



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**MODALIDAD ABIERTA**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“El nivel ético de los medios de comunicación en el Ecuador: Red TV Ecuador Canal 38, Periódico Al Volante y Radio La Red 102.1 FM, de la ciudad de Quito”.**

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

**AUTOR: Marcelo Vargas C.**

**DIRECTORA DE TESIS: Lic. Karina Valarezo.**

**CENTRO UNIVERSITARIO QUITO**

**2007-2008**

## **CERTIFICACIÓN**

Lic. Karina Valarezo  
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por el Sr. Marcelo Vargas C., sobre el tema: “El nivel ético de los medios de comunicación en el Ecuador: Red TV Ecuador Canal 38, Periódico Al Volante y Radio La Red 102.1 FM, 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.

Quito, 21 de Diciembre de 2007

Lic. Karina Valarezo

## **CESIÓN DE DERECHOS**

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

**AUTOR**

## **AUTORIA**

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

Quito, diciembre 2007.

f -----

Marcelo Vargas C.

C.I.: 171401077-2

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo fue realizado gracias al apoyo, el respaldo y la colaboración de mi familia y de todas las personas que intervinieron en el desarrollo investigativo del tema propuesto como proyecto de tesis.

Es importante resaltar también el apoyo incondicional de quién a lo largo de mi formación académica, ha cumplido la labor de maestro y guía, mi hermano Cristhian; para ti mi agradecimiento eterno y el reconocimiento del empuje y la perseverancia que sembraste en mí.

**El Autor**

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja y a los medios de comunicación en estudio por su colaboración.

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

**El Autor**

## INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	i
CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
AUTORIA .....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE GENERAL.....	vi
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN .....	2
OBJETIVOS.....	3

### EL NIVEL ÉTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

#### CAPITULO I

##### MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

1.1. Breve reseña de la creación de los medios con los que trabajará.....	4
1.2. Análisis del trabajo que realizan.....	6
1.3. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética.....	9
1.4. El papel del comunicador en los medios, como es y cómo debería ser.....	12

#### CAPITULO II

##### DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

2.1. Diseño de tablas estadísticas con los datos obtenidos en la investigación y Presentación de los Resultados.....	14
2.2. Análisis de Datos de las entrevistas.....	49

#### CAPITULO III

##### ANALISIS DE SUPUESTOS

3.1. <i>Antecedentes</i> : Explique que es lo que conocía usted de la aplicabilidad de la ética en los medios, antes de iniciar su investigación.....	54
---	----

3.2. <i>Supuesto 1:</i> Los medios de comunicación colaborarán de forma positiva a la investigación.....	55
3.3. <i>Supuesto 2:</i> Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos a futuro.....	58
3.4. <i>Supuesto 3:</i> Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética.....	59

## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS DE CONCEPTOS Y CODIGO ETICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO**

4.1. Defina los resultados de la investigación.....	61
4.2. Relacione los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista.....	62
4.3. Tomando como ejemplo fotografías, recortes de periódicos, programas televisivos o radiales, que vayan contra los lineamientos de la ética periodística; escoja uno de ellos y luego analice, explique y argumente lo que el código dice y que no se cumple en el mismo.....	64

## **CAPITULO V**

5.1. CONCLUSIONES.....	66
5.2. RECOMENDACIONES.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	68

## **ANEXOS**

Anexo 1: Modelo de Entrevista.....	71
Anexo 2: Modelo de Encuesta.....	72
Anexo 3: Entrevista Radio “La Red”.....	79
Anexo 4: Entrevista Periódico “Al Volante”.....	81
Anexo 5: Entrevista Comunicadores Independientes.....	85
Anexo 6: Entrevista Comunicadores Independientes.....	89
Anexo 7: Entrevista Comunicadores Independientes.....	93
Anexo 8: Entrevista Comunicadores Independientes.....	97

Adjunto: CD con entrevistas a Directivos y Periodistas de Rario “La Red” y “Red TV Ecuador” canal 38

## **RESUMEN**

En el primer capítulo se habla acerca de los Medios de Comunicación en el Ecuador; se desarrolla una breve reseña de la creación de cada medio designado para el estudio; luego se analiza el trabajo que realizan, enfocándose en la aplicabilidad del código de ética y concluyendo con el papel que debería desempeñar el comunicador en los medios.

El segundo capítulo se refiere al Desarrollo del Trabajo Investigativo; aquí encontramos el análisis de datos obtenidos a través de entrevistas a periodistas y directivos de los medios; así como encuestas a un determinado grupo de personas. Toda la información obtenida es tabulada y presentada mediante tablas y cuadros estadísticos.

En el tercer capítulo, se muestra el conocimiento previo que se tenía acerca de la Aplicabilidad de la Ética en los Medios; también se analiza si se cumplieron con los Supuestos Teóricos que se asumían como parte lógica dentro del funcionamiento de un medio de comunicación.

El capítulo cuarto, habla sobre los Resultados de la Investigación mediante encuestas y entrevistas; se relaciona y compara la información obtenida con los literales más relevantes del código de ética del periodista. Finalmente se estudia un caso real de un medio que incumplió con lo dispuesto por el Código Ético; se explica y se argumenta en que puntos se está fallando.

Para finalizar, en el capítulo cinco se presentan Conclusiones y Recomendaciones que los medios de comunicación, autoridades de control y los gremios periodísticos deberían tomar en cuenta para facilitar y garantizar un trabajo con altos niveles de calidad, dentro del marco del respeto a las normas legales y de convivencia.

## **INTRODUCCION**

El sistema actual con el que los medios de comunicación manejan la información, ha provocado que toda noticia, eventualidad y situación que despierte la atención de la audiencia, sean observadas desde una perspectiva de orden comercial, con la finalidad de obtener alguna remuneración económica o simplemente elevar el ego de directivos y propietarios de los medios que desafortunadamente en nuestro país la mayor parte de estas personas mantienen relaciones estrechas con el Poder y la Política; de esta manera se ha dejado de lado la misión y la razón de existir de un medio de comunicación que es informar, educar, servir y formar a la gente.

# OBJETIVOS

## 1. Objetivo General

Analizar a través de los datos recopilados en este estudio, si existe una correcta y verdadera aplicabilidad del Código de Ética, en los medios de comunicación masivos del país.

## 2. Objetivos Específicos

- © Demostrar que la aplicación del Código de Ética en los medios de comunicación investigados (radio “La Red”, periódico “Al Volante”, “Red TV Ecuador” Canal 38), actualmente no es suficiente.
- © Identificar si estos medios de comunicación trabajan sobre la base de los linimientos de la ética.
- © Participar activamente en el proceso de investigación propuesto por la UTPL como tema de tesis, acogiendo la información recopilada como medio de conocimiento, aprendizaje y de cultura del profesional de la comunicación.
- © Establecer el nivel de importancia que tiene el Código de Ética para la gente involucrada dentro del campo de la comunicación.

# **EL NIVEL ÉTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR**

## **CAPÍTULO I**

### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR**

#### **1.1 Breve Reseña de la creación de los Medios investigados:**

##### ***1.1.1 Reseña de la creación del Periódico “AL VOLANTE”***

El Periódico “AL VOLANTE” se fundó en 1989, y luego de un cambio administrativo, el 21 de Agosto del 2000, se realizó el relanzamiento del periódico y desde esa fecha hasta la actualidad, sus entregas mensuales han sido continuas. El trabajo periodístico está enfocado a brindar información necesaria para el Gremio de Transportistas a nivel Nacional.

La dirección está a cargo de la Lcda. Sonia Ramos, Comunicadora Social; quien nos cuenta que desde muy joven estuvo vinculada al gremio transportista como conductora de un bus urbano y luego de un taxi en la ciudad de Guayaquil. La relación que estableció con dirigentes, propietarios y conductores asociados en federaciones -tanto provinciales como nacionales-, impulsó la creación de un espacio en donde se presenten las inquietudes de la clase trabajadora en las distintas unidades de transporte de servicio urbano e interprovincial.

El Periódico “AL VOLANTE”, desde su reinicio, improvisó una pequeña oficina en la casa de la Lcda. Ramos, en la ciudad de Guayaquil; valiéndose de una máquina de escribir se empezó armar las páginas del medio que actualmente es uno de los periódicos más representativos dentro de la información de la clase del transporte nacional.

Los años de trabajo arduo han permitido que actualmente “Al Volante” tenga oficinas propias en Quito y Guayaquil; siendo en esta última ciudad la sede nacional del informativo. Además del periódico, cuentan con “AL VOLANTE TV”, otro producto informativo que la Lcda. Sonia Ramos presenta cada lunes a las 19h05 por la señal de RTU, canal de televisión nacional e internacional.

### **1.1.2 Reseña de la creación de Radio LA RED 102.1 FM**

Alfonso Laso Bermeo más conocido como Pancho Moreno, junto a sus hijos Alfonso y Julio Laso Ayala y la colaboración, respaldo técnico y profesional de comunicadores deportivos como el Dr. Pablo Montenegro, Luís Paredes, Edwin Salas, Esteban Carranco y demás equipo humano, son quienes conforman la Compañía Limitada Jornadas Deportivas, propietaria de Radio La Red 102.1 FM.

El 07 de Junio de 1996, se concesiona la frecuencia radial y desde esa fecha hasta la actualidad, se ha superado la década de trabajo periodístico, dando cobertura a eventos como mundiales de fútbol, copas Libertadores de América y una gran cantidad de eventos deportivos, principal característica de este medio de comunicación radial especializado en el deporte.

Alfonso Laso Ayala es el Director General, profesional reconocido por su trabajo en otros medios como Teamazonas desde hace varios años; con él otro periodista Pablo King que también presta sus servicios en los dos medios de comunicación. Juntos colaboran en la realización, producción y edición de entrevistas a deportistas nacionales y extranjeros que se encuentran en distintas latitudes a través del teléfono o vía satélite, manteniendo a la audiencia informada mediante imágenes y audio.

No solo el deporte profesional es cubierto por los reporteros de la Red; existe espacio para otras disciplinas como fútbol barrial, basket y tenis en las categorías formativas y recreativas; además auspician eventos como la carrera “La Ruta de las Iglesias en Quito”, acontecimiento que se realiza cada año por las calles del Centro Histórico.

### **1.1.3 Reseña de la creación de RED TV ECUADOR Canal 38**

El 01 de Enero de 1997, nace en la ciudad de Guayaquil COSTAVISION, canal de televisión en el espectro de la banda de frecuencia UHF, con autorización para transmitir

solo en la Perla del Pacífico. Al cabo de un año exacto, el jueves 01 de Enero de 1998, la señal se emite para la región Interandina con el nombre de ANDIVISION canal 38 UHF Quito, con el propósito de llegar a otro tipo de audiencia y buscar el desarrollo y el crecimiento del canal.

Desde el inicio las series han sido su principal atractivo, por tal motivo se presentan varios géneros como el drama, suspenso, policiales y entretenimiento, destacando como las más vistas por los televidentes a Mac Gyver, Miami Vice, el Oso Yogui; el Toque de un Ángel entre otras. Actualmente se han introducido espacios que presentan temas de interés social y colectivo, estos programas son “Creciendo Juntos” conducido por la Psicóloga Karina Vallejo, “Algo Diferente” con la Cosmetóloga Jazmín Muñoz y “Dile a un Amigo” dirigido por Arturo Nero.

Los avances tecnológicos no han tardado en llegar a este medio y como canal filial de RTS (Red Telesistema), Costavisión y Andivisión también han dado un giro a su imagen para convertirse en lo que hoy se conoce como RED TV ECUADOR canal 38 UHF para Quito y Guayaquil, Cable 71 Guayaquil y 72 Quito, Univisa 89.

Así es como ahora Red TV Ecuador, con su eslogan “Te Atrapa”, es considerado como uno de los canales de mayor sintonía en señal UHF.

En la Capital, María Elena Hernández es quién representa la concesión de la frecuencia otorgada hasta el año 2014; en esta se indica que la cobertura del canal abarca a Quito y a sus alrededores. El Director de RED TV en esta ciudad es el Lcdo. Jaime Cornejo.

## **1.2 Análisis del trabajo que realizan estos medios**

### **1.2.1. Periódico AL VOLANTE**

Este periódico fundamenta su trabajo en la labor y las actividades que realizan los transportistas ecuatorianos agremiados en distintas federaciones provinciales y nacionales. La Licenciada Sonia Ramos es la Directora y Editora de este medio, presenta sus trabajos periodísticos tanto escrito (Al Volante Periódico) como televisivo (Al Volante TV), siendo en estos medios en donde se ofrece información referente a eventos realizados o por desarrollarse, además de noticias que competen a leyes y reglamentos que ordenan y

regulan la actividad del transporte; también se presentan reportajes y notas en distintos sectores de la Patria, segmentos culturales y sociales que involucran al del gremio de la transportación.

Con la cobertura amplia y variada del equipo periodístico del rotativo “Al Volante”, encabezada por su directora, tres reporteros de los cuales dos trabajan ocasionalmente según la necesidad del periódico, un camarógrafo y un presentador del programa televisivo, se arma mes a mes la edición con reportajes, artículos en su mayoría sociales, publicidad e información, ofreciendo el espacio para que los conductores en sus distintas asociaciones expongan sus actividades, pocas veces presentadas por los grandes informativos.

El trabajo desplegado ha hecho que la labor periodística tenga gran aceptación y gran respaldo a escala nacional; además del reconocimiento de los mismos transportistas, la confianza de firmas publicitarias y la condecoración de la Asociación de Periodistas, Editores y Corresponsales del Guayas APECOG, motivando a los directivos y a los colaboradores del medio a ofrecer un producto periodístico con calidad.

### **1.2.2. Radio LA RED 102.1 FM**

Esta radio dedica su programación al deporte, dando espacio principalmente al fútbol nacional e internacional, los programas como “Amanecer Deportivo” de Pablo Montenegro, “La Barra de la Tribuna” de Edwin Salas, “Jornadas Deportivas” de Alfonso y Julio Laso Ayala, realizan el análisis de los encuentros desarrollados después de cada fecha del calendario deportivo. En el espacio del Dr. Montenegro, se pide opiniones a la audiencia (se interactúa) a través de mensajes vía celular y se comentan los resultados de cada partido; Edwin Salas en compañía de Luis Paredes, en su espacio promueven los próximos encuentros futbolísticos a través de sorteos de entradas y preguntas al aire; es así como ésta emisora incentiva a la gente para que asista a los distintos escenarios deportivos.

Pero los logros y la participación de deportistas nacionales de otras disciplinas, también tienen su espacio como por ejemplo la cobertura en 1999 del torneo que jugó Nicolás Lapentti junto a los 8 mejores tenistas del mundo de ese año; los ascensos de Iván Vallejo a distintas cumbres en varios lugares del planeta, las participaciones de Jefferson

Pérez en múltiples torneos y competencias; además sin ser menos importantes los eventos que se desarrollan en barrios y canchas de Quito y sus alrededores.

Alfonso Laso (hijo) Director de la radio, tiene su programa “Jornadas Deportivas” de lunes a viernes en horario de 8:00 a 10:00 de la mañana, momentos en los cuales comparte con la audiencia y sus colegas, entrevista a deportistas como Edison Méndez, Ulises de la Cruz y demás profesionales que se destaquen a nivel nacional como internacional, trata temas de actualidad con sus compañeros Julio Laso y el periodista y reportero Reinaldo Romero, para luego del programa delegar a su alterno Esteban Carranco la dirección de la radio y retirarse a realizar actividades personales.

Radio La Red ofrece a su audiencia la posibilidad de escuchar los partidos de fútbol del campeonato nacional a través de frecuencia modulada y de audio real en [futbolecuador.com](http://futbolecuador.com) la página web de este medio donde además encontrará las últimas noticias del deporte nacional e internacional. Cabe destacar que existen segmentos diarios que se presentan al terminar los distintos programas, sus contenidos son variados y dan un toque diferente a las temáticas que ofrece este medio. “Quito cinco siglos de historia”, es un espacio que relata las leyendas, costumbres y tradiciones de la capital desde la época colonial, en las voces de Alfonso Laso B (padre) y Alfonso Laso A. (hijo); otro segmento es “La red internacional”, en donde se informa sobre los últimos acontecimientos en el mundo del deporte.

Pancho Moreno principal directivo y periodista con amplia experiencia aporta con sus conocimientos para que a través de las ondas de La Red, día a día la audiencia encuentre en el deporte la válvula de escape a los problemas de la sociedad como manifiestan sus más cercanos colaboradores.

### **1.2.3. RED TV ECUADOR Canal 38**

Como menciona el Lcdo. Jaime Cornejo, Director en la Sierra, Red TV es un canal compacto que se dedica a la transmisión de series en un noventa por ciento, pocos programas propios de entretenimiento y de deportes, es la programación que ofrece este medio a la audiencia. Se evidencia el escaso personal con que cuenta la estación, esto se demuestra especialmente en Quito en donde además del Director hay una asistente que

cumple también funciones que tienen que ver directamente con el filial RTS puesto que en el mismo lugar operan los dos medios. Según los directivos que se encuentran en Guayaquil, el personal para la repetidora es más que suficiente.

En lo que tiene que ver con la producción nacional todo se realiza, produce y presenta en la ciudad de Guayaquil, con personal que cumple funciones de presentador y animador de programas musicales; además cuenta el canal con un servicio a la audiencia de mensajes escritos vía celular en donde se muestran frases con contenidos que van desde saludos, peticiones musicales hasta propuestas de trabajo, sin dejar de lado a las relaciones afectivas conocidas con el nombre de busca pareja.

El principal directivo del canal en Guayaquil es el Ing. Elías Mora quién en un principio se mostró sorprendido por la temática de la entrevista que se le pidió días atrás; pero gentilmente accedió a dar la información requerida para este proyecto de acuerdo a su experiencia en el medio.

El canal tiene proyectado la inclusión de nuevos espacios, ratificar los existentes como el noticiero de CNN en español que se retransmite cada noche, series animadas tanto infantiles como para adultos y promocionar eventos a través de su departamento de publicidad y marketing.

### **1.3 Crítica sobre la aplicabilidad de la ética**

Una vez analizados los medios de comunicación antes expuestos, los resultados de nuestra consulta han sido algo sorprendentes; en el sentido de que al hacer saber la propuesta de la UTPL al iniciar el estudio del tema “El Nivel Ético de los Medios de Comunicación en el Ecuador”, se ha evidenciado la brecha existente entre el pensamiento de los directivos y los periodistas entrevistados en los medios; esto se debe a que cada uno desde su particular visión cree que realiza su trabajo enmarcado y dentro de los límites de la ética periodística que aprendieron varios años atrás en las aulas y por la experiencia adquirida en el campo laboral en el caso de la gente que tiene su tiempo desarrollando esta actividad.

Se sabe que en los medios de comunicación no existe un porcentaje absoluto de gente preparada en universidades o en centros de enseñanza superior en carreras relacionadas con el periodismo, la comunicación social y lo referente a como operan los medios de comunicación; sin embargo esto no ha sido obstáculo para que personas con un buen timbre de voz y buena presencia, ocupen el espacio de profesionales y hasta lleguen a realizar trabajos y producciones periodísticas.

