéticos en muchas de sus manifestaciones, hasta diariamente se pueden detectar delitos de esta naturaleza, pero que como estamos ante una prensa libre se les permite su circulación.

2.4.7 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS ENTREVISTAS A LOS MEDIOS RADIO "MARAÑÓN", ETV TELERAMA Y REVISTA "EDU@NEWS"

Para muchas personas los medios de comunicación representan un reto al constituir una empresa y adquirir mediante ellas un vehículo para llegar a la sociedad, si no está de por medio utilizar este poder que brindan los medios de comunicación para su utilización en satisfacer intereses privados únicamente. Consideremos que la prensa en general y sus diferentes versiones en particular han marcado épocas importantes en la historia de la humanidad y han contribuido a cambiar en muchos casos el pensamiento de una sociedad y el progreso de la misma combatiendo abusos y discriminaciones.

En el caso de las empresas que se ha analizan mediante este trabajo está Radio "Marañón" que es una pequeña estación cuya única propietaria tiene también otra retransmisora en la ciudad de Santo Domingo, esto contrasta con el otro medio que es ETV Telerama, una empresa televisora que es de propiedad de uno de los grupos de mayor poder económico en el Ecuador, las distancias son muy marcadas en cuanto las dos tienen el propósito de servir al público pero con grandes diferencias en cuanto a la programación y a la calidad de las mismas.

Por ejemplo la radio tiene programas de servicio a la comunidad e incorpora en ellos la oportunidad que las personas interactúen entre ellos y obtengan algún beneficio directo en bienes y servicios que necesitan colocar en el mercado. En cuanto a la televisora entrega un aporte cultural muy variado con programas de zarzuela, ópera, teatro orquestas de todos los países del mundo y documentales de la BBC de Londres de amplios temas de interés general.

Por otro lado, la revista analizada es "Edu@news" que también tiene por misión transmitir educación y cultura cuenta con los suficientes elementos, tanto económicos como de recursos humanos para llegar a la comunidad. Lastimosamente tiene un tiraje trimestral y por lo tanto no está tan identificada por los lectores, esta revista tiene el apoyo económico de una fundación que sostiene en gran parte su vigencia. Comparativamente la revista por

su poca circulación no llega a la comunidad de la manera que si lo logran la radio y la televisora que están todo el día en contacto con la población.

En los tres casos según propias declaraciones se ha establecido muy claramente el conocimiento de la ética y la manera como se ha inculcado la misma a todo el equipo de periodistas que la conforman, en las diferentes entrevistas a los Directores y periodistas se recoge que todos están muy familiarizados con los códigos de ética y que en el transcurso de los años que llevan laborando en las tres empresas lo han aplicado y se basan en ellos a la hora de informar.

En este análisis se ha apreciado que en la radio "Marañón" se difunden programas que no guardan relación con lo expresado, como es el ejemplo de un noticiero que se difunde al medio día , "crónica roja" y que al igual que un canal local de la ciudad de Quito se dedican a resaltar la miseria humana en sus más diversas expresiones, como por ejemplo mostrar en el caso de las cámaras, heridos, muertos, personas mutiladas por causa de algún accidente de tránsito violaciones y demás temas que se narran con suma crudeza sin respetar , de igual manera se lo hace en la radio de manera narrada pero no por eso menos detallada.

Todo esto atenta contra la dignidad humana, por tanto existe una necesidad ética de evitar el sensacionalismo que engaña y manipula al público y burla su buena fe, se recomienda tener sumo cuidado en informar sobre procesos judiciales en curso, esto puede dar lugar a influir en la condena o liberación del acusado.

En este mismo caso está la obligación del periodista de denunciar los casos de corrupción y actuaren la lucha ante la corrupción de la manera más eficiente posible.

En la estación de televisión ETV Telerama se aprecia propaganda de las múltiples actividades comerciales de las empresas que conforman el grupo que es a la vez el propietario del canal. Lo mismo ocurre en el caso de espacios de noticias que cubren por ejemplo alguna donación o logro que han obtenido en sus empresas.

Esto se aprecia en las entrevistas que realizan a algunos personajes de la política y de la industria que se seleccionan con el fin de que sus comentarios sean favorables a las actividades del grupo.

En la revista no hay mayor incidencia en lo político, está más dedicada a segmentos de salud, resaltan problemas como la anorexia, las drogas y aspectos culturales, de educación y hasta espacios de cocina pero resaltando el arte culinario ecuatoriano.

Por tanto el concepto de ética está presente en estas empresas, declaran que las labores periodísticas se desarrollan siempre con firme convicción de solo utilizar la verdad para llegar a la comunidad.

El deseo de todos es que esto así sea, lamentablemente en algunos casos no se cumple, y es necesario dar un gran impulso en la educación a fin de inculcar los valores que la sociedad tiene que legar a la comunidad.

CAPÍTULO III

“ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS”

Todos tenemos una noción aproximada de la ética, hasta la persona menos instruida es capaz de identificar la diferencia entre lo bueno y lo malo, aunque esto alude a un comportamiento humano ordenado que está regido por ciertos principios, postulados y normas que pueden variar en el tiempo y en los diferentes lugares, principalmente culturales, es un principio para luego determinar claramente lo que es ético en nuestro comportamiento, esto se hace sumando los valores que vamos incorporando a lo largo de nuestra vida.

Antes de iniciar este trabajo siempre he tenido clara la idea de lo que es la ética y su aplicación en los medios de comunicación, conozco el código de ética y dentro de la misma formación universitaria lo hemos visto, conocido y aplicado en la totalidad de trabajos que hemos realizado.

En cuanto a los medios de comunicación en Ecuador, he analizado en la lectura cotidiana y en la radio y en la televisión que los medios en general se han impregnado de los conocimientos necesarios con el fin de llevar una información veraz y objetiva en sus programaciones, en cuanto a la prensa escrita hay algunos periódicos que se califican así mismos como diarios sensacionalistas y ya esta misma práctica los califica de falta de ética, muchos de ellos han fallado en alguna circunstancia y no han sido lo honestos y veraces que se espera de esta profesión.

La ética es algo muy personal. Lo que es ético para una persona cualquiera podría no serlo para mí y viceversa, es en realidad una práctica que el individuo va construyendo día tras día, sabiendo que esta tarea no terminará y que además estará expuesta a la sociedad en su conjunto.

Llegamos a esta conclusión que es inevitable y por este motivo debemos de saber cuál es la naturaleza del periodista y saber porqué el ser ético es ser fiel a esa naturaleza, la ética da las normas que definen la relación con el otro.

Se puede definir la naturaleza de un periodista basada en tres pilares fundamentales, ellos son: la independencia, la responsabilidad y el servicio a la sociedad.

Esto se resume en la práctica en la que el periodista debe buscar y decir siempre la verdad de los hechos. Asumir con responsabilidad lo que expone ante la sociedad. Afrontar el derecho a la réplica.

Resumiendo, en todos y cada uno de los encuestados, entrevistados y actores que de alguna manera han participado directa e indirectamente en este trabajo, la ética la han resumido casi todos y la han asociado y la han reclamado a una sola voz con la palabra verdad, esta es la que predomina en todos los comentarios y en todos los deseos que tiene quienes quieren unos medios de comunicación confiables y creíbles.

El punto de convergencia de todos ellos es que el periodista debe de entregar la verdad por encima de todas las cosas, anteponiendo directivas y presiones aún estas provengas de sus propios jefes y negarse categóricamente a variar su posición y su obligación de conciencia.

Podemos hablar de supuestos que se perciben en el futuro y promesas que necesariamente mejorarían el diario trabajo de las empresas, de los medios de comunicación en general y de los periodistas que de forma particular laboran en ellos.

Todos tienen la idea de lo que representa tener en sus manos la herramienta tan poderosa que es la información, en algunos casos mal empleada se traduce en manipulación para orientar con fines maliciosos y personales, creo firmemente que en la medida en que la gente se eduque desde temprana edad en valores, la suerte de la comunidad cambiará no solo para poder detectar la corrupción en los medios de comunicación sino en todo el trabajo diario en las diferentes disciplinas de las profesiones en general, en los gobiernos, en los políticos, en los colegios, en las universidades.

Nuestro deseo es que cada uno de los que conforman el grupo de ecuatorianos y en particular a los que conforman la ciudad de Quito queremos una información objetiva, honesta y que se respeten no solo los derechos de la libertad de prensa sino también los derechos individuales, los derechos humanos y el respeto que significa una prensa comprometida con su comunidad y ayudando por medio de ella a salir de las crisis que se presenten así como a contribuir al bienestar de la comunidad y a la ayuda de los más necesitados.

La ética es eso precisamente actuar con conciencia, con rectitud, con veracidad y no anteponer bajo ninguna circunstancia intereses personales.

La ética periodística principalmente la conocemos todos pero no la aplicamos en su justa dimensión.

Además de esto, por lo general el periodista ecuatoriano cumple su función básicamente como reproductor de contenidos noticiosos, sin mayor participación personal en su contenido, esto se debe principalmente a la orientación que la empresa periodística le da a las noticias y es en la mayoría de los casos la que impone la información a transmitir.

3.1 Supuesto Uno: Los medios de comunicación colaborarán de forma positiva a la investigación.

De la colaboración y disposición de los medios encuestados.

A. ETV TELERAMA

En este medio que es un canal cultural que tiene una de sus oficinas en la Ciudad de Quito no encontré la colaboración deseada, fueron varios días e intentos en lograr realizar una entrevista, la cual fue postergada día a día con excusas y falta de colaboración visible, este canal tiene su base de trabajo en la ciudad de Guayaquil y es este uno de los motivos por los que la información por más simple que sea tiene que estar supervisada o realizada por unos de los Directores, luego de tomar contacto con uno de los Directores Licenciado Mario Icaza de Guayaquil solo puede obtener una entrevista telefónica que fue varias veces interrumpida con otra llamada y problemas que atender, al mismo tiempo, la información que obtuve fue insuficiente por las circunstancias en que se realizó y por ese motivo tuve que seguir investigando en Quito en las oficinas locales que a través del personal administrativo y de periodistas locales pude completar lo que buscaba.

No obstante la poca información obtenida, realicé un análisis del contenido de la programación a través de la programación, de los editoriales en los noticieros y de la página Web en la que pude informarme de la historia de la empresa y detalles interesantes que han sido volcados en este trabajo.

B. RADIO “MARAÑÓN”

En cuanto a la estación de radio “Marañón”, desde un principio la atención fue completamente diferente del caso anterior, tomé contacto con la Gerente Regional de la radio en Quito, la Licenciada Sandra Yépez con la cual tuvimos una entrevista muy cordial

que se concluyó por falta de tiempo en un mensaje que remitió vía Internet a mi dirección de correo.

En este caso existió una gran colaboración de su parte lo mismo que del periodista que labora en la radio Sr. Patricio Delgado.

C. REVISTA EDU@NEWS

En la revista también obtuve disposición y buena voluntad para colaborar con el trabajo, se me brindó toda la información solicitada y además me proporcionaron una edición de la revista la cual me ayudó en el análisis del contenido de los temas que se publican, la colaboración fue oportunamente, esto ha servido para que información se vea reflejada en toda la información vertida y así el trabajo se ajuste a la realidad objetiva, pero se ha conseguido realizar un trabajo que sea de utilidad

En cuanto a la disposición y colaboración de las tres empresas analizadas en este trabajo, calificando todos los obstáculos que se tuvieron que vencer con el fin de obtener una información veraz y objetiva, la mayor y más clara objetividad y propósito de ayudar en este trabajo podemos calificar la actuación de cada una de ellas resumiéndolas en los siguientes porcentajes:

| | |
|------------------|-----|
| Radio "Marañón" | 50% |
| Revista Edu@news | 30% |
| ETV Telerama | 20% |

No se encontró disposición para informar sobre datos que son indispensables para la realización de este trabajo, argumentado poca disponibilidad de tiempo y falta de interés en este trabajo, que al final va a contribuir para que los medios saquen conclusiones de la labor que hacen y corregir lo que estadísticamente se verá en las conclusiones, que a la vez son recomendaciones para hacer una labor más eficiente y más aceptada por la comunidad a la que se pertenecen.

Dejaron muchas preguntas sin respuesta y en términos generales no demostraron interés por el tema que se estaba tratando, el referente al estudio que se está elaborando a fin de colaborar a esclarecer las fallas y la apreciación que la sociedad tiene de ellos.

La mayoría de los tres medios se negaron desde un principio a otorgar entrevistas y lo hicieron después de muchas peticiones, cuándo está llegó, hubo tardanza y hasta postergaciones sin aviso, en casi los tres casos no fue posible hacerlas en el tiempo

necesario porque se adujo falta de tiempo, en términos generales hubo poca colaboración y falta de interés y entusiasmo en el tema.

Después de las entrevistas y la información que conseguí con ayuda de la Internet, el análisis diario y objetivo de medios escritos así como de las radios y estaciones de televisión llegamos a varias conclusiones que han sido analizadas en el capítulo II de forma detallada.