En el caso del periódico “Al Volante”, el equipo periodístico lo conforman la Directora (Lcda. Sonia Ramos), su hijo el periodista y editor (Lcdo. Edison Torres) y dos reporteras que trabajan independientemente (Free Lance), que prestan su trabajo en este medio de acuerdo al pedido por parte de la dirección de manera eventual.

Los eventos, reportajes y coberturas son realizados por la misma Lcda. Ramos, cumpliendo varias labores al mismo tiempo, desplazando a periodistas y colaboradores en sus funciones; desde el punto de vista ético esto no debería ser así, porque una sola persona no debe abarcar con toda la responsabilidad que implica la realización de un periódico, un programa de televisión y el atender las invitaciones que recibe en distintos sitios del país.

El material periodístico que se presenta tiene actualidad e importancia para el gremio del transporte; en este medio los profesionales del volante, exponen sus criterios con altura y cultura sin obedecer a compromisos con nadie y sin tratar de dañar la honra e irrespetar a las personas. Como comunicadora social, la Lcda. Sonia Ramos ha sabido dar un adecuado manejo a la información; esto le ha servido para ir escalando posiciones y sobre todo el reconocimiento por parte del gremio periodístico del Guayas.

En lo que se refiere a radio La Red 102.1 FM, los principales de la misma, se mantienen al margen del funcionamiento del medio; es decir delegan funciones a personal capacitado y de confianza para que manejen los hilos conductores de la estación y puedan trabajar con total libertad y profesionalismo. El trabajo diario de este medio, se basa en la cobertura, los comentarios y el dar espacio a deportes tanto profesionales como en etapas de formación. La información se maneja con respeto y profesionalmente; pero como en toda actividad hay gente que no está de acuerdo con los comentarios y se generan discrepancias y criterios distintos entre periodistas y la audiencia, que son resueltos sin llegar a faltar a la verdad y al respeto mutuo.

El equipo periodístico compuesto por Pablo King, Reinaldo Romero, Washington Moreta, se encarga de mantener informados a los oyentes sea a través de enlaces microondas o llamadas telefónicas internacionales a los personajes más representativos del deporte nacional; esto dentro del orden y la consideración profesional a cada deportista que hace noticia pero de una manera diferente, alejada del escándalo y la intromisión en la vida privada de las personas.

Si hablamos de Red TV canal 38, sorprende ver como una frecuencia de televisión se dedica a transmitir mensajes escritos vía celular a un costo por mensaje a cada televidente que realiza el envío; los contenidos expuestos carecen de ética, lógica y sentido; además de faltas ortográficas tan grandes como la misma pantalla que presenta sin censura y en horarios familiares la hilera de frases que se han vuelto una costumbre no solo en este medio; si no en otros canales como RTU, Canal Uno, que han sabido explotar esta pequeña mina de oro que además de darles rating, les da el dinero del costo de cada mensaje recibido.

Claro está que de las series que inundan la programación de este canal, hay que rescatar el mensaje de positivismo, fe y esperanza que transmiten a los televidentes; además de los programas de entretenimiento de producción nacional con gran aceptación sobre todo por parte de jóvenes que participan activamente en cada espacio.

Debido a que es un canal dedicado a la programación expuesta, la investigación fue algo corta pero abierta y accesible después de dar a conocer el fin del estudio a sus principales directivos en Quito y Guayaquil respectivamente.

Hay que destacar que entre estos tres medios existen similitudes como por ejemplo dedican sus actividades a un determinado sector de la audiencia, son relativamente nuevos dentro de los medios de comunicación que existen en el país, buscan informar objetivamente basándose en hechos y acontecimientos reales. Pero también tienen diferencias como la línea periodística, los niveles de audiencia, el equipo humano y profesional que labora en cada estación y la que más se evidencia es que tanto el periódico Al Volante como la radio La Red, hacen un periodismo tanto informativo como investigativo; es decir presentan hechos y novedades actuales y de interés; así como profundizan en la investigación de situaciones que terminan siendo noticia. Esto no sucede en el canal Red TV

Ecuador que solo dedica su programación al entretenimiento y a las series de suspenso, drama y entretenimiento.

#### **1.4 El papel del comunicador en los medios, cómo es y cómo debería ser:**

Un buen comunicador social es aquel que refleja sus conocimientos adquiridos en su vida estudiantil y luego profesional, basándose en la práctica, la pasión, el amor y el respeto por la profesión que ejerce; pues como dice la gente de los medios, conseguir una noticia puede ser relativamente fácil, la dificultad reside en darle un adecuado manejo ético en saber como comunicar, a quién, cuándo y en dónde.

El papel del comunicador en el mundo globalizado, ha dejado de lado algunos de los principios éticos y morales por tratar de satisfacer intereses particulares por parte de quienes son los dueños de los medios en el que trabaja; manipulando la información a la conveniencia de políticos y gente relacionada con el poder, la misma que ha encontrado en los medios de comunicación, la forma más práctica de moldear el criterio de la gente a través de comentarios y opiniones de reconocidos comunicadores que influyen en el pensamiento de la gente.

En nuestro entorno ha sido común ver a periodistas que han cambiado la actividad informativa por la vida política aprovechando el espacio que los medios les dieron para hacerse conocer, para luego candidatizarse a cualquier cargo público en elecciones que son bastante frecuentes en nuestro país.

La fama obtenida ha significado que en un mismo saco se metan a presentadores, modelos y demás gente relacionada con los medios, junto a periodistas serios y con un alto nivel académico por el hecho de incursionar en la política; actividad que años atrás era mal vista y criticada tal vez por los mismos personajes, comunicadores como Freddy Ehlers, Jimmy Jairala, Yolanda Torres entre otros han perdido credibilidad luego de haber formado parte de la política y retornar nuevamente a los medios.

Pocos son los comunicadores sociales que anteponen los principios, valores y la ética al momento de realizar su trabajo; por este motivo en nuestro entorno es inusual ver que se entreguen reconocimientos y premios a periodistas que han realizado trabajos con

calidad no solo profesional sino humana como sucede en otros países que consideran al comunicador como el nexo entre el poder y la sociedad.

El comunicador actual debe ser un profesional en toda su extensión; es decir una persona íntegra con respeto por sí mismo, por los demás y por las actividades que estos realizan, informando, guiando y educando con objetividad, veracidad y valorizando la libertad de expresión venida a menos fruto del trabajo mediocre que se desarrolla en varios medios que han pasado a ser empresas promotoras de programas de espectáculo, farándula y publicidad sin límites. Para esto es necesario asumir una posición responsable en la información que se obtiene y se maneja para no afectar el curso de los hechos a través de posturas particulares ajenas al ejercicio periodístico.

Cabe aclarar que el papel del periodismo y por tanto del periodista en la sociedad, es el de crear conciencia sobre las diferentes situaciones que acontecen para generar una mejor calidad de vida, así como advertir a la sociedad acerca de las posibles consecuencias que ciertas acciones pueden acarrear; a la vez que ha de procurar comunicar todas aquellas acciones que tienden hacia el bien común de las personas y el mundo.

En últimas, el periodista ha de suministrar a las personas de su comunidad, herramientas informativas y cognitivas suficientes para que las relaciones de los hombres con los hombres y las de estos con el mundo, se tornen cada vez más en relaciones de fraternidad, hermandad y generosidad. Desgraciadamente para lograr este propósito es necesario que las leyes se regulen y se hagan cambios a fin de garantizar el derecho a la información con altura y calidad sin ofender, manipular o dañar la imagen de las personas, escudándose en el periodismo.

## CAPÍTULO II

### DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

2.1 Diseño de tablas estadísticas con los datos obtenidos en la investigación y presentación de los resultados

#### A. Información General

##### A1. EDAD

TABLA

EDADES		Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De 20 a 30 años		25.0	25.0
De 31 a 40 años		34.6	59.6
De 41 a 50 años		40.4	<b>100.0</b>
<b>Total</b>		<b>100.0</b>	

*Análisis:* De acuerdo a esta información, en esta tabla se refleja que la segunda opción tiene un porcentaje más alto de personas de ese rango de edad encuestadas.

##### A2. CIUDAD

TABLA

CUIDADES	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Quito	100.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	

**Análisis:** En esta tabla se indica que las encuestas fueron desarrolladas únicamente en la ciudad de Quito.

### A3. TITULO

**TABLA**

<b>TITULO</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Profesores	21.2	21.2
Contadores y Auditores	7.7	28.8
Mecánicos en General	3.8	32.7
Secretarias	1.9	34.6
Admin.de Empresas	5.8	40.4
Comunicadores	5.8	46.2
Bachilleres	23.1	69.2
Médicos y Psicólogos	17.3	86.5
Abogados	1.9	88.5
Ingenieros	5.8	94.2
Técnicos en Informática	5.8	<b>100.0</b>
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	

**Análisis:** En esta tabla se indica el grupo de personas tomadas como muestra para elaborar el informe sobre la base de sus respuestas; se evidencia un porcentaje alto de profesores y bachilleres encuestados.

### A4. OCUPACIÓN

**TABLA**

<b>OCUPACIÓN</b>	<b>Porcentaje Válido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Profesores	25.0	25.0
Contadores y Auditores	5.8	30.8
Técnicos en Mantenimiento	3.8	34.6
Independientes	7.7	42.3
Administradores	7.7	50.0
Técnicos en Computación	3.8	53.8
Visitadores y Asesores	3.8	57.7
Emp. Públicos y Privados	15.4	73.1
Médicos y Farmacéuticos	15.4	88.5
Estudiantes	7.7	96.2

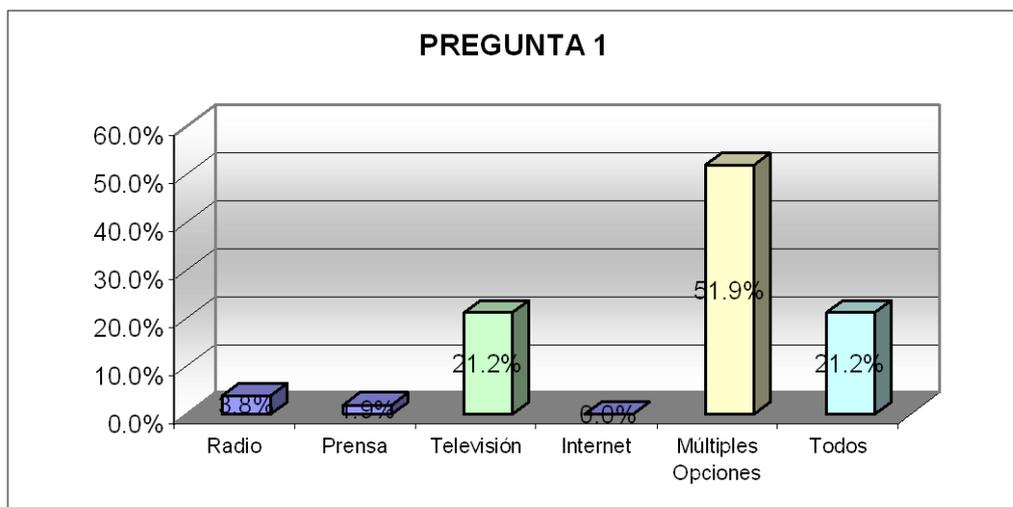
Amas de Casa	1.9	98.1
Policías y Militares	1.9	<b>100.0</b>
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	

**Análisis:** Igual que en la tabla anterior los profesores tienen un alto porcentaje de participación; las ocupaciones de cada persona varían y no obedecen al título académico que poseen

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

**TABLA**

MEDIOS QUE SINTONIZA	Frecuencia	Porcentaje
Radio	2	3.8%
Prensa	1	1.9%
Televisión	11	21.2%
Internet	0	0.0%
Múltiples Opciones	27	51.9%
Todos	11	21.2%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



Fuente: El Autor

**Análisis:** Para representar gráficamente esta pregunta, se hicieron combinaciones entre cada opción para poder crear categorías que por la cantidad obtenida, fue necesario

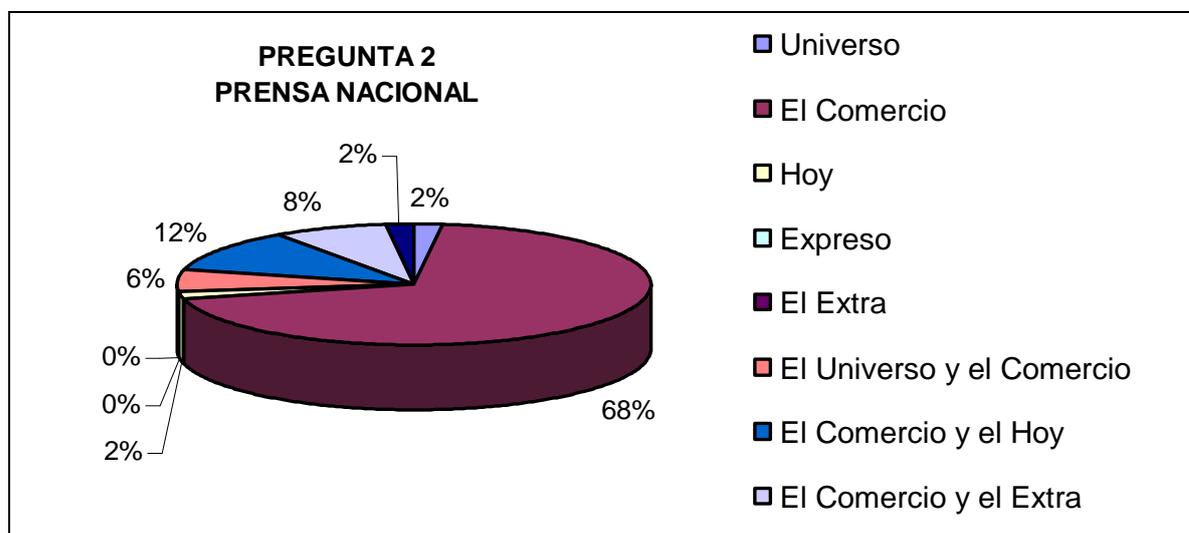
representarlas como “múltiples opciones”, estas en la gráfica son la que reflejan el mayor porcentaje.

## **PRENSA**

### **2. En el caso de periódico, ¿Cuál lee y compra?**

#### **PRENSA NACIONAL**

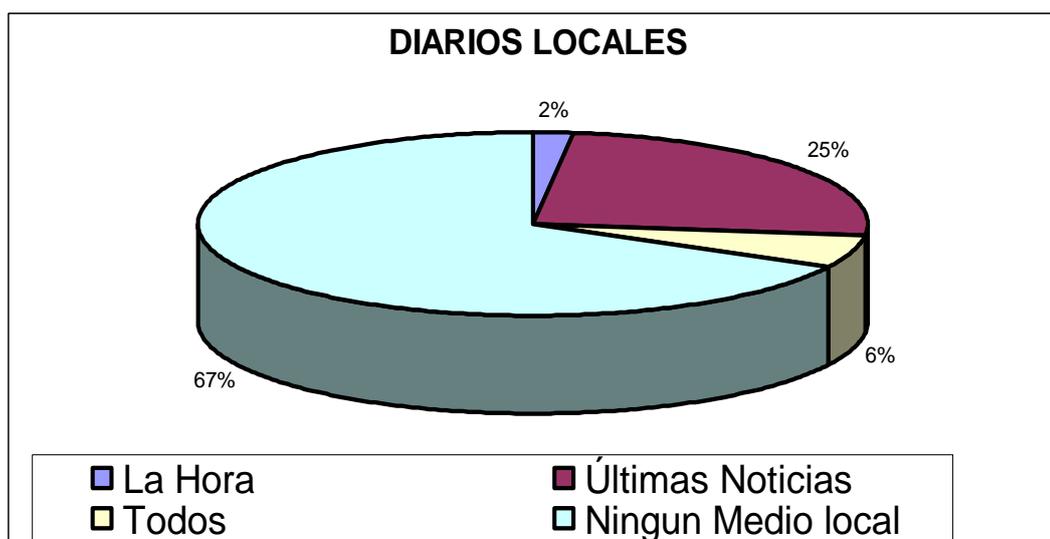
<b>PERIODICOS</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Universo	1	1.92%
El Comercio	36	69.23%
Hoy	1	1.92%
Expreso	0	0.00%
El Extra	0	0.00%
El Universo y el Comercio	3	5.77%
El Comercio y el Hoy	6	11.54%
El Comercio y el Extra	4	7.69%
Todos	1	1.92%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>



Fuente: El Autor

### DIARIOS LOCALES

PERIODICOS	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	1	1.92%
Últimas Noticias	13	25.00%
Todos	3	5.77%
Ningún Medio local	35	67.31%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

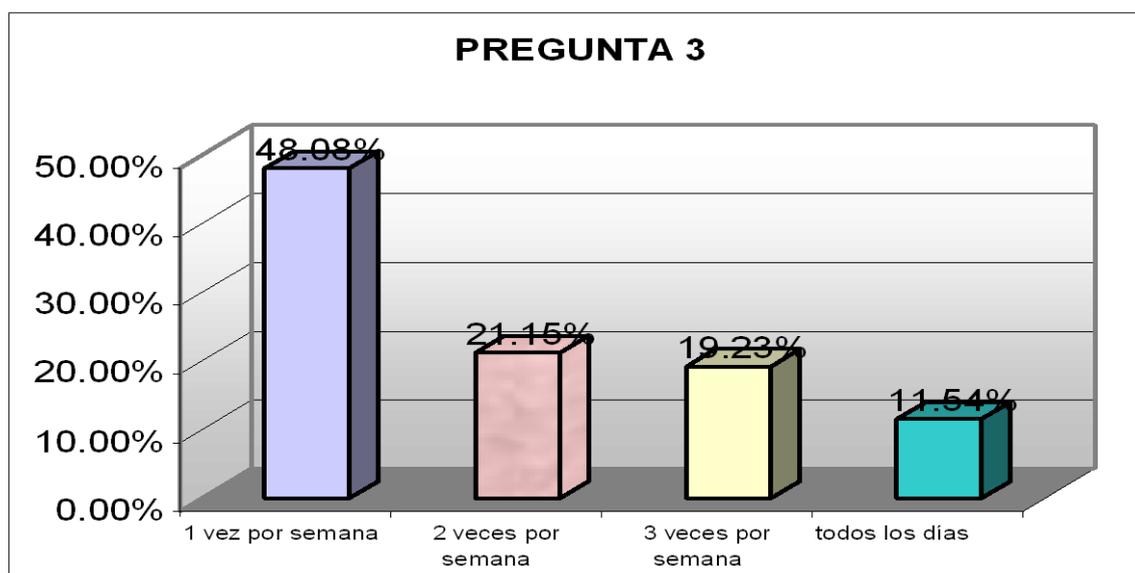


Fuente: El Autor

**Análisis:** En este gráfico el porcentaje de lectores de El Comercio es el más alto a escala nacional; seguido de Últimas Noticias en el ámbito local, periódico del mismo grupo empresarial.