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

Dentro de este marco y para analizar más profundamente este supuesto es bueno reflexionar sobre lo que es la deontología a fin de establecer como los periodistas ecuatorianos enfrentan los retos ante la eticidad de sus contenidos, se está tomando en consideración a todos los medios de comunicación.

Ecuador, como muchos países del mundo está ante unos medios de comunicación privados que ofrece muchos interrogantes sobre el sentido de la ético, deontológico de sus contenidos, debe quedar claro que en un Estado democrático de Derecho, el sentido periodístico debe consistir en un servicio público a favor del interés general, materializándose a través de ofrecer una información veraz e imparcial, que debe de incorporarse en la cultura, educación y entretenimiento.

Desde el punto de vista del conocimiento, los periodistas ecuatorianos tienen una larga trayectoria en la difusión de noticias, son pioneros en la región en la creación de diarios y revistas, lo mismo que en la incorporación de la radio y televisión, es decir que los periodistas ecuatorianos conocen perfectamente lo que son los principios de ética y por supuesto que en su formación está primero que nada el conocimiento del código y los principios que norman la actividad de esta profesión.

En la actualidad se ha avanzado mucho en este aspecto porque la formación de un comunicados en Ecuador como en el resto del mundo es muy completa y a nivel académico, cosa que no sucedía hace unos cuantos años atrás en que el periodista se formaba solo con la experiencia que adquiriría de manera directa o autodidáctica del medio donde trabajaba.

Estamos seguros que con la exigencia de un medio tan competitivo en el que vivimos, no solo en lo que se refiere a conocimientos, sino también en calidad y capacidad, la ética es actualmente y lo será aún con mayor fuerza en el futuro el requisito indispensable para

ejercer esta profesión, estamos ante una población que cada día se capacita más, se educa más y a la que por estas razones justamente cada día será más difícil de manipular y de convencer con teorías faltas de verdad.

Se destaca en las entrevistas realizadas a los medios que a cada unos nos ha tocado hacer se ve una proyección hacia un futuro en los medios en el que los periodistas están cada vez más comprometidos con su público y con su propia conciencia a fin de poder servir a la comunidad.

3.3 Supuesto Tres: Un porcentaje significativo de los medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética.

En este caso los medios de comunicación en Ecuador trabajan en una dirección aceptable referente a la información que difunden y la mayoría se declara realizar una labor comprometida con la ética. (opiniones personales), esto no se confirma en la práctica dónde vemos casos que así lo confirman, en la publicidad por ejemplo es muy claro inducir al público a consumir algún producto en particular mediante un interés oculto y manipulador.

Uno de los retos que enfrenta el proceso de maduración de la sociedad civil ecuatoriana, se sitúa precisamente en el cambio que han experimentado los medios de comunicación, en general, en sus contenidos, esto va ligado directamente con la política y más aún con un Estado Democrático que no consiste solamente en modificar las leyes o hacer una nueva Constitución Política, sino que debe de otorgar todas las condiciones legales para que los medios la afiancen mediante una prensa libre pero responsable.

En este caso, el presente análisis arroja un resultado de que los periodistas ecuatorianos, no solo los que ejercen la profesión sino también los propietarios de los medios, es decir los empresarios conocen perfectamente lo que es la ética y su práctica en la profesión que más la exige, no todos por supuesto están comprometidos con ella y no todos la respetan a la hora de informar.

Se determina en el presente análisis con datos proporcionados por los propios actores en el campo de los medios, que a través de la historia y de los hechos que se han denunciado y comprobado como verídicos y que han contribuido a formarnos una opinión al respecto que sí han existido muchos casos de denuncias falsas, de calumnias y de tendencias políticas claras y favorecedoras hacia un determinado partido con propaganda sucia para los opositores, esto ha causado malestar en la población independiente y el deterioro de la

confianza y fidelidad que tenían ante el Medio se ha visto debilitado y como consecuencia este Medio hasta ha salido de la circulación.

Hay que aclarar que es un análisis que solo abarca a la ciudad de Quito, y realizado con información obtenida en archivos y entrevistas directas en las que ha primado la opinión personal de los entrevistados. Este porcentaje no se puede cuantificar porque ponerle una cifra resultaría muy difícil e impreciso, más bien el comentario se basa en que existe un conocimiento cabal de la ética, del Código de Ética, de las Normas Constitucionales Relacionadas con la Comunicación Social que éstas contienen, normas claras, expresas y terminantes relacionadas con el ejercicio de la profesión de la Comunicación Social, que regulan los derechos civiles, económicos, sociales y culturales de los ciudadanos ecuatoriano..

Se realizó este análisis en base a supuestos detectados a través de las diferentes entrevistas y contactos con los medios, ya sea a través de la lectura de artículos, la programación de los canales de televisión y la radio y por medio de ello se llega a la conclusión que en Ecuador como en el resto del mundo el periodista ecuatoriano cumple con la función reproductora de contenidos noticiosos, sin mayor aporte personal y considerando solo lo que el Medio en el que trabaja le permite, es decir que está restringido y simplemente recaba la información, elabora la noticia y la somete a la aprobación de su director.

Es preciso comentar que las fuentes de las noticias no son los numerosos medios de comunicación a los que tiene acceso la población, sino es un contado número de agencias que no dicen fielmente las noticias, sino que lo transmiten con sus propias palabras, es decir de acuerdo a lo que les conviene. Por lo expuesto sabemos que existe manipulación pero tenemos la libertad de comparar los medios, existe una pluralidad considerable de ellos que nos permiten elegir el que más nos conviene, como consumidores que somos.

Existen muchos tipos de manipulación, esto se supera porque a la vez existe muchos medios y con ello podemos superar esta dificultad por ello volvemos a recordar la necesidad de que la prensa sea libre.

Existen instancias responsables de velar por el eficaz desarrollo de la categoría de la ética de la comunicación, entre ellos está la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, AER, y la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador.

CAPITULO IV

“ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO”

4.1.- El Código de Ética del Periodista Ecuatoriano

La libertad de expresión y del pensamiento es el derecho fundamental del ser humano y están consagradas en la Constitución Política de la República.

La libertad de expresión se refleja fundamentalmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de Comunicación Social. Por tanto el periodista profesional debe cumplir con un rol esencial, está obligado a ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de su comunidad y su familia, no se puede ser neutral, debe ser objetivo. La delicada tarea que cumple le obliga así mismo a ser responsable con los principios universales de convivencia pacífica entre los países del mundo, no deberá practicar el sensacionalismo responsable, ni la tergiversación de los hechos ni el manipuleo de la información, respetará la vida privada de las personas, estos entre otros de los postulados son el contenido del Código de Ética de los periodistas Ecuatorianos, En base a este código que rige todos los profesionales del ramo es que a continuación analizaremos algunos de los artículos que están estipulados en este código y que en el presente trabajo y a través de los medios analizados sacaremos algunas comparaciones y conclusiones.