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

	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	25	48.08%
2 veces por semana	11	21.15%
3 veces por semana	10	19.23%
todos los días	6	11.54%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

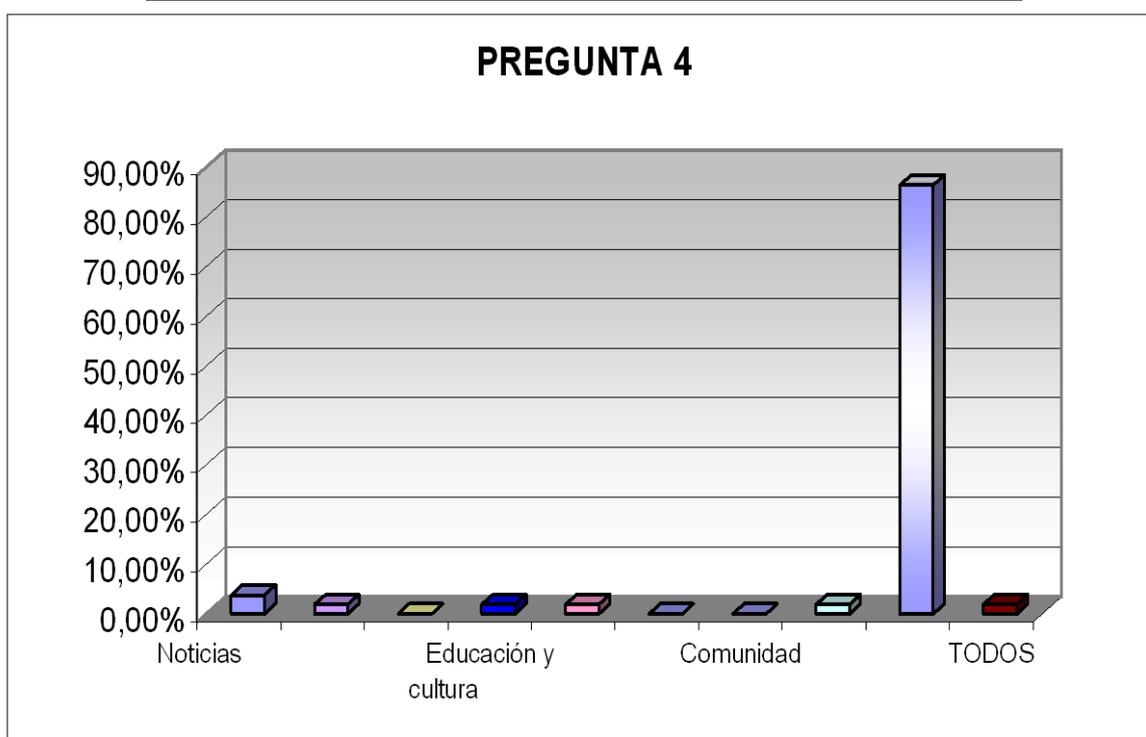


Fuente: El Autor

**Análisis:** La primera opción (una vez por semana), es la más alta, refleja la realidad del consumo de prensa escrita por parte de este grupo de personas encuestadas.

#### 4. ¿Qué partes del periódico consulta?

PARTES PERIODICO	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	2	3.85%
Página editorial y de opinión	1	1.92%
Entretenimiento y farándula	0	0.00%
Educación y cultura	1	1.92%
Deportes	1	1.92%
Salud	0	0.00%
Comunidad	0	0.00%
Infantil	1	1.92%
Múltiples Secciones	45	86.54%
TODOS	1	1.92%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

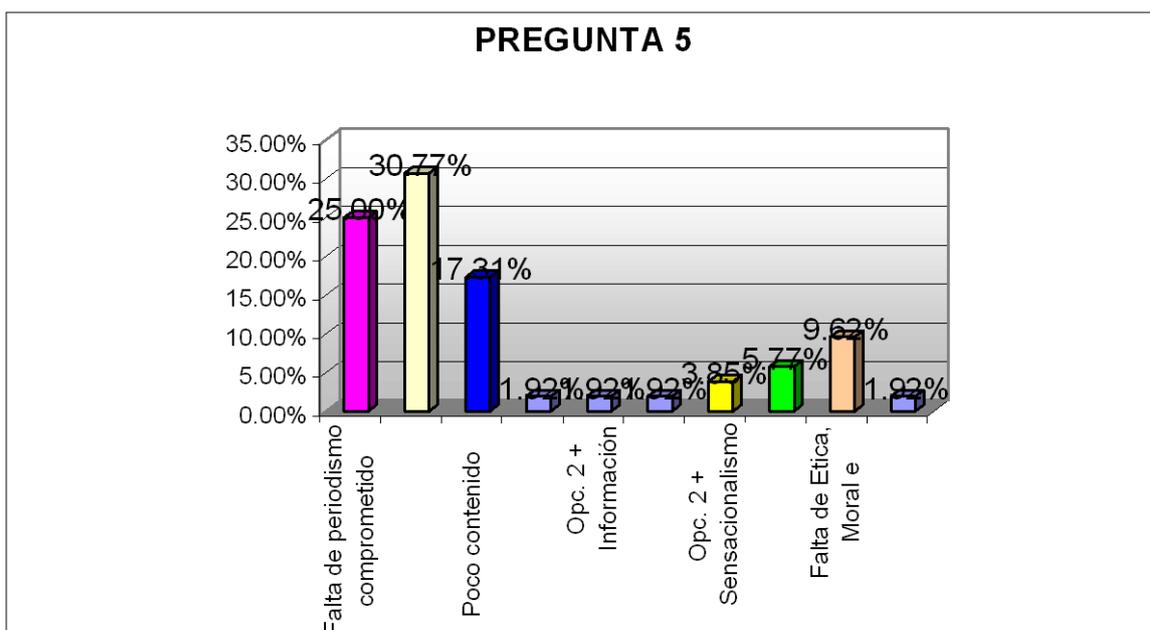


Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayor parte de los lectores, se interesan por las diversas secciones que ofrecen los medios escritos; esto lo graficamos a través de la opción “múltiples opciones”.

### 5. ¿Qué le desagrada de los medios escritos?

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de periodismo comprometido	13	25.00%
Información poco objetiva y desconceptualizada	16	30.77%
Poco contenido	9	17.31%
Opc. 1 + Opc. 2	1	1.92%
Opc. 2 + Información Parcializada	1	1.92%
Opc. 1 + Noticias Tergiversadas	1	1.92%
Opc. 2 + Sensacionalismo	2	3.85%
Sensacionalismo	3	5.77%
Falta de Ética, Moral e Imparcialidad	5	9.62%
TODOS	1	1.92%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

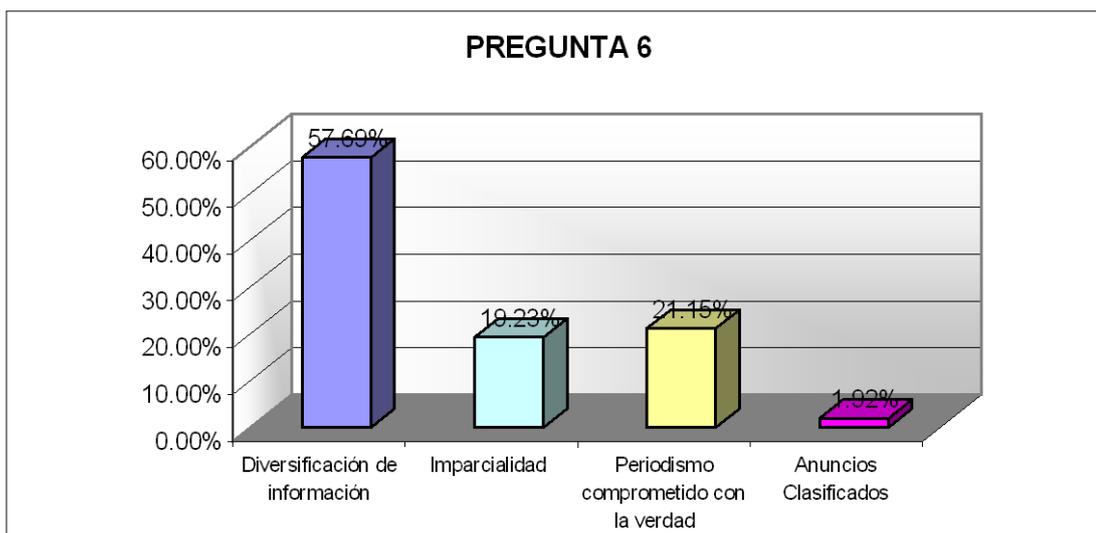


Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayor parte de encuestados cree que la información de los medios escritos no muestra la realidad de los hechos y en ciertos casos se evidencia la falta de compromiso con la sociedad.

## 6. ¿Qué le agrada de los medios escritos?

	Frecuencia	Porcentaje
Diversificación de información	30	57.69%
Imparcialidad	10	19.23%
Periodismo comprometido con la verdad	11	21.15%
Anuncios Clasificados	1	1.92%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>



Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayoría de encuestados cree que es bueno obtener información variada en un mismo medio y por un mismo valor, destacando los comentarios más amplios de la gente que hace segmentos de opinión.

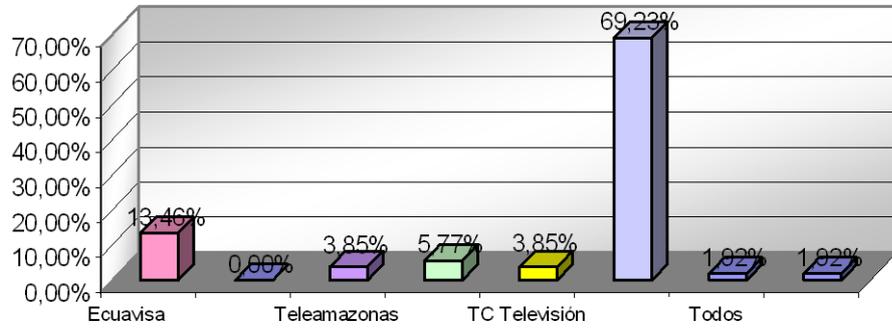
## TELEVISIÓN

7. ¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?

### MEDIOS NACIONALES

MEDIOS NACIONALES	Frecuencia	Porcentaje
Ecuavisa	7	13.46%
Gamavisión	0	0.00%
Teleamazonas	2	3.85%
Telesistema	3	5.77%
TC Televisión	2	3.85%
Varios	36	69.23%
Todos	1	1.92%
Ninguno	1	1.92%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

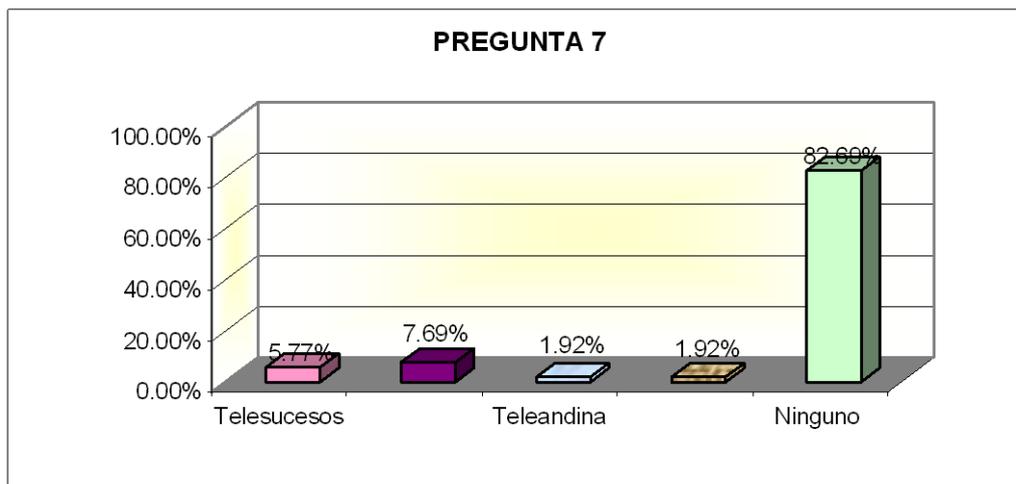
**PREGUNTA 7  
MEDIOS NACIONALES**



Fuente: El Autor

**MEDIOS LOCALES**

	Frecuencia	Porcentaje
Telesucesos	3	5.77%
Hoy TV	4	7.69%
Teleandina	1	1.92%
Telesucesos + Hoy TV	1	1.92%
Ninguno	43	82.69%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

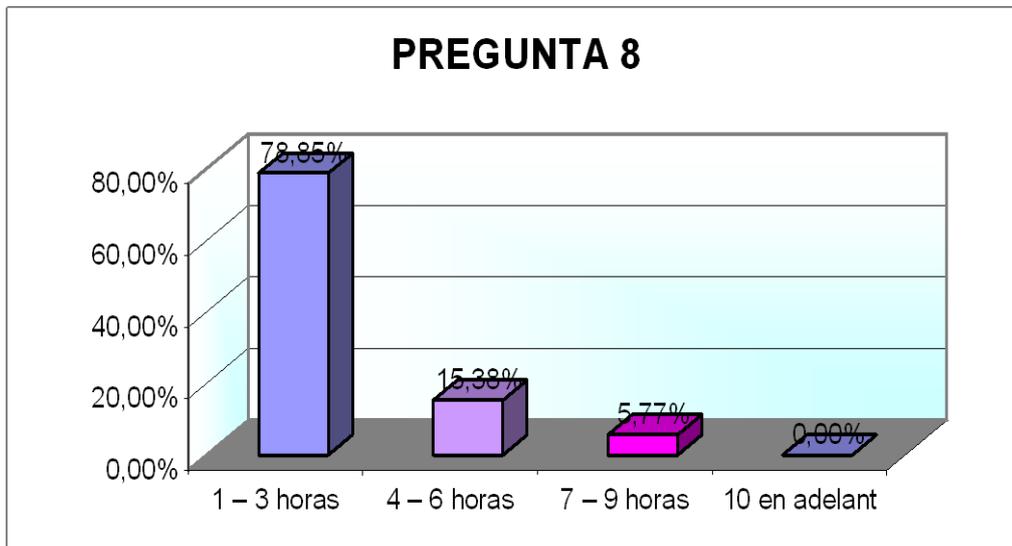


Fuente: El Autor

**Análisis:** En esta pregunta existen dos respuestas por tener dos tendencias; pero la opción medios nacionales es la más alta por la variedad de contenidos y la cobertura más amplia con mejor calidad de imagen y señal; esto hace que los televidentes opten no solo por un canal sino por la distinta programación de cada medio.

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

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 – 3 horas	41	78.85%
4 – 6 horas	8	15.38%
7 – 9 horas	3	5.77%
10 en adelante	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>



Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayor cantidad de personas encuestadas, coincide en la primera opción por ser gente que trabaja y que en horas de la noche encuentran el espacio para observar televisión.

#### 9. ¿Qué programas observa con mayor frecuencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	1	1.92%
Entretenimiento y farándula	0	0.00%
Educación y cultura	0	0.00%
Deportes	1	1.92%
Salud	1	1.92%
Programas Investigativos	2	3.85%
Comunidad	0	0.00%
Infantil	0	0.00%
Segmentos de cocina	0	0.00%

Múltiples programas	45	86.54%
Todos	2	3.85%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>



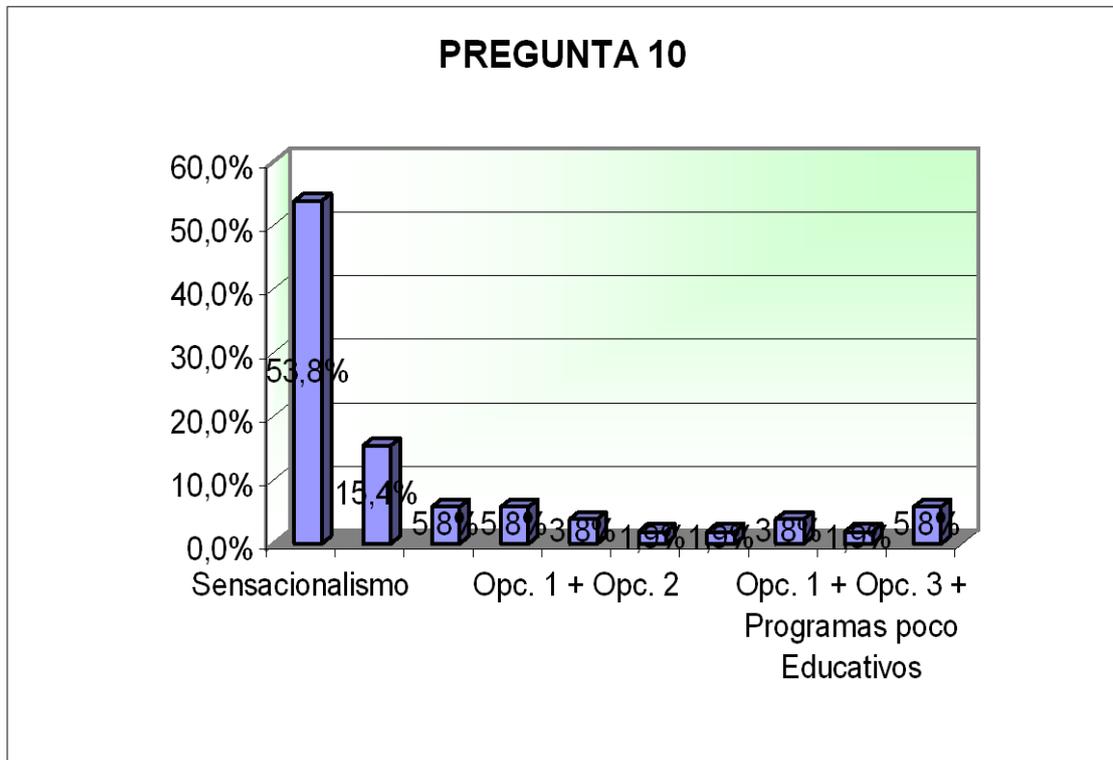
Fuente: El Autor

**Análisis:** Como se dijo antes, la oferta es variada; por lo tanto la teleaudiencia prefiere la programación variada de los canales de televisión.

**10. ¿Qué le desagrada de la TV nacional?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sensacionalismo	28	53.8%
Información poco objetiva y desconceptualizada	8	15.4%
Poco contenido	3	5.8%
Opc. 1 + Opc. 3	3	5.8%
Opc. 1 + Opc. 2	2	3.8%
Opc. 2 + Opc. 3	1	1.9%
Opc. 1 + Crónica Roja	1	1.9%
Opc. 1 + Programas poco Educativos	2	3.8%
Opc. 1 + Opc. 3 + Programas poco Educativos	1	1.9%
Programas poco Educativos	3	5.8%

<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>
--------------	-----------	---------------



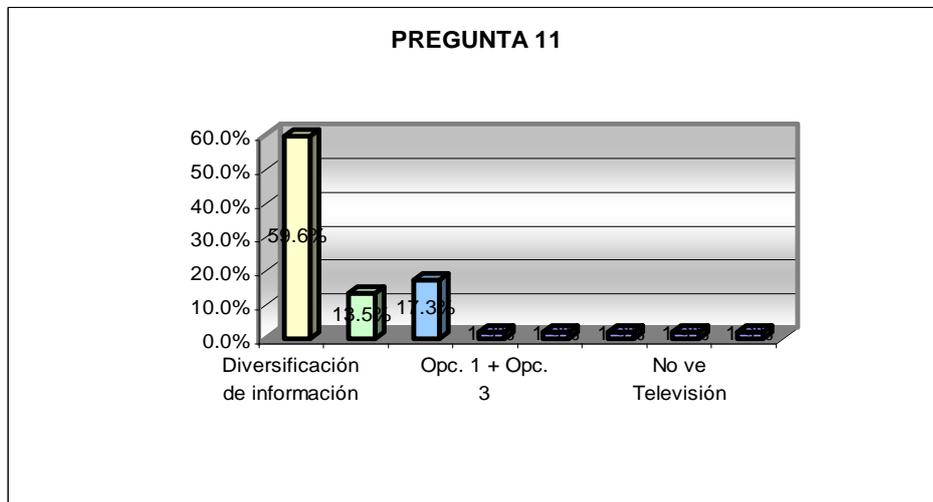
Fuente: El Autor

**Análisis:** El sensacionalismo encierra violencia, pornografía y demás información poco confiable para la audiencia, esto es rechazado por los televidentes y creen que debería haber más control en los medios; en la gráfica se representa esta realidad.