En la presente investigación y analizando las entrevistas realizadas así como las encuestas he llegado a las siguientes conclusiones:

En Ecuador sí existe conocimiento de la ética, tanto en la población como en los Medios de Comunicación, en las diversas Empresas que se dedican a ello y en los periodistas que laboran en las mismas, el sentido de su significado es totalmente aceptado pero no así practicado, y es que la ética no se impone, ni se exige con presión, es el propio individuo, el que está detrás de una empresa, de un micrófono o de una cámara de televisión el que tiene que estar comprometido con ella y con lo que significa en su desarrollo profesional, es algo que se va desarrollando día a día, año a año, en la formación de una persona y que tiene mucho que ver con la educación que desde temprana edad ha recibido.

No obstante las dificultades que tienen que afrontar los Medios de Comunicación de Ecuador que son los mismos que enfrentan las Empresas afines en cualquier parte del mundo, esto en referencia a la manipulación y a los intereses creados que es lo más difícil de cambiar en las mentes de los hombres, se aprecia con gran esperanza que la gente está

adquiriendo más conciencia en la sociedad civil en su conjunto, esto es a futuro una gran ayuda para que la información a la que accedemos cada día sea mejor, más profesional y sobre todo honesta.

He notado que en la juventud sobre todo se ve un gran progreso en cuanto a la educación e interés por los temas políticos y por los acontecimientos más relevantes del país y del mundo, los entrevistados a los que aludo claro que son universitarios en su mayoría pero en la misma proporción vemos que cada día son más los que acceden, muchos de ellos superando grandes dificultades para lograr una carrera, un título que los sostenga en la competitividad actual, en este mundo que cada día está más globalizado.

Es verdad que hay una gran desigualdad y marginación, pero por otro lado cada día se crean más centros de educación con mayores facilidades para que todos accedan a la educación.

4.2 Comparación de los resultados con lo más relevante del código ético del periodista.

A partir de la promulgación del “Código de Ética Profesional del Periodista”, el 15 de Enero del año 1978, se crea una base fundamental para respetar tanto la libertad de prensa y de expresión cómo el respeto al periodista y al desarrollo profesional del mismo.

Así se establece que el periodista debe cumplir con este código y el contenido de todos sus artículos, como que está obligado a ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de su comunidad y de su familia.

Debe de tener una posición digna e inquebrantable en su posición a la hora de informar y no caer bajo ningún concepto ni presión con alterar o tergiversar las noticias ni los hechos o acontecimientos ocurridos.

No he sido testigo durante está investigación d e hechos de tergiversación de noticias ni de hechos o acontecimientos pero sí he detectado por ejemplo el sensacionalismo que se emplea en alguno de los diarios de la capital, sobre todo los de la tarde como “El Súper” y “Extra”· en el que todos los días sin excepción en la primera plana, en los titulares aparece un crimen o una violación con detalles de muy mal gusto, con fotos de las víctimas, ensangrentadas, desnudas y violando así el código de ética que es el de respetar los derechos humanos de las personas y con mayor razón aún si han fallecido, y no hacer de esta situación penosa por demás toda una publicidad solo con fines de vender más.

En cuanto a los dilemas éticos se aprecia sobre todo en la publicidad en sus diferentes expresiones que sí existe una marcada tendencia a inducir a los consumidores con propaganda subliminal y atentando directamente a la necesidad de la persona, por ejemplo algún tratamiento para adelgazar en el que se suplantaban fotos de una persona que es obesa y al lado una que supuestamente es la misma pero que ha quedado como una modelo después de consumir el producto promocionado, así como este ejemplo son de la misma naturaleza propagandas que a diario se publicitan y que engañan a la gente. Esto es contraproducente con los códigos de ética que obligan a informar con la verdad y no para fines comerciales distorsionando y engañando con productos que no funcionan.

Es por eso que en los últimos años se ha tenido más en cuenta la difusión de los códigos de ética referidos a aspectos y temas informativos mucho más concretos, tales como se ha de dar tratamiento a los temas de catástrofes, la violencia doméstica o la discapacidad, se trata de propuestas éticas que vienen a complementar a las anteriores a establecer un nivel de concretar más la ética y la deontología, los códigos siempre han de estar complementados por otro elemento que nunca debe faltar: la conciencia ética del profesional, su capacidad de juicio al aplicarlos, los códigos son eficaces y se debe de reclamar en el caso de que no se cumplan.

4.3 Análisis y argumentación sobre un acontecimiento sucedido en los medios de comunicación de la ciudad de Quito, y si se cumple lo que el Código dice a la letra.

Sobre este tópico en el transcurso de la investigación en este trabajo he tratado de analizar a fondo a los medios que me han seleccionado y detecté en la emisora radio “Marañón” concretamente un programa relacionado con la salud, en el que son responsables dos hermanos que actúan como “curanderos” y proporcionan recetas que ellos mismos elaboran, claro que se dice que son con hierbas naturales y siempre presentan testimonios de pacientes que han sido curados bajo sus métodos, claramente se percibe que son contratados con fines de hacerse ellos mismos propaganda.

Por otro lado es una falta de ética y una violación al código en su Artículo 5 dice a la letra: “El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar ni humillar la dignidad humana”

El ejemplo que presento como violación a este artículo corresponde a la publicación de un hecho, un drama de un joven que se suicidó es mostrado con morbosidad y sensacionalismo en la primera página del vespertino de la capital “Extra” con fotos y detalles que atentan contra la dignidad humana, además del drama que representa para los

familiares de la víctima el hecho sucedido, tener que soportar este vejamen de la prensa que atenta contra la privacidad y respeto al dolor humano. Este es el caso de un joven que tenía una novia, esta cada vez que quedaba embarazada, abortaba, él en cambio anhelaba ser padre, el último embarazo truncado por el aborto que se realizó la novia determinó la voluntad del suicidio y lo hizo lanzándose desde el puente de Zámbriza en la capital, además de la publicación en la primera página hay con lujo de detalles una nota ampliatoria del suceso en la página 5.

Otra falta que se contempla en el Artículo 7.- “El periodista está obligado a defender el derecho del ejercicio a la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente a los marginados de la comunidad social”⁶

Esto no se cumple en la mayoría de los medios, las personas marginadas, de escasos recursos no son acogidas en sus denuncias y mucho menos se les da espacio en los medios para que expongan sus necesidades, aquí se ve claramente que los medios solo se ocupan de lo que les va a dar publicidad o rédito pero no practican ayuda social en la mayoría de los casos.