### 11. ¿Qué le agrada de la TV?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diversificación de información	31	59.6%
Imparcialidad	7	13.5%
Periodismo comprometido con la verdad	9	17.3%
Opc. 1 + Opc. 3	1	1.9%
Opc. 1 + Programas Culturales	1	1.9%
Programas Culturales	1	1.9%
No ve Televisión	1	1.9%
Películas Infantiles	1	1.9%

<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>
--------------	-----------	---------------



Fuente: El Autor

**Análisis:** La variedad de programas es bien visto por los televidentes; no hay programas específicos con mayor porcentaje en este estudio.

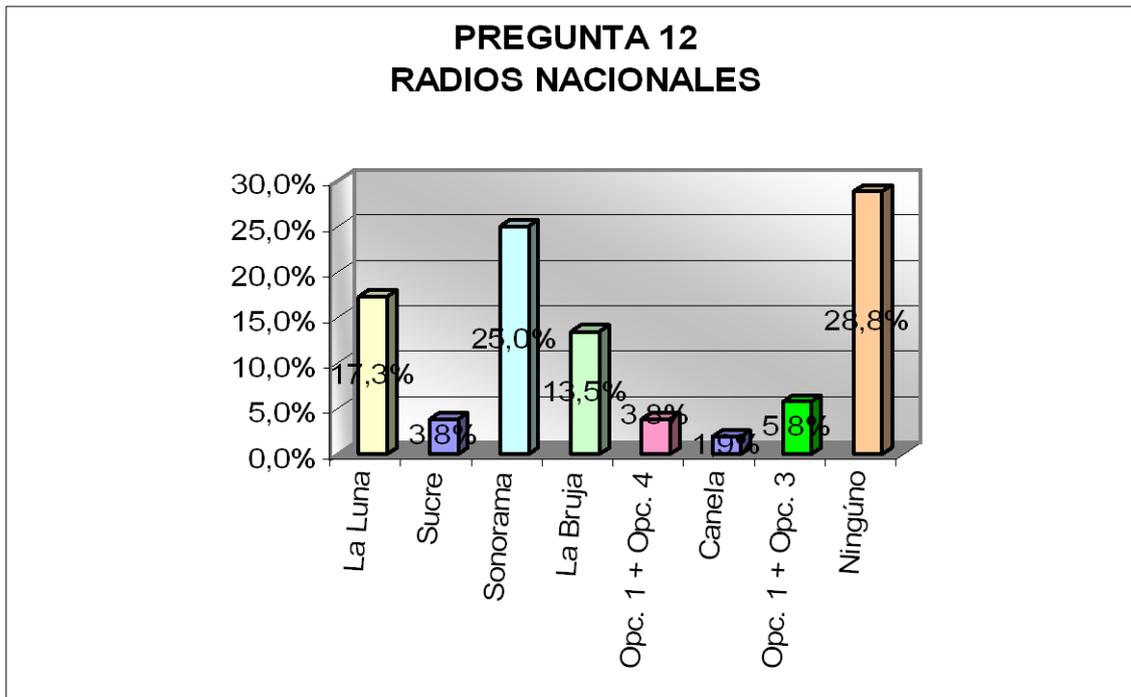
## RADIO

**12. ¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?**

### RADIOS NACIONALES

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
La Luna	9	17.3%
Sucre	2	3.8%
Sonorama	13	25.0%
La Bruja	7	13.5%
La Luna + La Bruja	2	3.8%
Canela	1	1.9%

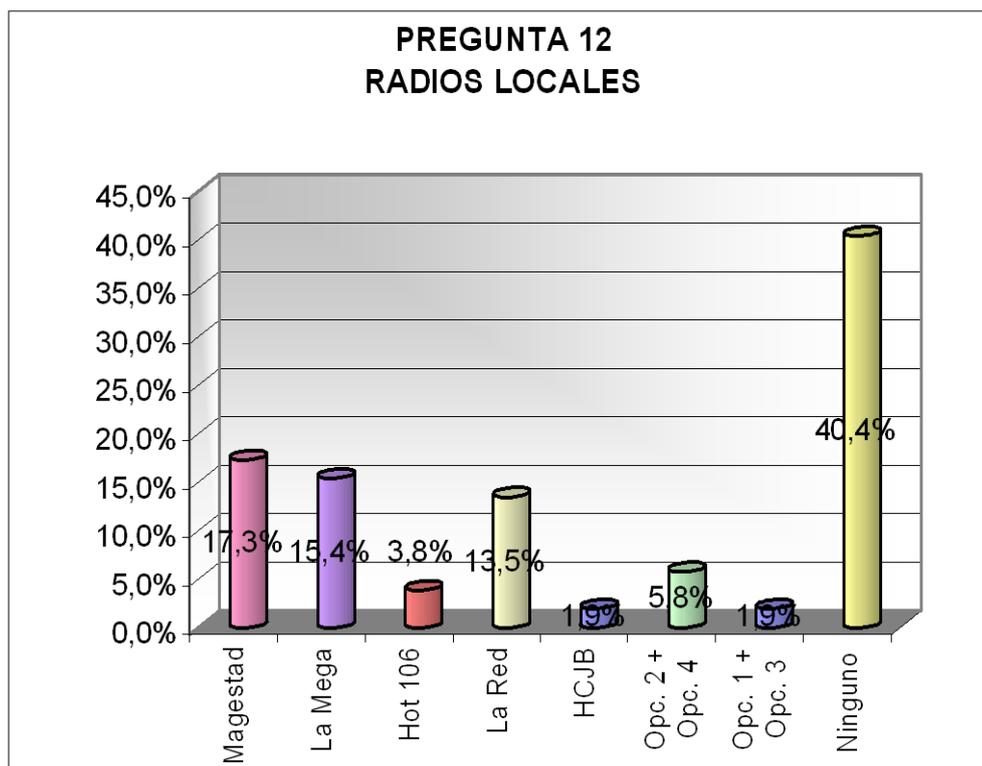
La Luna + Sonorama	3	5.8%
Ninguno	15	28.8%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>



Fuente: El Autor

### RADIO LOCALES

	Frecuencia	Porcentaje
Majestad	9	17.3%
La Mega	8	15.4%
Hot 106	2	3.8%
La Red	7	13.5%
HCJB	1	1.9%
La Mega + La Red	3	5.8%
Majestad + Hot 106	1	1.9%
Ninguno	21	40.4%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

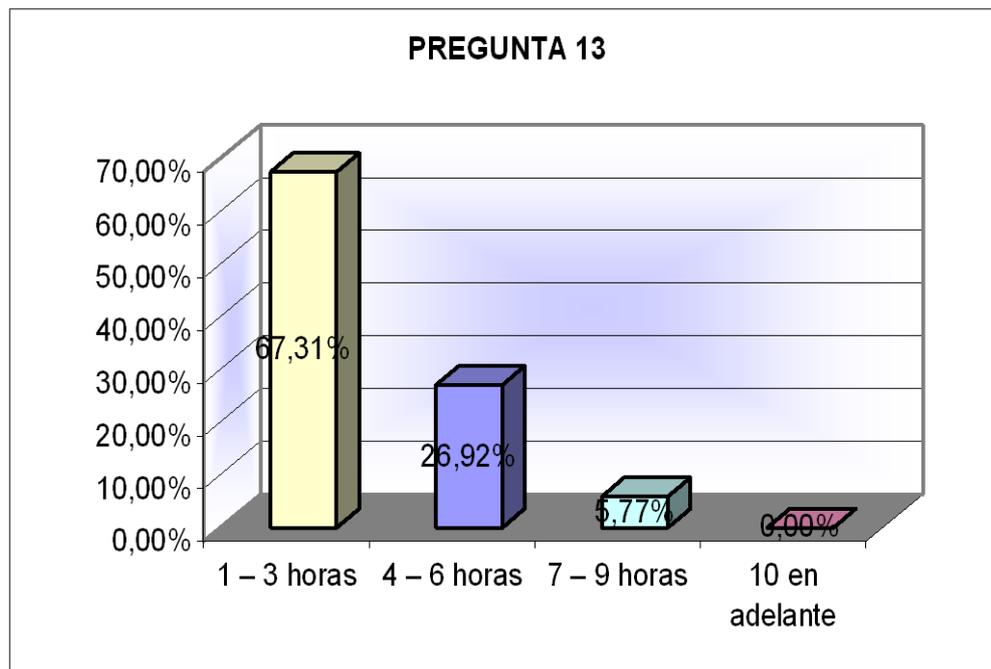


Fuente: El Autor

**Análisis:** En lo referente a las radios nacionales la audiencia se inclina por las que transmiten programas con variedad en noticias, música y segmentos con participación de los oyentes; también es notorio en este estudio la gran cantidad de gente que no escucha radio.

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

	Frecuencia	Porcentaje
1 – 3 horas	35	67.31%
4 – 6 horas	14	26.92%
7 – 9 horas	3	5.77%
10 en adelante	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>



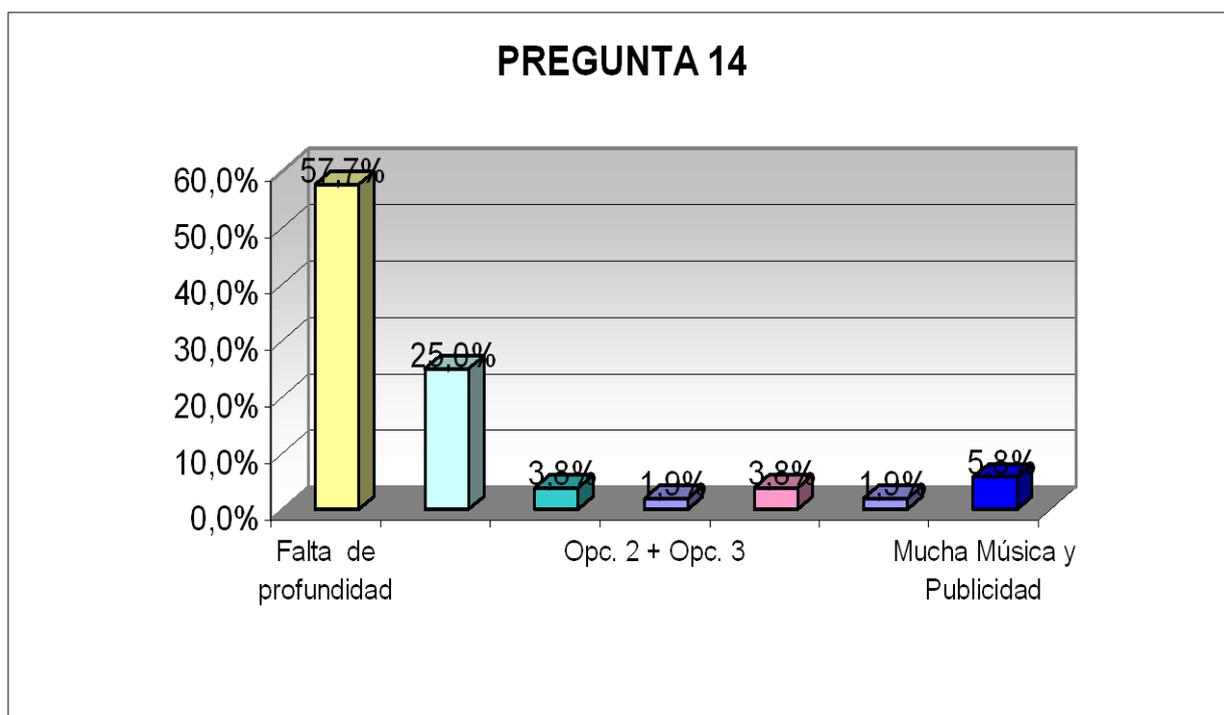
Fuente: El Autor

**Análisis:** La radio es el medio de comunicación que tiene mayor audiencia por ser el de más acceso e inmediatez al momento de presentar información

**14. ¿Qué le desagrada de las radios nacionales?**

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de profundidad	30	57.7%
Información poco objetiva y desconceptualizada	13	25.0%
Descontextualización	2	3.8%
Información poco objetiva y desconceptualizada + Descontextualización	1	1.9%
Falta de profundidad + Información poco objetiva y desconceptualizada	2	3.8%

Falta de profundidad + Descontextualización	1	1.9%
Mucha Música y Publicidad	3	5.8%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

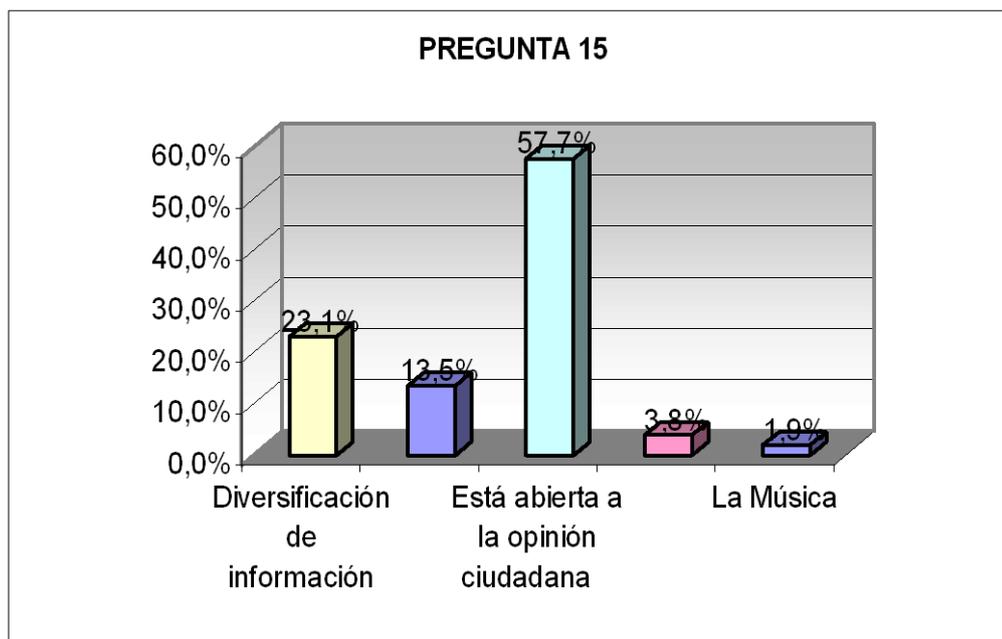


Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayor parte de encuestados coincide en que hay radios que destinan su programación en mantener todo el tiempo al aire música y publicidad, con esto no aportan en nada a la comunidad que busca en los medios la fuente de aprendizaje.

**15. ¿Qué le agrada de las radios?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diversificación de información	12	23.1%
Más tiempo para el desarrollo de las noticias	7	13.5%
Está abierta a la opinión ciudadana	30	57.7%
Diversificación de información + Está abierta a la opinión ciudadana	2	3.8%
La Música	1	1.9%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



Fuente: El Autor

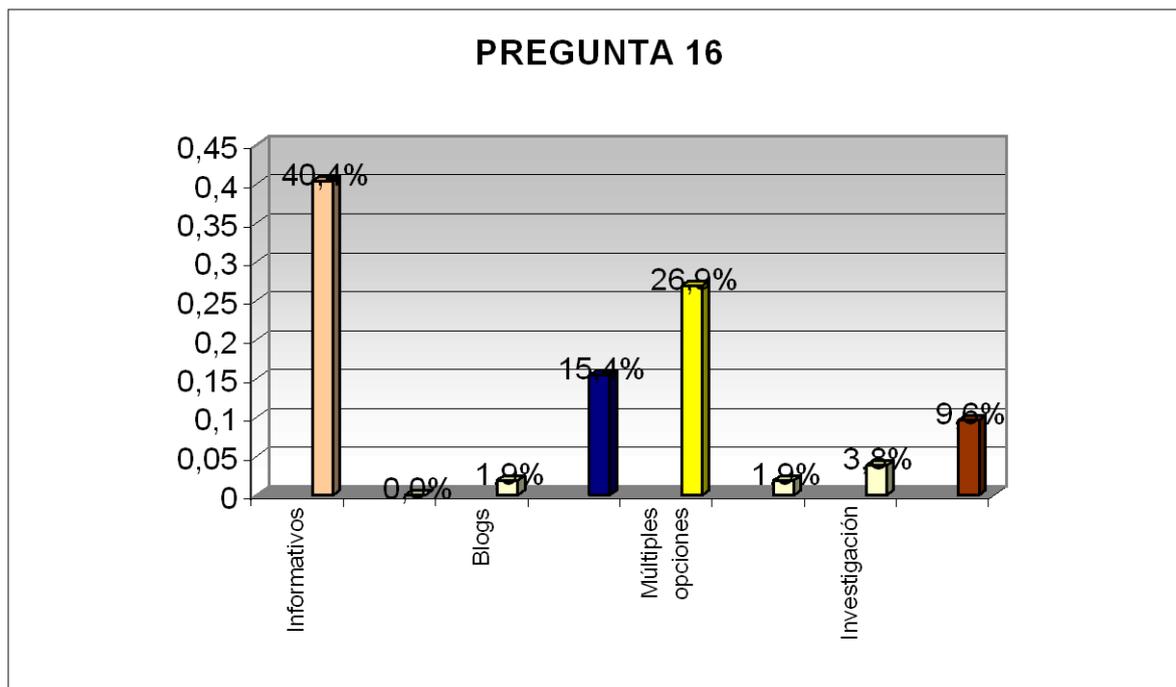
**Análisis:** El tiempo que la radio ofrece a la audiencia para que se exprese con libertad es algo que la gente ve positivamente; ya que es el espacio en donde se presentan problemas y posibles soluciones a situaciones de interés comunitario.

## INTERNET

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

PAGINAS MÁS VISITADAS	Frecuencia	Porcentaje
Informativos	21	40.4%
Comunidades virtuales (hi 5, You Tube)	0	0.0%
Blogs	1	1.9%
Entretenimiento	8	15.4%
Múltiples opciones	14	26.9%

Correo Electrónico	1	1.9%
Investigación	2	3.8%
No visitan la Red	5	9.6%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



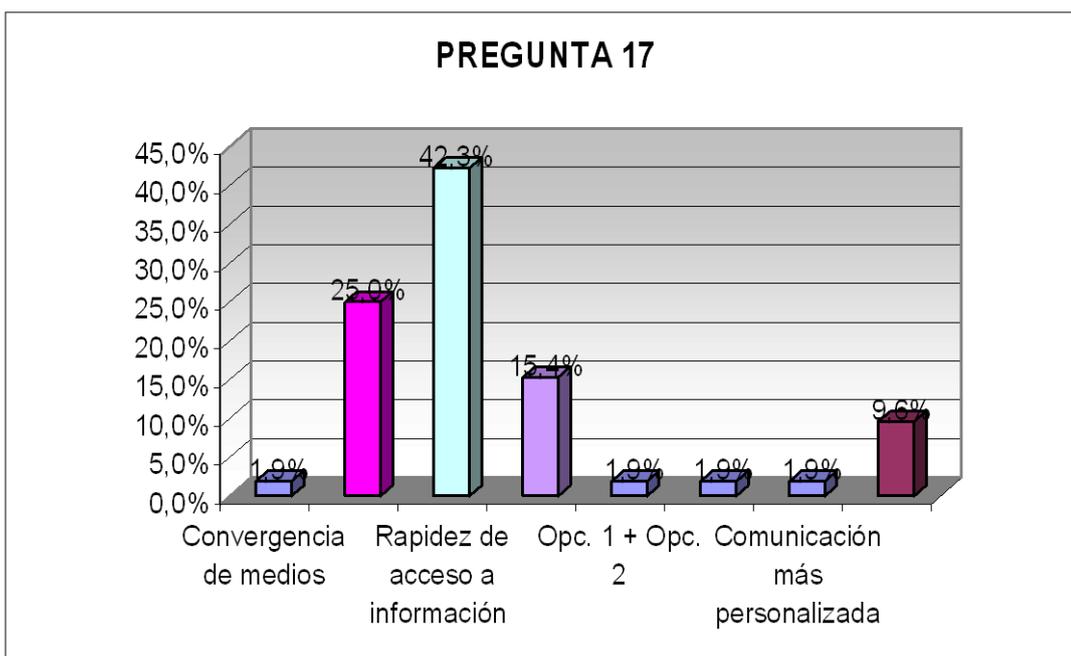
Fuente: El Autor

**Análisis:** El uso de la Internet está desarrollándose poco a poco en nuestro medio; lo principal que la gente ocupa de la variedad de servicios que esta ofrece son las páginas informativas y de entretenimiento. Esto se refleja en la gráfica.

#### 17. ¿Qué le agrada de la Internet?

	Frecuencia	Porcentaje
Convergencia de medios	1	1.9%
Diversidad de información	13	25.0%
Rapidez de acceso a información	22	42.3%
Diversidad de información + Rapidez de acceso a información	8	15.4%
Convergencia de medios + Diversidad de información	1	1.9%

Convergencia de medios + Rapidez de acceso a información	1	1.9%
Comunicación más personalizada	1	1.9%
No visitan la Red	5	9.6%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



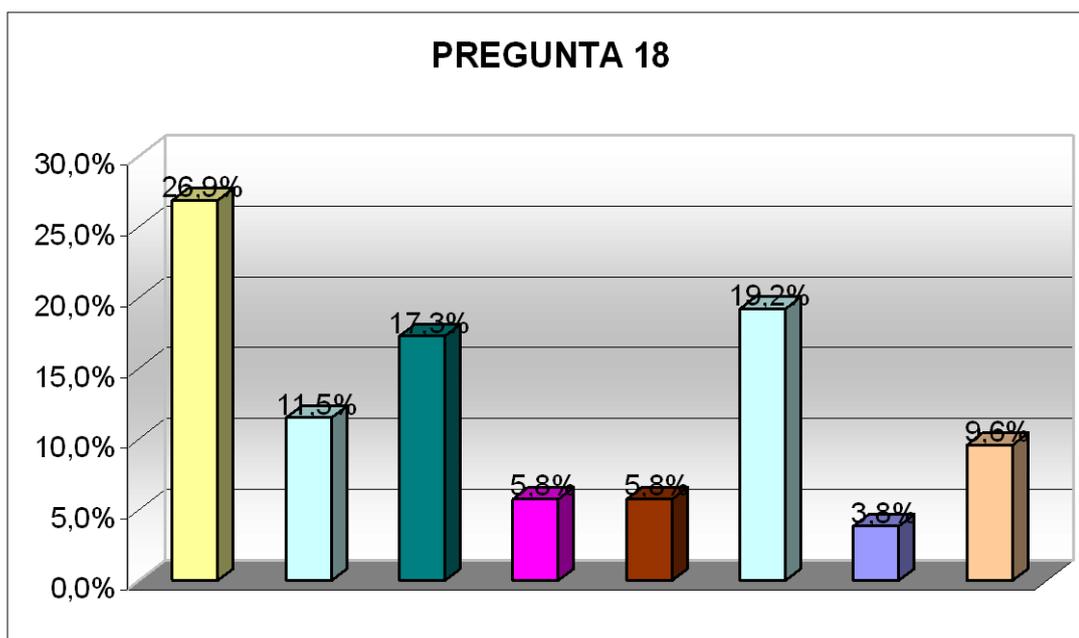
Fuente: El Autor

**Análisis:** Como se dijo antes cada vez hay más usuarios de este medio por ser actualmente el más completo en información y rapidez; los medios tradicionales también se encuentran registrados y en contacto permanente con los hechos que ocurren en el mundo.

#### 18. ¿Qué le desagrada de Internet?

	Frecuencia	Porcentaje
La pornografía	14	26.9%
Información no confiable	6	11.5%
El abuso de la libertad de expresión	9	17.3%
Información no confiable + El abuso de la libertad de expresión	3	5.8%
La pornografía + Información no confiable	3	5.8%
La pornografía + El abuso de la libertad de	10	19.2%

expresión		
La pornografía + Información no confiable + El abuso de la libertad de expresión	2	3.8%
No Visitan la Red	5	9.6%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



Fuente: El Autor

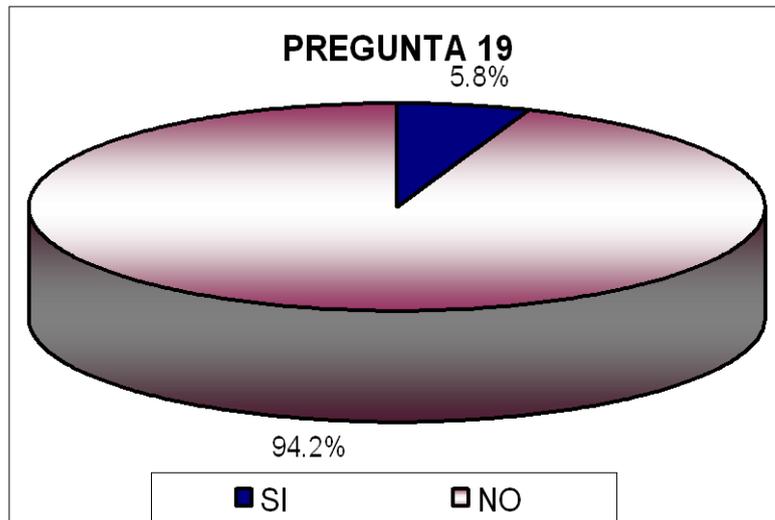
**Análisis:** Por ser un medio con amplia variedad de información y con millones de personas conectadas todos los días, la gente ha encontrado en este sistema la forma de expresarse libremente y sin censura, mostrando contenidos carentes de ética y sin el más mínimo respeto por las personas, especialmente por los niños que actualmente ocupan un alto porcentaje como usuarios.

## **RESPONSABILIDAD**

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

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	5.8%
NO	49	94.2%

TOTAL	52	100.0%
-------	----	--------

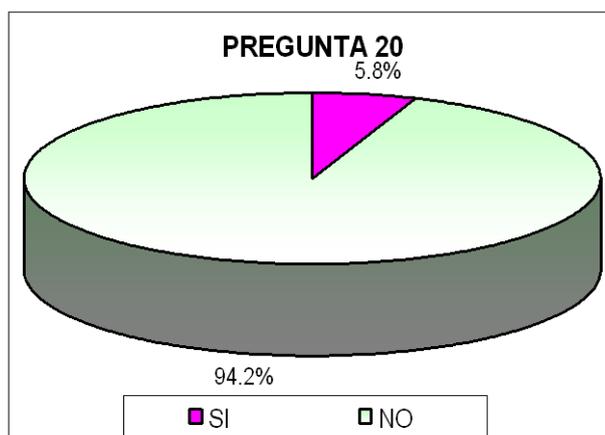


Fuente: El Autor

**Análisis:** Del grupo de personas encuestadas, la mayor parte nunca ha trabajado en ningún medio de comunicación. El gráfico es bastante claro.

**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)**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	5.8%
NO	49	94.2%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



Fuente: El Autor

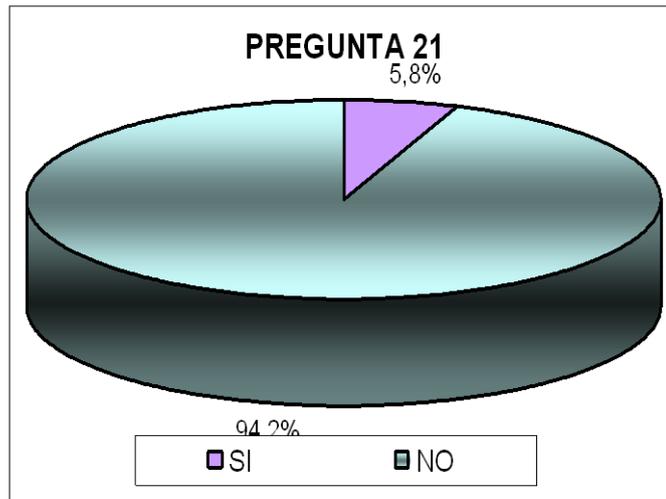
**¿Cuál es su interpretación de la frase?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Opiniones personales	3	5.8%
No opinan	49	94.2%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

**Análisis:** Las opiniones personales de los encuestados son similares y se reflejan en la gráfica. Los demás encuestados no opinan.

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

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	3	5.8%
NO	49	94.2%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



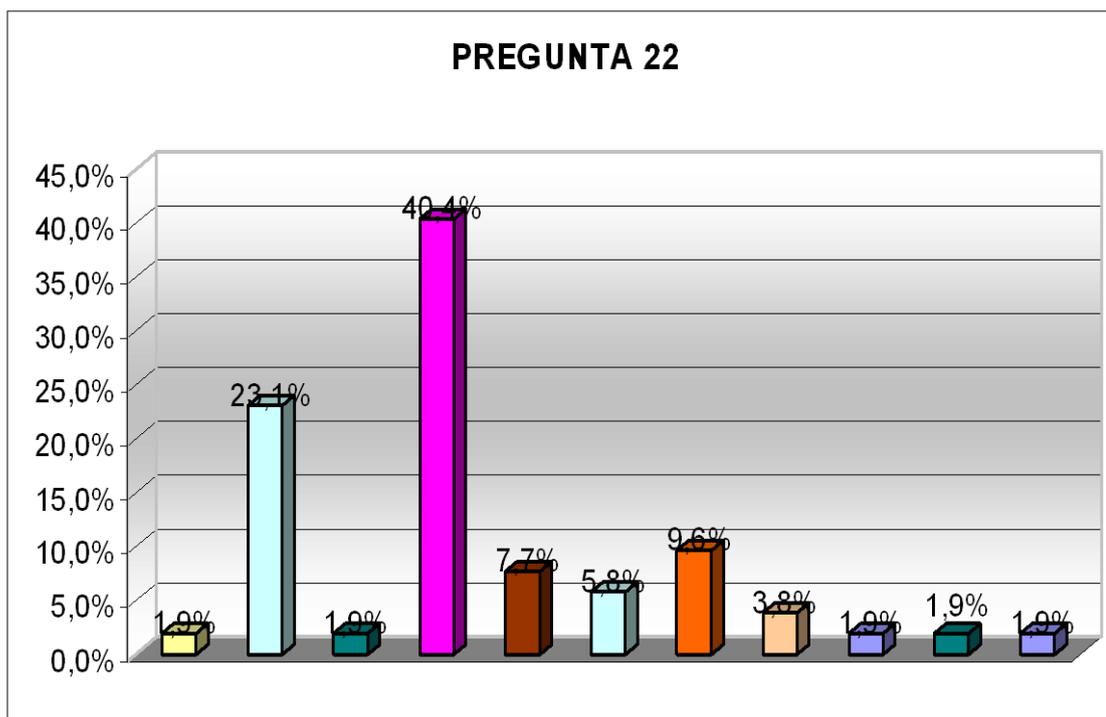
Fuente: El Autor

**Análisis:** La respuesta es similar a la pregunta anterior.

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

	FREC.	%
Con la guía del Editor o Director del Medio	1	1.9%
Con la guía de colegas o compañeros de trabajo	12	23.1%
Con la guía de los gremios profesionales	1	1.9%
Con la guía de lecturas y consultas bibliográficas	21	40.4%
No los he podido resolver	4	7.7%
Con mi propio conocimiento, valores e intuición (esp. que factor fue el de mayor peso)	3	5.8%

Opc. 2 + Opc. 4	5	9.6%
Opc. 4 + Opc. 6	2	3.8%
Opc. 1 + Opc. 4	1	1.9%
Opc. 2 + Opc. 4 + Opc. 6	1	1.9%
Opc. 2 + Opc. 3 + Opc. 4	1	1.9%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



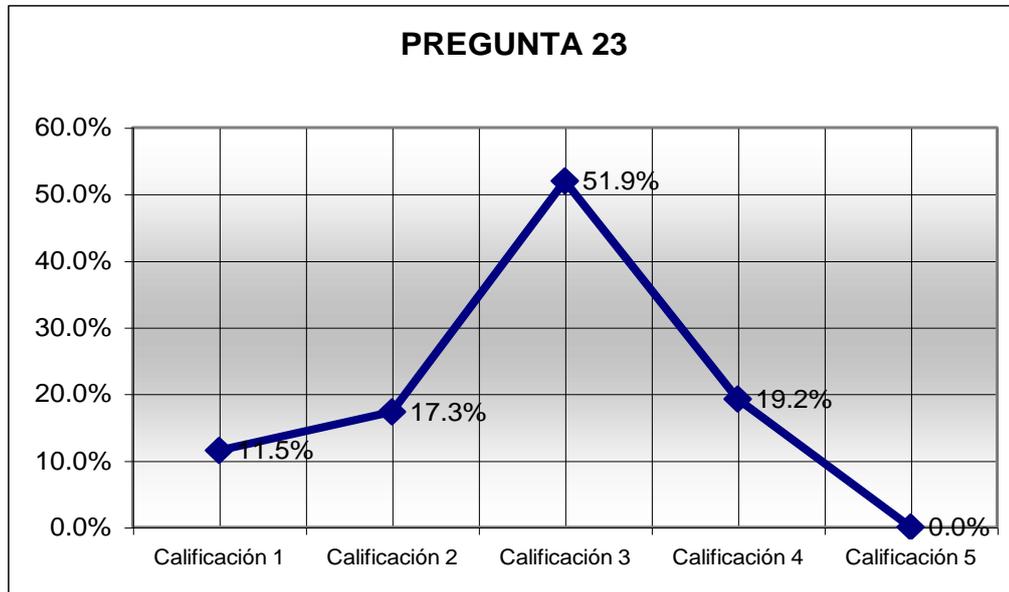
Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayor parte de encuestados a preferido consultar e informarse o pedir ayuda para resolver los problemas éticos. En el gráfico se demuestran los porcentajes.

**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).**

	Frecuencia	Porcentaje
Calificación 1	6	11.5%
Calificación 2	9	17.3%
Calificación 3	27	51.9%
Calificación 4	10	19.2%
Calificación 5	0	0.0%

TOTAL	52	100.0%
-------	----	--------



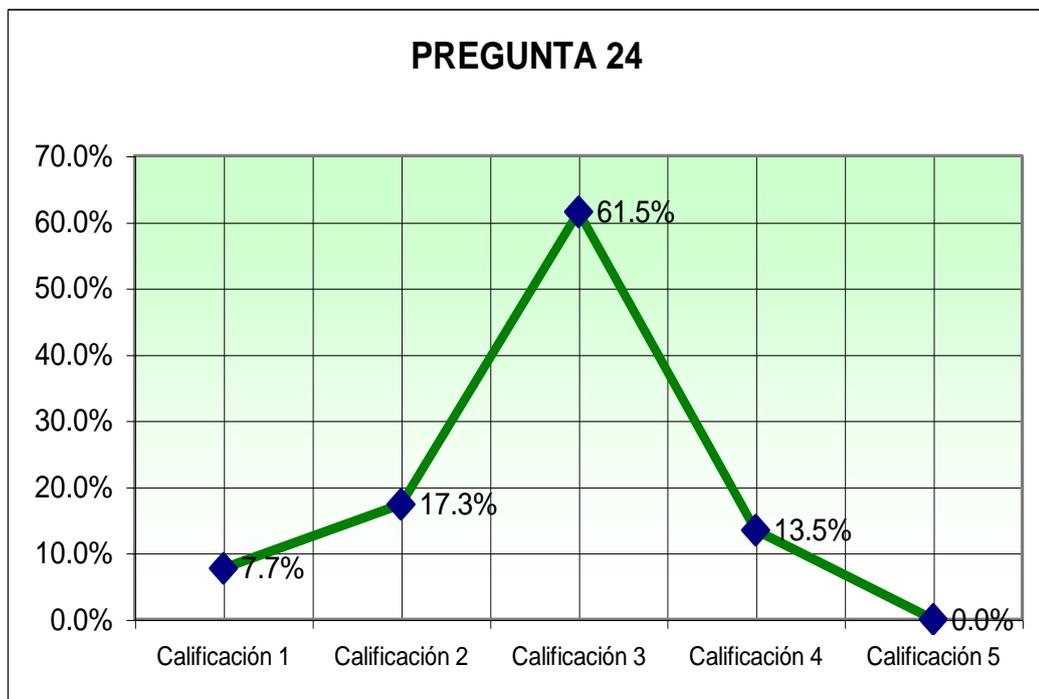
Fuente: El Autor

**Análisis:** Las respuestas son variadas; pero un porcentaje alto cree que medianamente esto sucede al interior de los medios.