⁶ *Código de ética profesional del Periodista, Capítulo I Artículo 7*

CAPITULO V

“CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES”

5.1 CONCLUSIONES

En los medios de comunicación ecuatorianos hay un conocimiento muy claro de lo que es la ética periodística y en la medida de lo que las comunicaciones han evolucionado se ha adquirido conciencia que sin respetarla, sin tener un código de ética y aplicarlo no se puede difundir noticias ni crear confianza en los lectores.

De lo observado y analizado, en mi caso en particular con los medios que me han sido asignados he podido apreciar que se mantiene la línea de las empresas en base a continuas conversaciones y reuniones con los periodistas que constituyen el plantel de empleados, esto no es suficiente pero por lo menos se establecen las reglas y se infunde la verdad como compromiso para ejercer la profesión dentro de la institución.

Es por lo tanto insuficiente el método que se emplea para con los componentes de las empresas de comunicación en Ecuador, la mayor falencia a mi parecer es que están muy centralizadas, son los dueños los que imparten las órdenes de que se debe publicar y bajo sus propios criterios, dejando de lado la función principal del periodista que es ir al lugar de la noticia, investigarla, analizarla y dar su propio criterio del acontecimiento, lo mismo sucede con los editoriales, todo tiene que tener visto bueno de los directores.

En cuanto a los medios de comunicación que trabajan en la actualidad aplicando los lineamientos de la ética, en general, nadie durante las entrevistas niega que no lo aplican, pero en la práctica podemos observar que sí existen aunque sesgados y muy bien disfrazados algunas tendencias que indican que los medios actúan en función de sus propios intereses

Se cita a “El Comercio” de Quito y al “Universo” de Guayaquil como los diarios donde más se ha inculcado el principio de ética dentro de la empresa.

A radio “sucesos” de Quito como los más representativos de respetar la información divulgada y ser los que tiene más credibilidad dentro de la ciudadanía.

Se encontró cosas muy interesantes en el trabajo, personas de muchas tendencias, políticas religiosas y económicas y fue muy gratificante contar con la colaboración de la mayoría de las personas que fueron solicitadas para ello, la mayor parte de ellos fueron voluntarios.

La intención no fue la de describir a los individuos particularmente, quienes por casualidad han pasado a formar parte de esta encuesta sino que constituyen una parte de la muestra que nos ha servido para obtener un perfil compuesto de la población.

1.-Una conclusión objetiva.

Por todo lo expresado plantearemos el problema de la ética en los medios de comunicación ecuatorianos como vigente y todo lo descrito lo demuestra, así como establece una necesidad de enfrentarlo con equilibrio y justicia.

Cómo se trata la ética en los medios de comunicación ecuatorianos que es el principal vínculo de intercambio informativo para la sociedad, a que intereses responde y como influye esto en el ámbito social.

Cómo la influencia sociopolítica que genera en la época actual el manejo de la noticia, influye poderosamente en el desarrollo de las comunicaciones, aunque ahora se concentra en gran parte en el periodista reportero que lo expresa con más realismo, sin descuidar la responsabilidad que esto implica, que por su naturaleza de contacto directo posee mayor rango de posibilidades para realzar el significado exacto de lo que se está viviendo y de no ocultar u omitir realidades.

En cuanto a la objetividad periodística, que como es frecuente se está manejado de forma tácita como el mecanismo ideal para expresar con la verdad informativa en Ecuador no se cumple a cabalidad porque el periodista siempre recibe órdenes o a la hora de redactar el reportaje está sujeto al visto bueno de los directores, no tiene pues libertad para cubrir un acontecimiento y con su crítica propia sacar conclusiones de lo analizado.

Debo de todas maneras ser realista y saber que lo que se dice debería ser lo ideal, pero debido a la naturaleza humana se ve en muchas ocasiones distorsionado, esto se debe en que hay que considerar un límite humano para toda apreciación objetiva y más aún en el campo periodístico, pero siempre y por sobre todo debe prevalecer la verdad.

La objetividad periodística actúa como un control del carácter ético del medio y no siempre es realista, más bien tiene en Ecuador de lo analizado tiene un carácter predominantemente subjetivo, no en todos los casos por supuesto pero sí en un gran porcentaje.

2.- Confusiones

Se presta mucho en el ejercicio del periodismo la confusión que se crea en las frases que se utilizan de manera conceptual, es decir se utilizan términos que tienen distinta significación, por ejemplo en lo que se refiere a la libertad de expresión y la libertad de prensa son dos conceptos que guardan distancia, la libertad de expresión es un derecho natural y universal consagrado en la Constitución del Estado y reafirmado por la Democracia, mientras que la libertad de prensa, se aplica como derecho universal, de dos maneras: El uso del medio por el medio mismo y el uso del medio por el ciudadano común, la diferencia consiste en que en el primer caso es el dominio del medio sobre el es un uso de métodos propios de difundir la información, de acuerdo a su política y a sus propios criterios.

En el segundo caso se establece el derecho del ciudadano a exponer a través del Medio sus criterios, opiniones y hasta réplicas a una información que considere nociva o tergiversada, esto en los medios ecuatorianos está muy lejos de ser una realidad, los medios son muy cerrados y en la mayoría de los casos no dan espacio a un ciudadano común a fin de que pueda publicar un hecho propio.

3.- Criterios

El periodista ecuatoriano cumple una función básica en lo que se refiere a la reproducción de los contenidos noticiosos, sin mayor participación de criterio personal ni de autonomía, solo utiliza la que el Medio le permite, es decir que se encuentra sometido a las órdenes de los superiores.

Los Medios en Ecuador y en el mundo entero están regidos bajo los conceptos de Justicia, democracia y libertad para ejercer sus actividades periodísticas, de todas maneras todos estos conceptos están a su vez controlados por un interés globalizador, que empezaron a tomar forma desde iniciación de la prensa escrita hasta la Internet en nuestra época actual, por tanto no puede estar ajeno a los cambios que se dan a nivel mundial, debe de estar preparado para de este concepto de globalización tomar lo que corresponde al medio ecuatoriano, a su cultura y desechar lo impropio y distorsionante.

4.-Conceptos

La ética es un elemento básico y necesario para el desarrollo de la naturaleza humana en lo que se refiere a la relación tan estrecha que tiene con el medio social, en cuanto determina el comportamiento del medio con la manera como el individuo acuerda con éstos las relaciones de este intercambio. En Ecuador los Medios de Comunicación masivo se han convertido en parte en Medios de entretenimiento, más no de participación ciudadana.

No es para nadie extraño la manera como se están estableciendo conceptos específicos de tratamiento comunicacional debido al proceso político que se ha instaurado en el nuevo Gobierno ecuatoriano, que no debe de terminar siendo un instrumento de control de la información.

5.2 RECOMENDACIONES

Cada persona de manera individual puede incluir la ética en su vida, sea un ejercicio diario de sus labores, de sus estudios, de su profesión, deseos y pasiones, es necesario compartir con los demás la verdad, el respeto y la responsabilidad de nuestros actos, esto en el ámbito del periodismo no es un supuesto, es una condición inherente al desarrollo de la profesión.

Este trabajo me ha dado la posibilidad de analizar el comportamiento ético de los medios de comunicación en Ecuador, en general y en la Ciudad de Quito en particular, durante este tiempo he descubierto muchas habilidades, cualidades de periodistas y también debilidades de los mismos y de diversos medios de comunicación.

Es muy fácil crear una empresa de prensa radio o televisión, teniendo en cuenta claro la disponibilidad para hacerlo, pero más allá de lo económico hay que tener una idea de servicio, de colaboración, de contribución para con la sociedad en su conjunto, informar, capacitar mediante el uso de los programas, ayuda a los más vulnerables debe de ser el primer objetivo de tener un medio mediático dónde no solo nosotros como propietarios nos sirvamos de la comunidad sino que esta posea una voz para reclamar, para hacer valer sus derechos y para opinar sobre los cambios que se están generando en la estructura de su país.

Que se incorpore en las empresas, en cada uno de los medios talleres, reuniones, capacitación constantes a los periodistas y a todo el cuerpo administrativo que lo conforman con el fin de que los códigos de ética siempre estén presentes en el

diario trabajo de sus empleados, involucrarlos en una sola línea de conducta que la empresa instituya.

Es recomendable en general que los Medios no estén al servicio de la política ni de los intereses económicos, esto no funciona porque los intereses personales siempre o en casi la mayoría de los casos están a servir las necesidades propias y privadas.

Ecuador está caminando por un buen terreno en lo que a comunicación se refiere, cada día son más los ciudadanos que estudian una carrera, existen ahora muchas oportunidades y facilidades para lograrlo, es cuestión de decisión y mediante este grupo inmenso de periodistas que cada día se incorporan al gremio, es fácil vaticinar que en unos cuantos años más tengamos periodistas que sean los que apoyen a los grupos de la población que necesitan de un medio para conseguir sus reivindicaciones sociales.

Conclusiones generales basadas en algunos tópicos importantes.

1.-Objetividad

La ética no es absoluta, por lo tanto, no existe una ética absoluta ni tampoco podemos creer que hay una para cada época de la historia, es más bien una norma, un eje virtual del cual dependemos todos los que estamos en este escenario de la comunicación social, los periodistas y los ciudadanos comunes porque es una doble vía la que se utiliza en este ejercicio y de no estar ésta coordinada y respetada por ambos espacios no existiría.

Por lo tanto la formación del periodista ecuatoriano no debe estar en función de los hechos en sí sino del poder de comunicarlos con justicia y equidad.

2.- Confusión y manipulación

La manipulación en los medios de comunicación es evidente en muchos aspectos de la información, esto tiene una relación directa con el subdesarrollo, que se describe como la situación en que unas mayorías desinformadas están sometidas al dominio de minorías informadas.

Que las Empresas que se constituyen para difundir la labor periodística en el país lo hagan pensando en que esta es una labor comunitaria y solidaria, antes de pensar que se trata de un buen negocio, enfocados en que la labor demanda mucho sacrificio y que el fin

representa ser un canal libre y equitativo para que todos sin excepción puedan tener las mismas oportunidades de estar representados en sus espacios.

En nuestro medio es muy fácil caer en esta condición, el hecho se debe a que hay falta de información, mejor dicho comencemos por la falta de instrucción en un porcentaje de más de 40% de la población a nivel nacional, si esto no se revierte, no habrán posibilidades de que la misma ciudadanía pueda rechazar algo que está tan distante y desconocido para ellos como son las noticias mucho menos tendrá opción de criticar, de replicar y de elegir.

Una comunidad que desconoce todo lo referente a sus intereses y derechos comunes está expuesta a la manipulación de ideas por la minoría que en este caso son los dueños de los medios de comunicación, porque ellos poseen los medios.

3.- Criterios

En cuanto a la función del periodista ecuatoriano en los medios hay que rescatar que existen muchos y muy valientes periodistas que se han hecho un espacio importante en el medio por su decisión y entereza a la hora de afrontar impedimentos u órdenes para cambiar la línea de su conducta, de eso se trata de ir avanzando en esta carrera tan delicada y a al vez tan importante para crear conciencia en la ciudadanía, en rechazar todo aquello que no es objetivo y solo apoyar a los medios que sirven a la comunidad.

4.-Conceptos

En cuanto a la libertad de expresión, debe de tenerse en cuenta que para aplicarla es necesario que exista la garantía de la libre circulación de la información, que como claramente , no es otra cosa que el flujo incondicional y libre de la misma a través de los canales destinados para ello, este flujo debe de canalizarse bajo los criterios de la libertad de expresión, de los criterios de los informantes y de la seguridad de que estamos ante profesionales dignos, ético y objetivos, esta recomendación es para todos los periodistas que laboran en prensa, que vierten su opinión y que deben de desarrollar al máximo los principios deontológico que rigen la vida de un profesional de la materia.

La ética es pues el eje principal del desarrollo de un periodista en el desarrollo de su profesión y en su relación con los medios de comunicación.

En general, estoy convencida que para que se respeten los códigos del periodista ecuatoriano el cual incorpora a la ética como su principal norma a cumplir hay que hacer un

esfuerzo de toda la población en general, los que hoy son Gobierno, que tienen la obligación de educar a la población en valores y respetando la verdad por encima de cualquier otra cosa, los medios de comunicación, realizando una labor objetiva y justa y la población en general reclamando sus derechos a fin de que la sociedad en su conjunto esté bien informada, que sepa que es lo que está sucediendo con sus intereses, con sus ideas, con sus aspiraciones, con sus objetivos como ecuatorianos,

ANEXOS

ANEXO I



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

- | | | |
|--------------------------------------|------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A) Universo | A) La Hora | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Comercio | B) Crónica de la | <input type="checkbox"/> Tarde |
| <input type="checkbox"/> C) Hoy | | |
| <input type="checkbox"/> D) Expreso | | |
| <input type="checkbox"/> E) El Extra | | |

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 desagrada 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 | <input type="checkbox"/> A) Ecotel TV | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Gamavisión | <input type="checkbox"/> B) UV Televisión | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Teleamazonas | <input type="checkbox"/> C) TV Sur | <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 desagrade 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 | <input type="checkbox"/> A) Súper | <input type="checkbox"/> | Láser |
| <input type="checkbox"/> B) Sucre | <input type="checkbox"/> B) Centinela | <input type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> C) Sonorama | <input type="checkbox"/> C) Poder | <input type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> D) La Bruja | <input type="checkbox"/> D) Loja | <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.....