**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).**

	Frecuencia	Porcentaje
Calificación 1	4	7.7%
Calificación 2	9	17.3%
Calificación 3	32	61.5%
Calificación 4	7	13.5%

Calificación 5	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



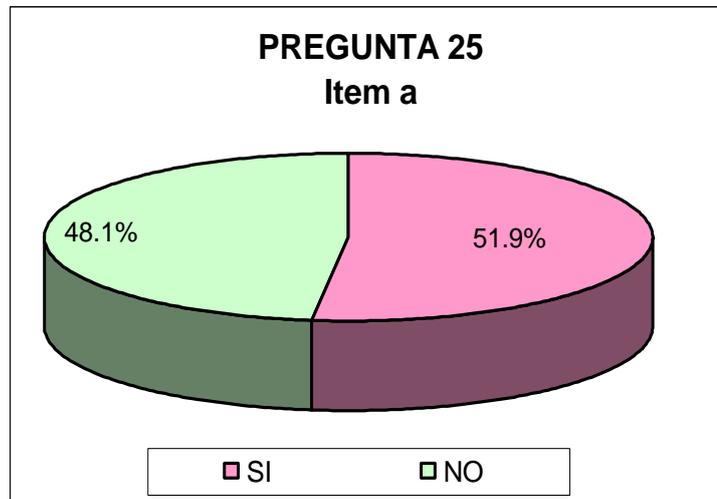
Fuente: El Autor

**Análisis:** La respuesta es similar a la anterior. En el gráfico se muestran los resultados.

**25. Conteste SI 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.**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	27	51.9%
NO	25	48.1%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

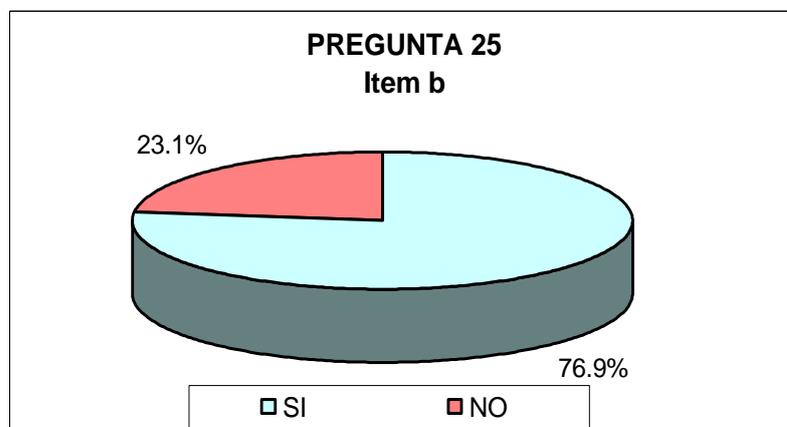


Fuente: El Autor

**Análisis:** El gráfico muestra un porcentaje alto por el no. La gente cree que no es ético.

**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.**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	76.9%
NO	12	23.1%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

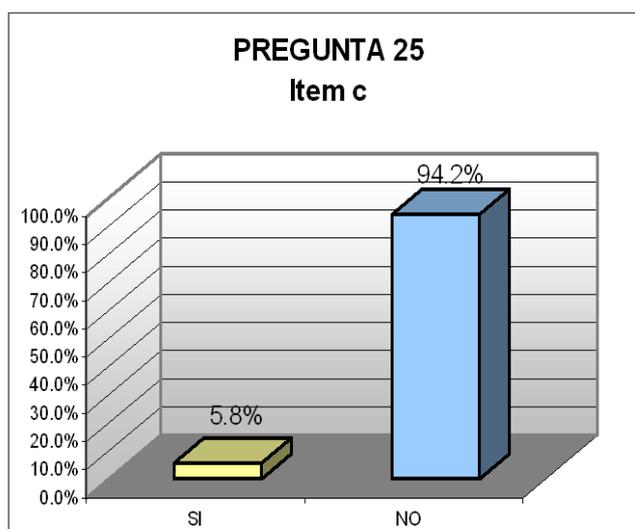


Fuente: El Autor

**Análisis:** Igual a lo antes dicho, cada persona debe estar en un solo frente laboral.

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

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	5.8%
NO	49	94.2%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

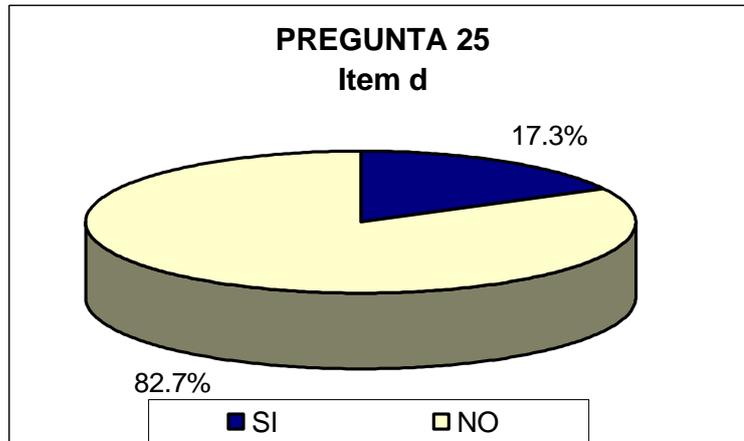


Fuente: El Autor

**Análisis:** No es ético que a una persona le premien por hacer su trabajo, sean instituciones o personas; basta con un reconocimiento verbal y no con montos elevados de dinero.

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

	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	17.3%
NO	43	82.7%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

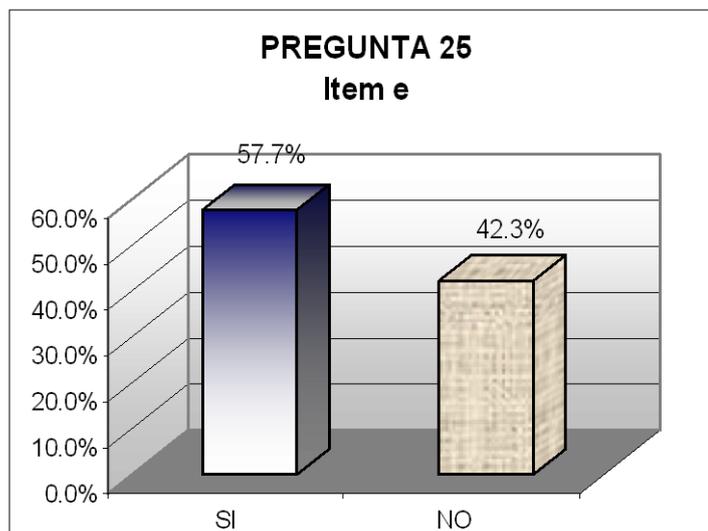


Fuente: El Autor

**Análisis:** Una persona que presenta información, no puede hablar a favor o en contra de quienes generan la noticia; en este caso los políticos siempre están en el ojo del huracán y como militante no presentaría un trabajo imparcial y objetivo.

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

	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	57.7%
NO	22	42.3%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



Fuente: El Autor

**Análisis:** No es correcto, porque influenciaría en la opinión de la gente.

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

	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	44.2%
NO	29	55.8%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>

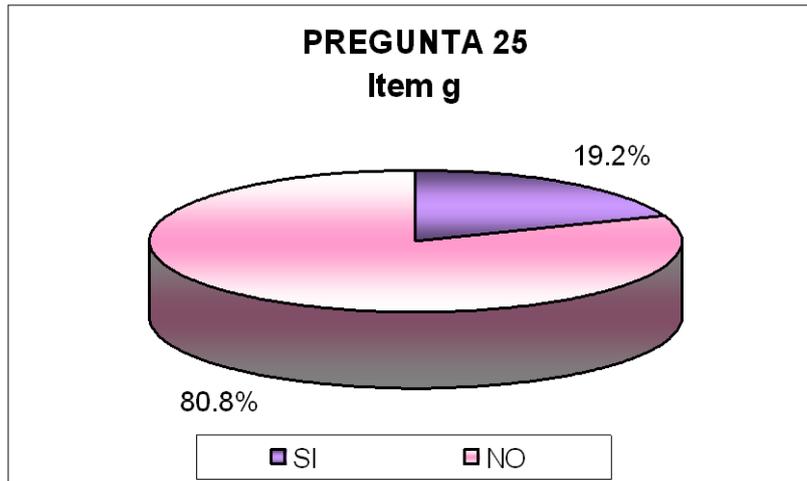


Fuente: El Autor

**Análisis:** La gente cree que no porque como dijeron al momento de llenar la encuesta, basta ver los programas de farándula que existen para darse cuenta del poco caso y uso que hacen al código de ética de los periodistas.

**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.**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	19.2%
NO	42	80.8%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



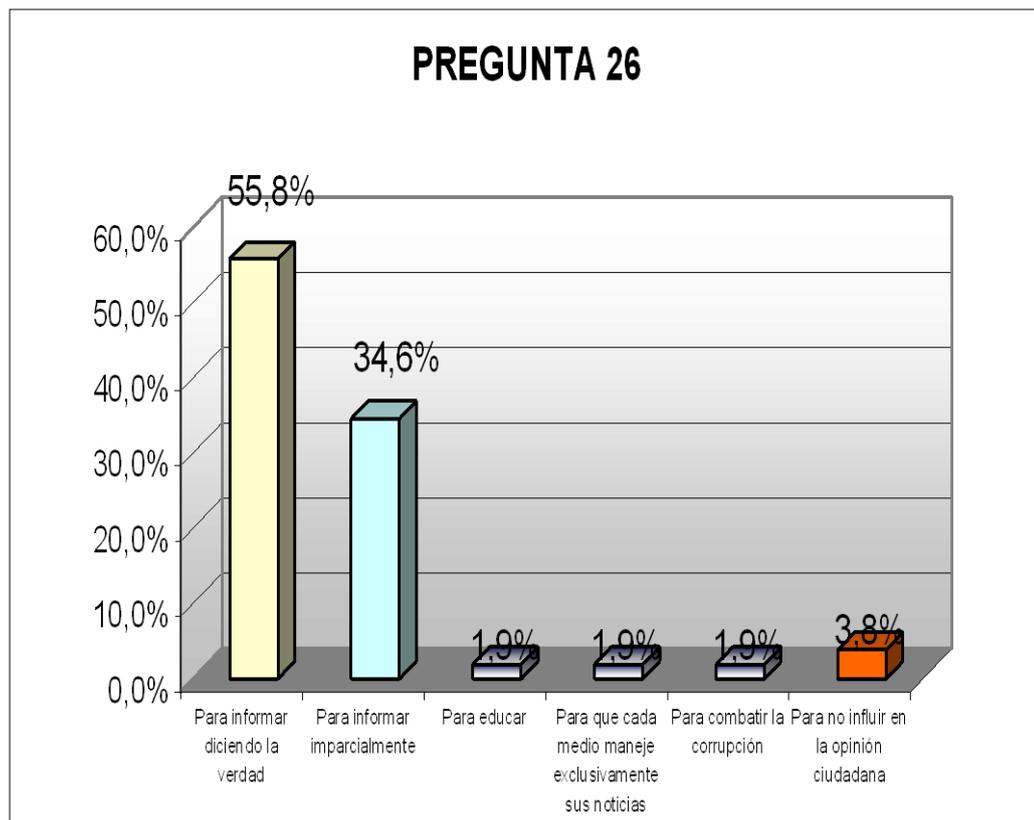
Fuente: El Autor

**Análisis:** Como se dijo antes el periodista debe informar diciendo la verdad y no debe influir en la opinión de la gente.

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

	Frecuencia	Porcentaje
Para informar diciendo la verdad	29	55.8%
Para informar imparcialmente	18	34.6%
Para educar	1	1.9%
Para que cada medio maneje exclusivamente sus	1	1.9%

noticias		
Para combatir la corrupción	1	1.9%
Para no influir en la opinión ciudadana	2	3.8%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100.0%</b>



Fuente: El Autor

**Análisis:** La mayor parte de los encuestados creen que la ética en el periodismo, debe servir para que la gente que trabaja en los medios, presente la información tal y como es, sin alterar los hechos o tratar de influir en la opinión de la gente o de obedecer a intereses particulares.

## **2.2. Análisis de datos de las entrevistas.**

### **2.2.1. Radio La Red 102.1 FM**

En este medio los periodistas entrevistados (Luis Paredes y Reinaldo Romero), manifiestan que los códigos e instrumentos éticos que se aplican en este medio obedecen a lo dispuesto por el Código de Ética Profesional; además dijeron que todo periodista debe decir la verdad, saber el manejo de los valores morales y el respeto a todas las personas, informando de manera seria e imparcial.

Esteban Carranco, Jefe de Producción y segundo al mando en la Dirección General de la Radio; Pablo Montenegro, Director del Programa “Amanecer Deportivo”; Edwin Salas, Director del Programa “La Barra de la Tribuna”, como parte de los principales directivos y colaboradores de La Red 102.1, coinciden con sus compañeros periodistas en comentar que la radio cuenta con un grupo humano profesional que conoce y aplica el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Pichincha; en el cuál se destacan como principales puntos el respeto a todas las personas sean compañeros de profesión y entrevistados que además son la principal fuente de información.

Es importante resaltar que en este medio el 90% de su personal, es gente preparada en universidades e instituciones de educación superior, en donde han aprendido y estudiado los códigos de ética que se aplican en distintos lugares, por tal motivo cada uno sabe y aplica en su trabajo lo que por formación académica y personal debe conocer. Es así que cuando se contrata al personal, se hace una evaluación tomando en cuenta los conocimientos del aspirante en todos los campos del periodismo; de tal forma que de acuerdo a estos parámetros no ha sido necesario elaborar un código de ética propio de la institución para que sea entregado a cada profesional que ingresa al medio.

Cuando surgen dilemas relacionados con la ética dentro del medio, es el momento para que directivos y periodistas se reúnan para resolverlos en base al conocimiento, la experiencia y los distintos puntos de vista de la gente de la radio, y así encontrar los mecanismos para llegar a acuerdos y soluciones; con este sistema La Red ha establecido como política interna las reuniones y el diálogo entre todos los involucrados en hechos y situaciones que alteran el desarrollo de las actividades de la radio; además de que por ley de ser necesario las grabaciones serán entregadas a quién o quienes se sientan aludidos por comentarios emitidos en los distintos programas; claro está previa orden judicial.

En lo referente a casos que han implicado dilemas éticos dentro de la labor de los periodistas y los directivos de este medio, están de acuerdo en señalar qué por ser esta radio deportiva, se han presentado personas a solicitar que se les abra los micrófonos para dar informaciones, noticias y todo lo relacionado con la vida personal de los deportistas; en estos casos, la radio a puesto límites a la información y no ha dado espacio para que gente desconocida o poco fundamentada vierta cualquier tipo de opinión sea a favor o en contra de cualquier persona.

La gente entrevistada en la red, cree que en nuestro medio la ética es una herramienta que no todos los periodistas ocupan para ser un trabajo objetivo, porque a través de informaciones que presentan, tratan de destruir la imagen de personas que con justo derecho se oponen a ser abordados por reporteros en busca de noticias y de tanta insistencia se hacen agredir y faltar al respeto por parte de gente que no desea dar notas.

Tanto periodistas como directivos creen en la necesidad de fortalecer los gremios periodísticos con gente preparada y profesional que no obedezca a intereses particulares y privados y más bien sirvan como guía para los nuevos profesionales que se integren.

Un punto interesante dentro de las entrevistas realizadas a los periodistas y directivos de este medio, fue que los periodistas limitan su trabajo porque no pueden hacer críticas o comentarios libremente en contra de empresas o instituciones que colaboran con el medio o tienen relaciones comerciales, puesto que las opiniones podrían alterar el lazo afectivo en ciertos casos con la empresa sea esta radial, televisiva o escrita.

Otro punto en el cual hubo concordancia, fue el hecho que los códigos establecidos sirven para guiar el trabajo periodístico. El ejercicio diario a puesto en el tapete información, noticias y demás acontecimientos que al ser utilizados de forma poco ética, pueden elevar el rating de la radio; pero al mismo tiempo pueden causar daño a la moral y a la vida de las personas implicadas en hechos que solo sirven para buscar audiencia momentánea y no fiel a la programación y al trabajo serio; de esta manera periodistas y directivos como Esteban Carranco, Luis Paredes, Pablo Montenegro y Edwin Salas, creen que actualmente en nuestro país el trabajo periodístico ha dado un giro de manera negativa porque se ve diariamente como se lanzan al aire noticias sin respetar a la audiencia, los horarios, la censura y con temas de poco interés social; evidenciando así la falta de control por parte de las autoridades llamadas a regular los contenidos de los medios, poniendo de lado y en

riesgo a la ética periodística. Además se destaca que varias personas con poco o casi nada de conocimientos en comunicación, se encuentra realizando actividades periodísticas gracias a su imagen corporal o a las relaciones personales con los dueños de algunos medios; de esta forma gente improvisada está poniendo en riesgo a la ética en los medios de comunicación de nuestro país.

### **2.2.2. RED TV Ecuador Canal 38**

Este canal en la ciudad de Quito es una repetidora de la señal que se origina en la ciudad de Guayaquil; por lo tanto para la región Sierra existe solo un responsable que es el Lic. Jaime Cornejo quién está a cargo de la programación bajo la Dirección General desde Guayaquil del Ing. Elías Mora. Estos profesionales accedieron a dar información para el estudio de nuestro Programa; analizaron los contenidos de la entrevista y manifestaron que por ser un canal que transmite series infantiles, familiares y de entretenimiento, no cuentan con personal dedicado a labores periodísticas e informativas; a pesar de tener un programa de información deportiva (Contragolpe) que se encarga de retransmitir las notas que se presentan en el Programa “Copa” de RTS, canal filial de RED TV.

La programación es variada y tiene su calificación respectiva; por lo tanto la censura se maneja de forma ética para que el televidente observe programas sin violencia y amarillismo; claro está que a través de los mensajes escritos vía celular que se presentan al aire, se está normando las expresiones de la gente y ya no se da espacio a frases y palabras que puedan herir la susceptibilidad de la audiencia.

El Lcdo. Cornejo manifiesta que debe hacerse una revolución en los medios para que el periodismo sea más libre y no obedezca a intereses personales o de grupo de poder; además cree que educando a la gente la ética dejaría de estar en riesgo y que con personas responsables y capacitadas al frente de los medios se obedecerían y acatarían los lineamientos que establece el código de ética. Finalmente el Ing. Mora como Director Nacional de Red TV, cree que el dialogo y el control interno de la información y la programación que se maneje, servirá para presentar un producto en calidad, enmarcado en la ética profesional que rige a los medios de comunicación.

### **2.2.3. Periódico AL VOLANTE**

Como se mencionó en el primer capítulo, en este medio la Directora (Lcda. Sonia Ramos), trabaja con un equipo bastante compacto compuesto por su hijo el Lcdo. Edison

Torres (periodista) y dos reporteras que laboran eventualmente (Free Lance), de las cuales no se pudo obtener información para este estudio, debido a que la directora no autorizó entrevistarlas argumentando que no son empleadas directas del medio y que sus opiniones serían personales; pero sí aclaró que cada una conoce las políticas y el nivel ético con que este medio maneja la información.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los Lcdos. Sonia Ramos y Edison Torres, las coincidencias en sus respuestas evidencia que en este medio las políticas van encaminadas a la unión y a la búsqueda del desarrollo del sector de los transportistas que son la principal fuente de información de la cual se vale el periódico Al Volante para elaborar un producto periodístico.

Como en toda institución los dilemas y conflictos relacionados con informes publicados por el medio y que han causado malestar o inconformidad a las personas aludidas, los resuelve la Directora escuchando a las partes implicadas con la finalidad de dar una solución que satisfaga a los intereses personales y particulares del medio.

Las opiniones de la Directora y del Periodista también se asemejan al hablar sobre el ejercicio profesional que en los medios se desarrolla; creen que en toda institución las políticas establecen los lineamientos éticos con los que se deben manejar todas las informaciones y manifiestan que la ética periodística está en riesgo en nuestro país si se ponen límites a la libertad de expresión y se restringe el trabajo periodístico.

#### **2.2.4. Entrevistas a comunicadores independientes y de otros medios.**

Debido al poco personal que labora en los medios televisivo Red TV canal 38 y el periódico Al Volante, se autorizó realizar entrevistas a comunicadores independientes y de otros medios, con el fin de obtener más puntos de vista, elementos y opiniones a cerca de la temática que propone la UTPL sobre “El nivel ético de los medios de comunicación en el Ecuador”; para este estudio, se obtuvo la colaboración de profesionales como el Lcdo. Manolo Escobar Comunicador Social, Director del Departamento de Audiovisuales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central, periodista-conductor del Informativo Telesucesos y Ex-Vicepresidente de la Unión Nacional de Periodistas; Wilson Robalino, periodista de Radio Tarqui; Cristhian Vargas Comunicador Social, ha prestado sus servicios en radios como La Luna, Caravana y es docente en el Instituto Tecnológico Superior de Radio y Televisión AER; Fiorela Valencia Comunicadora Social. Este grupo de

profesionales se remite al uso del Código de Ética del Colegio de Periodistas de Pichincha para el desarrollo y la elaboración de los trabajos periodísticos. Además como docentes promueven el tratamiento de la información basándose en el respeto, la imparcialidad y la veracidad con honestidad sin ataduras ni defendiendo a personas o grupos de poder.

También creen que la mayor parte de medios de comunicación trabajan sobre la base del código de ética profesional y que todo periodista debe conocer a fondo el contenido del mismo para que su trabajo no sea objeto de críticas o demandas judiciales. Como dice el Lcdo. Escobar existen casos en los que los directivos de los medios no los pueden resolver; el periodista acude al gremio de profesionales en donde el Procurador Síndico o un Abogado le prestarán el respaldo para su defensa; pero generalmente antes de llegar a estas instancias el mismo periodista trata de resolver sus conflictos.

Para los periodistas profesionales preparados académicamente, los códigos establecidos guían el trabajo periodístico y sirven de herramienta para desarrollar un trabajo objetivo y con calidad; esto no ocurre con gente empírica que ve en los medios el espacio para sacar notas carentes de moral, ética y responsabilidad, poniendo en riesgo el libre ejercicio y la libertad de expresión; además de exponerse a sanciones y censuras por parte de las autoridades de control.

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS

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

Antes de empezar el estudio que se relaciona con “El Nivel Ético de los Medios de Comunicación en el Ecuador”, como parte de la audiencia y receptor de los productos periodísticos e informativos que se presentan en los distintos medios de comunicación, barajaba una idea básica que luego cambió; imaginaba que el manejo ético de todo el material que se muestra, publica y expone, debía pasar por un proceso de análisis, estudios de impacto y sobre todo obedecer a la verdad de los hechos, sin alterar y mucho menos con el fin de dañar la imagen y la honra de una institución y peor aún de las personas. Dicho proceso –suponía- que debía estar a cargo de los directivos, productores, presentadores y demás gente responsable de emitir la información; pero en definitiva las cosas no resultaron de ese modo en su totalidad.

Con respecto a los temas que llegan a los distintos departamentos de prensa de los medios, creía que todos debían ser presentados, obedeciendo a la libertad de expresión; gracias al Programa de Investigación propuesto por la UTPL, he llegado a conocer que para los medios no es ético dar a conocer hechos que involucren la vida personal, laboral y social sin contar con el consentimiento previo de la gente que hace la noticia.

En lo referente a la libertad de expresión, acepto que es necesario hacer énfasis en que no por ser un derecho consagrado por la Constitución Política del País, una persona relacionada con la información no puede escudarse en ella y hablar sin tener fundamentos y faltar a la verdad, alterando la convivencia pacífica que debe existir en la sociedad, dejando de lado Códigos de Ética Profesional, tal vez con la finalidad de elevar los niveles de audiencia y sembrar en la gente el odio y la desconfianza, con la intención de hacer de los medios el instrumento para tratar la información como simple mercancía.

También es importante mencionar que el avance tecnológico ha servido para que a nuestro medio lleguen noticias, información y programas dedicados a presentar la vida profesional y personal de cantantes, actores, políticos y demás gente que ha aprovechado de los medios para ganar protagonismo y así hacer crecer su popularidad (los Programas de

Farándula o mal conocida como “PRENSA ROSA”). Todos estos productos mediáticos de a poco se los han ido copiando y van ganando espacio en los medios nacionales; prensa escrita, radio y televisión, quienes cada vez incluyen segmentos y programas en los cuales la ética periodística se omite ya que el escándalo y la controversia importan y venden más.

Creo que sin tener un conocimiento amplio del Código de Ética Profesional del Periodista, inicialmente me sumé a lo que la mayoría de personas encuestadas dijo; se menciona –básicamente- el trabajo poco serio y profesional de periodistas y presentadores de televisión improvisados que día a día en sus programas evidencian el desconocimiento de la ética periodística y su imagen se opaca cada vez que emiten comentarios poco acertados y sin un conocimiento previo de los temas expuestos. Para argumentar lo antes señalado, basta observar programas como “*Rojo Rosa*” de Gamavisión, “*Vamos con Todo*” de RTS y leer el segmento “*El Verdugo*” de Diario Extra, para corroborar lo expuesto.

Finalmente tengo la certeza de que la Ética Periodística es relevante y ahora con más conocimiento debido al estudio realizado; asumo que los organismos de control (SENARTEL, CONARTEL, etc.) deberían exigir a los medios de comunicación, programas de mejor calidad, dirigidos a la formación y a la educación en valores, al rescate y a la promulgación de costumbres y tradiciones propias de nuestro medio y también, de ser necesario, sancionar a quienes quieran hacer de los medios el escenario para el insulto, la pelea y la falta de respeto a niños y adultos que son la audiencia que observa estos espectáculos carentes de ética.

### **3.2. *Supuesto uno: Los medios de comunicación colaborarán de forma positiva a la investigación.***

Con lo que respecta al primer supuesto, pensaba que los medios iban a dar apertura al estudio propuesto por la UTPL; pero me encontré con situaciones que a continuación expondré de acuerdo a lo vivido en cada medio visitado.

- **Radio La Red**.- En este medio se envió la solicitud al Director General; pero su alterno y Director de Programación, me recibió indicándome que era prácticamente imposible que el Director General y peor aún el dueño atiendan este pedido; debido a las múltiples ocupaciones y compromisos sobre todo con Teamazonas canal en donde labora uno de sus principales. Tanto el Director de Programación y los Directores de Programas

Deportivos (como se mencionó en el capítulo anterior), al igual que los periodistas, prestaron su colaboración y respaldo para realizar las entrevistas previamente enviadas junto a la solicitud que hizo llegar la UTPL a este medio de comunicación.

Los días que me tomó realizar las entrevistas mencionadas, se desarrollaron en un ambiente de camaradería por parte del Director de Programación que fue el primer entrevistado; Reinando Romero (periodista) lo hizo a través de correo electrónico argumentando que no disponía de tiempo; cabe mencionar que sus respuestas fueron tan cortas; es decir, en el mismo formulario de preguntas contestó a cada una con un **Sí** o un **No** según su criterio. A los demás colaboradores de la radio que participaron en este estudio, les sorprendió al comienzo esta investigación; pero luego de una breve explicación por mi parte, expusieron sus ideas y pensamientos a través de una grabación digital al igual que en un principio lo hiciera el Director antes mencionado.

Creo que la colaboración de este medio de comunicación hubiese sido más significativa si su Director General además de ser hijo del propietario de la radio, hubiesen juntos accedido a una entrevista para hacer conocer y saber sus criterios sobre ***“El Nivel Ético de los Medios de Comunicación en el Ecuador”***, desde su visión personal.

De acuerdo a mi percepción las personas que intervinieron en esta investigación aportaron conforme a su experiencia de forma positiva.

- **Red TV Canal 38**. - En el caso de Red TV, la colaboración que su principal en Quito prestó para el estudio de esta temática, fue positiva en un balance general; ya que al principio se sorprendió manifestando que su canal no era el medio más adecuado para que se realice el estudio propuesto; pero al final, a través de la línea telefónica (por cuestión de horarios y compromisos laborales del Lic. Cornejo), se realizó la entrevista y también se obtuvo el nombre y número telefónico del Director Nacional del canal en Guayaquil (Ing. Elías Mora).

Luego de hablar por teléfono con la secretaria del Ing. Mora, se hizo llegar la temática de la entrevista a través de correo electrónico; y después de insistir por varios días para que me hagan conocer las respuestas a las preguntas planteadas, la entrevista tuvo que hacerse vía telefónica de una manera apresurada por parte del directivo que se mostró algo molesto por la insistencia y luego de responder a las interrogantes, se disculpó excusándose en la falta

de tiempo y de sus varias ocupaciones; además mostró apertura para futuros requerimientos.

En fin la colaboración fue poco positiva debido a la falta de personal y a la poca colaboración desde un principio por parte de los directivos y además no se pudo obtener las opiniones de los dueños por estar estos en la ciudad de Guayaquil donde funcionan las oficinas principales del medio. Creo que el supuesto en este canal se cumplió parcialmente.

- **Periódico Al Volante.**- Al realizar el estudio en este medio, me encontré con una pequeña oficina en Quito donde se receptan anuncios publicitarios, invitaciones para la cobertura de eventos y demás asuntos de orden administrativo; también obtuve ejemplares de este medio y los números de contacto de la principal que en este caso es la Dueña y Directora General (Lic. Sonia Ramos) quien se mostró abierta a la investigación del tema propuesto por la UTPL; manifestando que como profesional en la comunicación, cree que es importante que se realicen programas que permitan elevar la calidad en la información que se expone y presenta en cada medio.

La colaboración fue bastante positiva; pero creo que si hubiera gente que dependiera directamente del medio (no *periodistas free-lance* sino de planta), se hubiese obtenido opiniones distintas y de esta manera los resultados arrojarían conclusiones más reales a las recogidas vía correo electrónico a los principales de este periódico.

- **Comunicadores Independientes.**- Por la falta de personal en los medios antes mencionados, fue necesario recurrir a comunicadores independientes, quienes desde un principio se mostraron abiertos a colaborar contestando desde su experiencia a las preguntas propuestas; al realizar la entrevista coincidieron en manifestar que se sienten libres de expresar lo que sienten y piensan ya que no obedecen a intereses personales o institucionales como ocurre en ciertos medios que se abstuvieron en mencionar.

La colaboración de este grupo de profesionales a mi parecer, no fue imparcial, porque creo que se reservan criterios y comentarios de quienes fueron o podrían ser sus jefes o compañeros a futuro en cualquier medio de comunicación en donde puedan prestar sus servicios.

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

En forma general los principios éticos son conocidos por la mayoría de personas que laboran en los medios de comunicación investigados; el tratamiento del material periodístico e informativo, está sujeto al análisis y a la valoración del hecho que genera una noticia, con el fin de presentar a la audiencia informaciones apegadas a la verdad y a la aplicación correcta del Código de Ética Profesional del Periodista.

El conocimiento y la aplicación de la ética en ciertos casos han sido dejados de lado por los comunicadores; quienes obedeciendo a intereses personales y particulares de gente relacionada con la política y el poder, han sabido influenciar en la opinión de las personas que siguen de cerca el trabajo de presentadores y periodistas serios y con alto nivel de credibilidad; para argumentar lo que se menciona, en las pasadas elecciones presidenciales, Carlos Vera de Ecuavisa se mostró ampliamente a favor de la candidatura del actual Presidente Rafael Correa; invitando a la audiencia a través de su espacio matutino diario a que ejerzan su voto en favor de la candidatura que él consideraba como la mejor opción. En este caso se observó claramente la falta de ética que el popular periodista mostró en el tratamiento imparcial que tuvo con el resto de candidatos para quienes los espacios fueron reducidos o nulos durante el desarrollo del noticiero de las mañanas.

Volviendo a los medios investigados, la mayor parte son comunicadores preparados en universidades e instituciones de educación superior como argumentaron los directivos entrevistados; por lo tanto el conocimiento y la aplicación del código de ética además de los deberes profesionales que exige el ejercicio diario, sirve para que en cada producto periodístico se refleje la calidad del trabajo de comunicadores serios y responsables.

El porcentaje de medios de comunicación que cumple con este supuesto de acuerdo a nuestra investigación, es significativo pero no total, esto se debe a que en el caso de Red TV, la programación es netamente comercial y no permite hacer un estudio más profundo del tema.

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

De acuerdo al estudio realizado a través de entrevistas a directivos y periodistas de los medios de comunicación que fueron tomados en cuenta para nuestro análisis; así como al grupo de personas que participó mediante encuestas dentro del Programa de Investigación propuesto por la UTPL con el tema “El Nivel Ético de los Medios de Comunicación en el Ecuador”, se ha establecido en primera instancia de acuerdo a la información proporcionada por los actores antes mencionados, que se trabaja sobre la base del Código de Ética Profesional, como parte fundamental e ineludible dentro del desarrollo diario de la actividad periodística e informativa.

También mencionaron las personas encuestadas que la mayor parte de medios de comunicación sean televisivos, escritos o radiales, no cumplen en su totalidad con lo dispuesto por el Código de Ética; se mencionó a medios que han dirigido su labor periodística e informativa a la cobertura de hechos relacionados con crónica roja, amarillismo, escándalo y polémica. Dentro de los medios mencionados se destacan nombre como diario “Extra”, el segmento de crónica roja del informativo de la noche de “TC Televisión”, radio “La Luna”, que más de una persona recordó el papel que desempeñó este medio durante el conflicto que terminó con la destitución del Ex-presidente Lucio Gutiérrez; la posición y el pensamiento de los principales de esta radio influyó en la opinión de la gente evidenciando una clara falta de imparcialidad y desobediencia al Código de Ética.

Retomando el análisis de los medios investigados, radio “La Red” realiza un trabajo que en ocasiones ha sido cuestionado por parte de las personas que de una u otra forma se han visto afectadas por comentarios y opiniones vertidos por la gente que trabaja haciendo el análisis de la actuación y la gestión de directivos y deportistas; pero como menciona en la entrevista uno de sus colaboradores (que al final se adjunta en anexos), se entregan copias de las grabaciones, informes y el respaldo jurídico de ser necesario para resolver cualquier eventualidad.

Con respecto al periódico “Al Volante”, este medio presenta informes relacionados a las actividades y a la problemática laboral que se desarrolla dentro del campo de la transportación; en ocasiones este medio cuestiona duramente a las autoridades de control, parcializando la información en favor del gremio a quien representa, de esta forma no se

cumple con lo dispuesto por el Código de Ética. (En el siguiente capítulo se destaca esta afirmación con un ejemplo).

El canal de televisión “Red TV Ecuador” a puesto a los programas infantiles, de entretenimiento, series familiares y últimamente a la retransmisión de programas de su filial RTS, entre las que se destaca el espacio de farándula y entretenimiento “*Vamos con Todo*”; programa en donde es evidente la falta de profesionalismo por parte de quienes conforman el equipo de producción, realización y edición junto a presentadores y reporteros quienes con el afán de “informar” se saltan los límites establecidos por el Código de Ética Profesional, poniendo en riesgo a la libertad de expresión mediante un producto periodístico e informativo que destaca principalmente la parte negativa de las personas y provoca peleas y discusiones llenas de comentarios con epítetos graves que son presentados al aire sin el mínimo respeto a la audiencia.

De forma general, la mayor parte de medios de comunicación, trabaja bajo los lineamientos del Código de Ética Profesional para Periodistas; claro está que en ciertos casos no se ha tomado en cuenta a lo dispuesto por dicho código, ya que en ocasiones a primado la imparcialidad, la posición, los intereses personales y comerciales de directivos y propietarios de los medios, influenciando en la opinión y en el criterio de la audiencia, llegando a situaciones de una magnitud tan alta que actualmente se califican a los medios de comunicación como el “Cuarto Poder”.

## CAPÍTULO IV

# ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO

### 4.1. *Defina los resultados de la investigación.*

Una vez obtenidos los resultados de las entrevistas a los directivos y periodistas de los medios de comunicación que formaron parte de este estudio; así como del grupo de 52 personas de distinta profesión y ocupación que también intervinieron en esta investigación a través de encuestas, los resultados arrojan varias respuestas de las que se resaltan como las más importantes, el trabajo poco profesional en donde se evidencia en un alto porcentaje la improvisación de gente carente de conocimientos relacionados con el verdadero trabajo y el propósito real de los medios de comunicación. Cabe recordar la misión de los medios que es la de Informar; Entretener y Educar.

“Definir el tipo de hombre que queremos ser, el tipo de niños que queremos educar y el tipo de país que aspiramos a construir implica definir y preguntarse por el sentido y el uso que queremos dar a los medios de comunicación en nuestra casa, en nuestra escuela, en nuestra sociedad”<sup>1</sup>.

Otro aspecto que se menciona es el poco control de las autoridades y organismos encargados de regular y revisar los contenidos que se presentan a la audiencia. De acuerdo a la opinión de las personas entrevistadas y encuestadas, se establece una estrecha relación al comentar sobre la falta de espacios destinados a la promulgación de programas educativos, informativos y de entretenimiento de producción nacional, con contenidos que atraigan e interesen a la audiencia; más bien los medios de comunicación sobre todo los televisivos, han restado importancia a estos temas y mejor apuestan a la repetición de novelas que en su momento obtuvieron alto nivel de sintonía; en esta ocasión el espacio designado es más extenso. Esto se evidencia en canales como TC y Gamavisión que destinan varias horas a una misma telenovela especialmente los fines de semana.

Con lo antes expuesto, la televisión desecha la idea y la concepción de la actual forma de hacer de este medio, el “*terminal cognitivo*” y concebir la estructura del discurso

---

<sup>1</sup> UNESCO-CEA; “*Educación y Medios de Comunicación; en Fundamentos de Educomunicación*”, de Marco Villaruel (Compilador), UPS, Quito, 1998.

audiovisual como una forma de estructurar el pensamiento, distinta a la del discurso verbal; es decir, darse cuenta de que se puede aprender de las imágenes, no sólo por las imágenes<sup>2</sup>.

Finalmente es importante resaltar la labor conjunta de los medios de comunicación que en su mayoría como afirman los encuestados y los entrevistados, legitiman, establecen la realidad y representan a la ciudadanía. Por eso están en medio, en el centro de una sociedad conflictiva, creciente y globalmente mediática.

#### **4.2. Tome conceptos claves de la investigación y compare, analice, etc., con algunos literales del Código Ético del Periodista.**

De acuerdo al Artículo 25 del Código de Ética Profesional del Periodista, cuyo contenido manifiesta que: *“el periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a Fuentes que garanticen una información veraz”*; en nuestro medio, este artículo se cumple en un porcentaje por debajo del 50%, esto se demostró en las respuestas de la gente encuestada al responder a la pregunta 24 del cuestionario que señala: *¿Cree que los gremios periodísticos prestan la debida asesoría a los periodistas en temas éticos?*

La mayor parte de los encuestados, cree que la información presentada en los medios de comunicación en general, en ocasiones no cumple con lo dispuesto por el código de ética ya que se escuchan, se leen artículos y notas *periodísticas* que pretenden denigrar o humillar la dignidad humana (Art. 5), principalmente en los espacios dedicados a la farándula y al espectáculo, en donde se aprecia la falta de control en el tratamiento de la información y se evidencia el total descuido y el escaso control y asesoramiento de gremios periodísticos y organismos de control como CONARTEL, AER, entre otros.