RESPONSABILIDAD

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 | <input type="text"/> | 4 | <input type="text"/> |
| 2 | <input type="text"/> | 5 | <input type="text"/> |
| 3 | <input type="text"/> | | |

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 | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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 | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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

| | | | |
|----|----------------------|----|----------------------|
| SI | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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

| | | | |
|----|----------------------|----|----------------------|
| SI | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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

| | | | |
|----|----------------------|----|----------------------|
| SI | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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

| | | | |
|----|----------------------|----|----------------------|
| SI | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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 | <input type="text"/> | NO | <input type="text"/> |
|----|----------------------|----|----------------------|

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

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

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO II



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?

ANEXO III

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Constitución Política de la República, sancionada por el voto popular el 15 de enero de 1978 y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano, un derecho irrenunciable del periodista profesional y una obligación ineludible de los medios de comunicación social y del Estado.

La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de la comunicación social. Este derecho es, en consecuencia, inalienable, por lo que le corresponde al periodista profesional su plena aplicación práctica, ya para satisfacer el anhelo comunitario de una información oportuna, veraz y objetiva, ya para contribuir a la correcta interpretación y orientación de los problemas en el complejo mundo en que vivimos, ya para ofrecer distracción constructiva y útil; en fin, para reforzar e impulsar los programas y planes de desarrollo social y para luchar por la soberanía, independencia y dignidad nacionales.

El periodista profesional debe cumplir en este contexto un rol esencial. Está obligado a ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de su pueblo, de su comunidad y de su familia. No es ni puede ser neutral, porque en la sociedad humana es imposible esa neutralidad, como no sea para favorecer directa o indirectamente, intereses antipopulares. Es y debe ser esencialmente objetivo, de manera especial para interpretar los acontecimientos de la vida diaria y darle a la información la categoría, el volumen, la importancia y la interpretación que realmente merece.

La delicada tarea que cumple el periodista profesional le obliga también a ser altamente responsable con los principios universales de la convivencia pacífica entre los países del mundo y el respeto mutuo con los fundamentos sociales de su propio pueblo y sus legítimas aspiraciones y con las libertades y derechos de la persona humana. No puede, en consecuencia, prestarse para alentar acciones o planes que atenten contra estos principios fundamentales. Deberá ser ajeno al sensacionalismo irresponsable, a la mercantilización de la noticia o cualquier tipo de manipuleo de la información o de la opinión que falsee, tergiverse, niegue o limite la verdad.

Personalmente el periodista profesional, así como tiene derechos a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas, especialmente su vida privada, y a guardar una conducta ejemplar que avalice precisamente su autoridad para informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios de comunicación social.

Vista esta Declaración de Principios, la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos.

Capítulo I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 3.- El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.

Artículo 4.- La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

Artículo 6.- El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los marginados de la comunicación social.

Artículo 7.- El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunidad social.

Artículo 8.- El periodismo está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y el medio ambiente.

Artículo 9.- El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad.

Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales.

Capítulo II

EL PERIODISTA Y EL ESTADO

Artículo 11.- El periodista está obligado a defender la soberanía y la integridad territorial, sus símbolos patrios, su historia, su cultura y sus tradiciones.

Artículo 12.- El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información.

Artículo 13.- El periodista demandará del Estado la defensa de los derechos de los trabajadores, su capacitación, salarios justos, seguridad social y estabilidad

Artículo 14.- 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.

Artículo 15.- El periodista debe luchar para que el Estado garantice la plena vigencia de la ley de Ejercicio Profesional del Periodista.

Artículo 16.- El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa o ideológica.

Artículo 17.- El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país.

Artículo 18.- El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos y manifestará contrario a los regimenes fascistas o que no respetan la dignidad humana.

Capítulo III

EL PERIODISTA Y LA FENAPE

Artículo 19.- El periodista debe cumplir y hacer cumplir este Código, la Ley Ejercicio Profesional del Periodista, los Estatutos, Reglamentos, así como las resoluciones de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, FENAPE.

Artículo 20.- El periodista será leal militante de la FENAPE y defensor de los principios profesionales.

Artículo 21.- El periodista está obligado a fomentar la fraternidad y el respeto mutuo entre colegas.

Artículo 22.- El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas, sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro acto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad y dignidad.

Artículo 23.- Al periodista le está prohibido promover o participar en actos contrarios a la Federación Nacional de Periodistas.

Capítulo IV

EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las Fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrirá a Fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante a FENAPE las presiones que las Fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Artículo 33.- El periodista debe informar a su Colegio Provincial los casos de ejercicio ilegal de la profesión, a fin de que el Colegio denuncie el incumplimiento de la ley a las autoridades correspondientes.

Artículo 34.- Los periodistas que tienen funciones directivas no pueden ejercer acciones que perjudiquen a sus colegas subordinados por discrepancias políticas, ideológicas, religiosas, enemistad personal o consignas empresariales injustificadas.

Artículo 35.- Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos.

Capítulo V

EL PERIODISTA Y LA EMPRESA

Artículo 36.- El periodista está obligado a velar porque se cumplan las disposiciones de la legislación laboral.

Artículo 37.- El periodista exigirá a la empresa respeto para sus creencias políticas, ideológicas y religiosas.

Artículo 38.- El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

Artículo 39.- El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

Artículo 40.-El periodista debe propender a que se le reconozca el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja.

Artículo 1.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.

Capítulo VI

EL PERIODISTA Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Artículo 2.- El periodista está obligado a cumplir las decisiones y acuerdos que la institución tome estatutariamente en sus relaciones internacionales.

Artículo 3- El periodista debe luchar por la libertad de los pueblos, contra el colonialismo, el neocolonialismo y toda forma de discriminación ideológica, religiosa y racista.

Capítulo VII

DISPOSICIÓN FINAL

Artículo 44.- El presente **CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL** fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, en la ciudad de Cuenca, el 17 de noviembre de 1978.

Nº. 1932

EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

CONSIDERANDO

Que la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador ha presentado para conocimiento de este Portafolio el Código de Ética del Periodista Profesional:

Que es necesario que esta clase profesional cuente con un instrumento que regule sistemáticamente los derechos y obligaciones morales a que tienen que ajustarse en el diario desenvolvimiento de sus labores; y,

En cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 6 de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, publicada en el Registro Oficial N. 900, de 30 de septiembre de 1975.

ACUERDA

Aprobar el **CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA PROFESIONAL** presentado por la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, para obtener una justa y real aplicación de los principios prescritos en el cuerpo legal sobre la material.

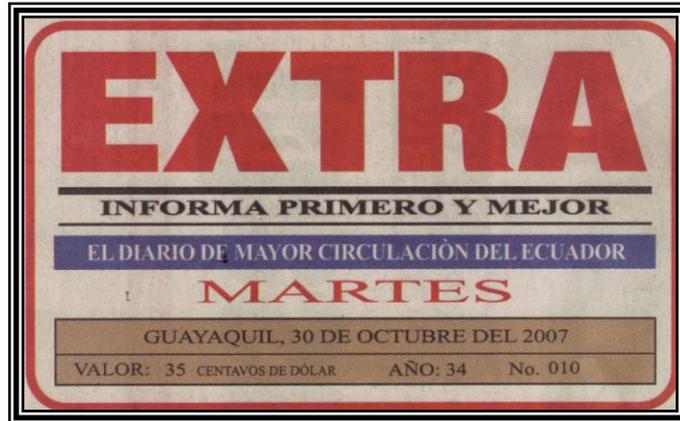
Comuníquese y publíquese. En Quito, a 25 de enero de 1980.

f) Dr. GALO GARCÍA FERAUD, Ministerio de Educación y Cultura.

Publicado en el Registro Oficial N. 120, de de febrero de 1980.

ANEXO III

Nota de prensa de hecho acaecido en la ciudad de Quito ¡SE LANZÓ DEL PUENTE DE ZAMBIZA! Diario EXTRA, edición del 30 de Octubre del 2007, paginas principal 5



Su novia había abortado dos veces

¡Se mató porque no lo dejaron ser padre!

Decepcionado porque quería ver crecer a sus hijos, el suicida decidió lanzarse desde el puente de Zámbriza.

Quito, Pichincha

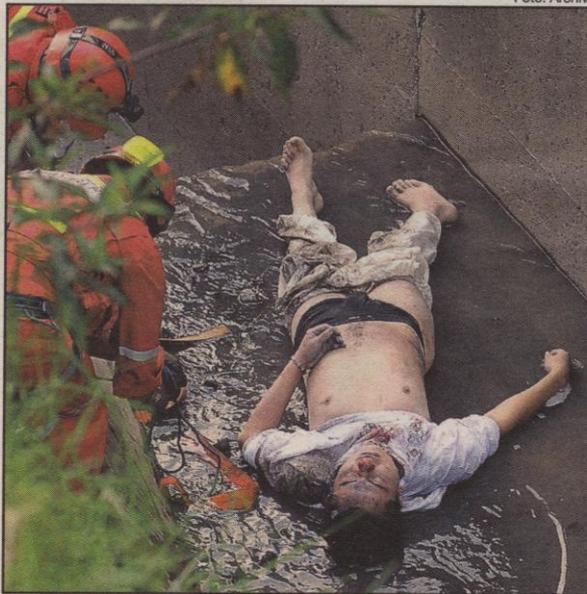
Foto: Archivo

Un sinnúmero de decepciones y el doble dolor de no poder haber sido padre, pues su novia eligió abortar los dos bebés de los cuales quedó embarazada, fueron, entre otras, las principales razones que llevaron a Santiago (nombre protegido) a terminar con su vida lanzándose desde lo alto de un puente.

Sus familiares lo recuerdan como una persona trabajadora, responsable y un apoyo fundamental para sus padres, pues mientras estudiaba informática, el muchacho también laboraba para ayudar en casa.

Las hermanas del suicida dicen que Santiago podría estar vivo si su familia se hubiera dado cuenta a tiempo de sus intenciones, pero ellos descubrieron la carta de despedida justo cuando unos transeúntes veían al chico arrojándose al vacío desde el puente de Zámbriza.

En la carta pedía perdón por la decisión que había tomado y ahora su hermana mayor, que no vivía con él, es la que más llora su partida, pues ella era la única que conocía de los problemas amorosos que



ANTES DE LANZARSE al vacío dejó escrita una carta en la cual pedía perdón.

ACERCAMIENTO FATAL:

Hace tres meses Santiago recibió una llamada telefónica a su celular, era su ex quien lo buscaba. Tal fue la habilidad empleada por la muchacha que él volvió con ella.

Esa fue su peor decisión, ya que desde entonces tuvieron más problemas, hasta que el viernes no llegó a casa. Tres días después la familia lo encontró muerto en la morgue.

lo desgastaban a diario.

UNA RELACIÓN MUY MALA

A pesar de que Santiago tenía 20 años, éste había conocido el amor y el desengaño.

Su hermana dijo que desde hace algunos meses el joven estaba bastante deprimido porque su novia a la que amaba con locura se había quedado embarazada y abortó sin consultarle.

La muchacha repetía que no quería ser madre, pero nuevamente quedó en estado, a pesar de que Santiago le había pedido que dejé vivir a esa criatura, la joven decidió sacarla de su vientre y entonces la pareja se alejó definitivamente.

BIBLIOGRAFÍA

- BONETE, Enrique. Éticas de la información y deontologías del Periodismo, Editorial TECNOS, S.A. Madrid, 1995.
- MARÍA TERESA HERRAN Y JAVIER DARÍO RESTREPO: Ética para periodistas. Editorial NORMA, 2005. Pág. 22
- MILTON SALVADOR GARCÍA: Comunicación Social, Editorial CIESPAL, Mayo, 2004.
- LEAUTE, Jacques, Ética y responsabilidad del periodista, CIESPAL, Quito 1996
- [http:// investigación.org.mx/lared/novdic99/artículo1.html](http://investigación.org.mx/lared/novdic99/artículo1.html).
- [http:// www.saladepresnsa.org/art301.htm](http://www.saladepresnsa.org/art301.htm)
- [http:// www.infoamerica.org/index2.htm](http://www.infoamerica.org/index2.htm)
- <http://www.eumed.net/cursecon/textos/leontief-supuestos.htm>
- <http://www.comminit.com/la/lasth/sld-1161.html>
- <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/tipencuch.htm>
- <http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070517193342AanIG3X>