Con este tipo de informaciones se incumple con lo dispuesto en los Artículos 1 (*proporcionar a la comunidad información objetiva, veraz y oportuna*), Art. 4 (*deformar y tergiversar las informaciones*) y Art. 35 (*está prohibido usar el anonimato y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos*); en este último, en base de rumores y comentarios, se

---

<sup>2</sup> Expresión de G. Jacquinot, en su obra *“Aprender de las imágenes”*, citado por Jesús Martín Barbero en su ensayo.

pretende hacer noticia sobre hechos o situaciones que provocan peleas y discusiones en ciertos casos entre periodistas colegas, irrespetando lo que se señala en el Art. 21.

Está claro que de acuerdo a las entrevistas y a las encuestas realizadas, existe cierta concordancia al reconocer que en varios medios de comunicación no se trabaja sobre la base de los lineamientos éticos y que a la audiencia llega información poco confiable por la falta de veracidad, imparcialidad y objetividad de quienes practican el ejercicio periodístico sin contar con una preparación o profesionalismo requerido para el normal desempeño de esta relevante labor.

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

AGOSTO DEL 2007

AL VOLANTE 5

## EDITORIAL

# AL PARECER LA CTG ESTARÍA MATANDO AL TURISMO EN GUAYAS

La actitud de los fieles devotos al patrono San Jacinto era de indignación. Como todos los años, ellos estaban desesperados en los exteriores de la iglesia San Agustín, para tomar el bus que los trasladaría hasta el cantón Yaguachi y otros por retomar a casa, luego de una larga peregrinación, pero la demanda del transporte intercantonal era evidente, especialmente en horas de la madrugada. Por ello muchos utilizaban carros que prestan servicio urbano de Guayaquil, para cumplir con sus promesas, pero ciertos vigilantes en vez de ordenar y precautelar la seguridad de los pasajeros, más bien se encargaban de "hacerles agua la fiesta", impidiendo que los buses avancen hasta Yaguachi o viceversa, generando un problema social, tanto a usuarios como a transportistas. Claro está y de eso somos conscientes que los buses del servicio urbano no pueden hacer transporte intercantonal, pero la Comisión de Tránsito del Guayas, debe considerar que no se puede matar el turismo ni la fe religiosa, impidiendo que la gente se traslade en otro tipo de transporte ante la escasez de vehículos que se presentan por estas festividades. Fue notoria la presencia de decenas de motos y patrulleros que se apostaban a lo largo de la vía Durán-Yaguachi, para impedir el paso de los buses con pasajeros. Sólo pasaban, quienes los saludaban con un billete de 10 dólares bajo la mano. El resto tenía que regresar con sus ocupantes desde el peaje o en algunas ocasiones varios elementos de tránsito obligaban a los pasajeros a desocupar el vehículo por medio camino situación que ocasionó la furia ciudadana pues los usuarios consideraban una falta de respeto para ellos por parte de la CTG. Se decía que la orden era del Mayor Lalama, pero aquello no se cumplía como supuestamente estaba estipulado por las delegaciones encargadas de regular la circulación vehicular, más bien aquella pretendida disposición sirvió para que unos pocos al parecer se llenen los bolsillos, pidiendo la coima en cada kilómetro. Pero los afectados no sólo eran los transportistas ni los pasajeros, sino quienes viven en Yaguachi y aprovechan la llegada de los fieles y turistas, para ganarse unos cuantos centavitos vendiendo productos o servicios. Así lo único que hacen es matar el turismo en la provincia del Guayas.

En la publicación correspondiente al mes de Agosto de este año, el periódico “Al Volante”, en la página 5 correspondiente al *Editorial*, expone un problema de carácter social que involucra a transportistas y a las autoridades de la Comisión de Tránsito del Guayas (CTG). Las informaciones que se presentan en este espacio, obedecen a la prohibición que la CTG ejecutó en contra de transportistas urbanos que pretendían trasladarse a las festividades religiosas de una población de la provincia del Guayas (cantón Yaguachi); dicha restricción se ampara en disposiciones expuestas en la Ley Nacional de Tránsito.

Por testimonios de la gente presente en el lugar de los hechos; así como del reportero de este periódico, se presenta una crítica en contra de las Autoridades de Control (CTG), en donde se afirma que para que los buses urbanos sigan circulando libremente como lo hacen los intercantonales en las vías de la provincia, era necesario **“saludar con un billete de 10 dólares bajo la mano”** a los uniformados situados a lo largo de la carretera Durán-Yaguachi.

Con este tipo de comentarios y afirmaciones, este medio de comunicación está claramente atentando con lo dispuesto por el Código de Ética Profesional, incumpliendo con la imparcialidad en el tratamiento de la información y la posibilidad de emitir cualquier juicio de valor en sus informaciones; cabe recordar que el periódico “Al Volante”, presenta noticias e información dirigida al gremio de los transportistas.

El titular del Editorial presenta otra incoherencia ya que se expone de forma generalizada un tema que afecta únicamente a dos sectores; es decir, a los transportistas y a la población que es la que aprovecha de estos eventos para generar ingresos económicos, y no como se pretende involucrar a toda la provincia dentro de una problemática ajena al titular que dice: **“Al parecer la CTG estaría matando al turismo en Guayas”**.

Es necesario insistir en que los medios de comunicación deben dar un tratamiento más profesional a la información, basándose en lo dispuesto por el Código de Ética, para que su función y su misión no sean alteradas por hechos o situaciones que vayan en contra de los lineamientos de la ética de los periodistas profesionales.

## **CAPÍTULO V**

### **5.1. CONCLUSIONES**

1. De acuerdo a la investigación realizada en los medios de comunicación que fueron tomados en cuenta para este estudio, la mayor parte del personal conoce los lineamientos del Código Ético del Periodista; esto obedece a lo aprendido en universidades y en centros de educación superior.
2. Los directivos y propietarios de los medios de comunicación, en su mayoría son personas poco preparadas en el campo de la comunicación o en ramas del periodismo.
3. Son reducidos los espacios que otorgan los medios de comunicación a la promulgación y al incentivo de planes y programas de educación y cultura.
4. La programación en la televisión, expone libremente imágenes cargadas de violencia y sensacionalismo; al igual que en medios escritos y en la radio, se presenta a la audiencia comentarios y críticas bastante ilógicas, de gente carente de conocimientos científico-académicos, con el único afán de hacer polémica y vender, mediante este mecanismo, más información.
5. Las personas encuestadas al igual que las entrevistadas, coinciden en que en nuestro país la mayor parte de personal que labora en los medios, es gente sin preparación académica, extranjeros con buen timbre de voz o de buena presencia, modelos y reinas de belleza y demás gente que por estar dentro de los medios, mal se hacen llamar comunicadores o periodistas.

## 5.2. RECOMENDACIONES

1. Es importante que en cada medio de comunicación, se insista al personal de planta y a los nuevos integrantes, sobre la validez e importancia del Código de Ética del Periodista Profesional, a través de instructivos o folletos que contengan los aspectos más relevantes a ser tomados en cuenta antes de desarrollar cualquier trabajo periodístico.
2. Los comunicadores sociales y periodistas, deben formar parte más activa dentro del grupo de personas que está al frente de la programación que exponen los medios a la audiencia; para que esta se dirija más al servicio de la sociedad y no sirva solo para obtener beneficios económicos.
3. Los medios de comunicación deben recordar que una de sus principales funciones es la de contribuir con el desarrollo y el progreso de la gente, a través de campañas de educación permanentes en horarios en los que la audiencia se interese por el contenido expuesto.
4. Los organismos de control como el CONARTEL, SENARTEL y el mismo gremio de periodistas, tienen que analizar y sancionar a los medios que presenten programas con contenidos que atenten contra la honra de las personas e irrespeten a la audiencia, escudándose en la libertad de expresión y el libre ejercicio profesional.
5. Los colegios y gremios de comunicadores sociales y periodistas, deben exigir a los medios de comunicación, más espacio para la gente que se ha preparado durante varios años con el fin de obtener un título académico que respalde el conocimiento adquirido para desempeñar funciones con total respeto y profesionalismo dentro de los lineamientos del Código de Ética del Periodista.

## BIBLIOGRAFIA UTILIZADA

- ❖ CASTELLI, Eugenio, *Temas de ética periodística*, Colmegna, Buenos Aires, 1968, 89 pp.
- ❖ CHASQUI. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, n 61, marzo 1998 (CIESPAL, Quito-Ecuador). Número monográfico sobre “Ética, medios, periodistas. Los medios en el medio.
- ❖ GARGUVERICH, Juan: *Géneros Periodísticos*, CIESPAL, Quito-Ecuador, 2004.
- ❖ HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío: *Ética para Periodistas*. Editorial Norma S.A., 2005. Colombia.
- ❖ LEAUTE, Jacques, *Ética y responsabilidad del periodista*, CIESPAL, Quito-Ecuador, 1966.
- ❖ MARTÍN BARBERO, Jesús: *“Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación”*, en VILLARRUEL, Marco, *Fundamentos de Educomunicación* (Compilación), UPS, Quito, 1998.
- ❖ VILLANUEVA, Ernesto: *Derecho de la Información: Conceptos básicos*. Editorial “Quipus”, CIESPAL. Ecuador.

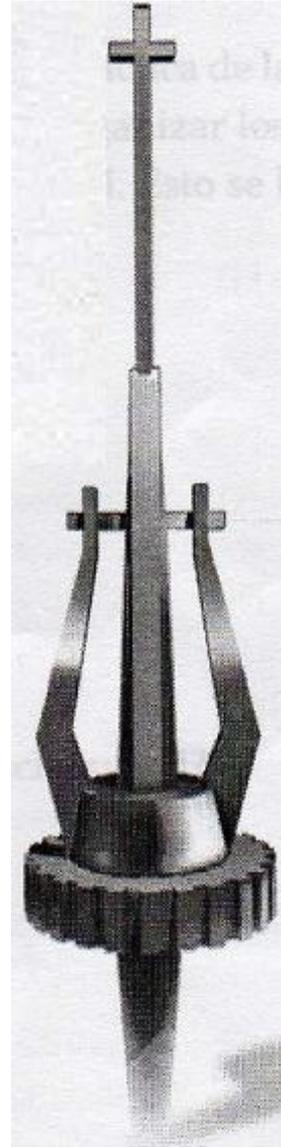
### Páginas Web / E-mail:

- ❖ [www.futbolecuador.com](http://www.futbolecuador.com)
- ❖ [www.iniciativadelacomunicacion.com](http://www.iniciativadelacomunicacion.com)
- ❖ [www.rts.com](http://www.rts.com)
- ❖ [www.simbolosdelibertad.com](http://www.simbolosdelibertad.com)
- ❖ [alvolante@hotmaill.com](mailto:alvolante@hotmaill.com)

**Testimonios:**

- ❖ Lic. Esteban Carranco (Radio La Red)
- ❖ Dr. Pablo Montenegro (Radio La Red)
- ❖ Ing. Elías Mora (Red TV Ecuador-Guayaquil)
- ❖ Lic. Jaime Cornejo (Red TV Ecuador-Quito)
- ❖ Lic. Sonia Ramos (Periódico Al Volante)

# ANEXOS



## **ANEXO 1**



### **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 2**



**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) El Comercio | B) Últimas Noticias | <input type="checkbox"/> |
| <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      | A) Telesucesos | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Gamavisión    | B) Hoy TV      | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Teleamazonas  | C) Teleandina  | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> D) Telesistema   |                |                          |
| <input type="checkbox"/> E) TC Televisión |                |                          |

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

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

9. ¿Qué programas observa con mayor frecuencia?

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

10. ¿Qué le desagrada de la TV nacional?

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

11. ¿Qué le agrada de la TV?

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

RADIO

12. ¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?

Nacionales

Locales

- |                                      |             |                          |
|--------------------------------------|-------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> A) La Luna  | A) Majestad | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Sucre    | B) La Mega  | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Sonorama | C) Hot 106  | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> D) La Bruja | D) La Red   | <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	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>		

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="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>		

25. Conteste Sí o No a las siguientes afirmaciones

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

SI  NO

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

SI  NO

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

SI  NO

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

SI  NO

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

SI  NO

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

SI  NO

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

SI

NO

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

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

**¡Gracias por su colaboración!**

### **ANEXO 3 Radio “La Red”**

#### **ENTREVISTA**

De: **Reinaldo Romero** (reyromero62@yahoo.com)

Enviado: miércoles, 15 de agosto de 2007 8:40:26

Para: MARCELO VARGAS CAICEDO (marcelo30vinicio@hotmail.com)

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). NO CONOZCO
2. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA) NO
3. ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético? (PERIODISTA) NO
4. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA) DIRECTOR
5. ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético? (PERIODISTA) NO

#### **DIRECTOR Y PERIODISTA**

6. ¿Qué políticas hay en el medio para resolver los dilemas éticos? NINGUNO
7. Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico. NINGUNO
8. 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. NO  
¿Por qué? La vorágine de la vida política no permite matizar la realidad y todo es en blanco y negro sin posibilidad de rectificar desde la Ética.
9. ¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera? Formar desde la escuela
10. ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética? no
11. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico. Es una opción personal

12. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación. ¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética? No. Todo es conveniencia, política y/o económica

13. ¿La ética está en riesgo en el país? No, por que no existe ni en la política ni en los medios

¿Si la respuesta es SI, qué se debería hacer?. Desde la escuela enseñar la Ética

---

## **ANEXO 4 Periódico “Al Volante”**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

La Universidad Católica de Loja

#### **TEMÁTICAS DE LAS ENTREVISTAS**

##### ***PERIODICO “AL VOLANTE”:***

**1. ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

**DIRECTOR:** UNIR Y NO DIVIDIR AL GREMIO.

**PERIODISTA:** DEBEMOS PROMOVER LA UNIDAD ENTRE LOS TRANSPORTISTAS.

**2.- Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)**

Si.

**3.- Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)**

Si

**4.- ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética? (DIRECTOR)**

Al ingresar se les explica la política que deben cumplir en estos medios.

**5.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético? (PERIODISTA)**

Como en todo medio de comunicación, me explicaron las políticas que se manejan y hacia que sector está dirigido el medio.

**6.- Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

**DIRECTOR:** Lo resuelvo escuchando a las partes involucradas, exponiendo alguna salida que no perjudique a nadie.

**PERIODISTA:** Los resuelve la Directora Nacional, dialogando con las partes involucradas.

**7.- Los periodistas le plantean como director del medio, dilemas éticos. (DIRECTOR)**

Si.

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

Si

### **DIRECTOR Y PERIODISTA**

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

**DIRECTOR:** El diálogo.

**PERIODISTA:** El dialogo.

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

**DIRECTOR:** Confrontación entre dirigentes entrantes y salientes de diferentes sectores de la transportación nacional.

**PERIODISTA:** Sólo cumplimos con las coberturas y la Directora Nacional se encarga de buscarle la solución.

**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**

**¿Porqué?...**

**DIRECTOR:** Se la utiliza para direccionar la política del medio

**PERIODISTA:** Si, porque es lo que debe primar en el ejercicio profesional.

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

**DIRECTOR:** Ser estratégica y tener facilidad de dialogo

**PERIODISTA:** Ser equilibrado y sensato.

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

**DIRECTOR:** Si, porque me gusta que todos los que conformamos este medio, trabajemos en equipo.

**PERIODISTA:** Si, porque existe capacitación, en donde se nos inculcan valores éticos y morales.

**14.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.**

**DIRECTOR:** Si

**PERIODISTA:** Si

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

**DIRECTOR:** Se rigen a la política del medio.

**PERIODISTA:** En todos los medios los periodistas debemos cumplir con las políticas establecidas.

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

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

**DIRECTOR:** Se debe exigir que se respete la libertad de expresión.

**PERIODISTA:** No se debe permitir la restricción del trabajo de los periodistas, con lo cual se coarta la libertad de expresión.

***DIRECTORA NACIONAL: LCDA. SONIA RAMOS VALENCIA***

***PERIODISTA: LCDO. EDISON TORRES R.***

## **ANEXO 5: Comunicadores Independientes**



**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 los medios de comunicación? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

Nos remitimos al Código de Ética del Colegio de Periodistas de Pichincha que promueve y exige la aplicación del tratamiento de la información con valores morales respetando el equilibrio, la imparcialidad, el derecho a la defensa, el respeto a la confidencialidad del ser humano.

#### **2. Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)**

Conduzco con otro periodista el informativo de TELESUCESOS, Canal 29; conocemos y respetamos a los entrevistados, sean de cualquier corriente política, existe total apertura, pluralismo, practicamos un periodismo honesto, sin ataduras y lo que es muy importante no defendemos a grupo de poder o partido político alguno.

#### **3. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)**

El medio no cuenta con un Código de Ética propio, se rige por la ética del profesional, mismo que depende del código del Colegio de Periodistas de Pichincha.

#### **4. ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética? (DIRECTOR)**

No existe código del medio.

**5. ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?  
(PERIODISTA)**

No, yo me rijo por el de mi gremio que es el del Colegio de Periodistas de Pichincha.

**6. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

La resuelve el Director del medio y generalmente el Periodista es el responsable de sus aseveraciones, e ocurrir alguna falta grave, el que dirime es el Tribunal de Disciplina del gremio.

**7. Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos.  
(DIRECTOR)**

Generalmente puede remitirse al Director, pero son casos excepcionales, hasta el momento no han ocurrido.

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

Por el momento no se han presentado casos, pero en medios anteriores que he laborado, uno a veces tiene el apoyo del Director o tiene que superar sus conflictos de manera individual, no obstante uno puede pedir el apoyo del gremio en donde el Procurador Síndico o un Abogado asumen la defensa pertinente.

**DIRECTOR Y PERIODISTA**

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

Generalmente el Periodista es responsable y debe defenderse solo.

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

Ninguno.

**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?** Porque si no hubiere un trabajo ético, el periodista caería en la corrupción y terminaría afectando su imagen, lamentablemente en el Ecuador, algunos periodistas terminan defendiendo intereses por necesidades económicas.

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

Un trabajo conjunto entre gremios periodísticos, dueños de medios, directores y periodistas. Debe contratarse a periodistas profesionales preparados en las universidades y no gente empírica que en su mayoría desconoce lo que es la ética.

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

Existen charlas pero no es un asunto de capacitación permanente.

**14. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.**

En mi caso particular sí, me enmarco y aplico el Código de Ética Profesional.

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

Son pocos, la mayoría defienden intereses de grupos de poder, ideologías de los propietarios de los medios. Son pocos los que aplican un pluralismo informativo, sin

listas negras, un periodismo honesto cercano a la objetividad porque la objetividad absoluta no existe, quien sabe tampoco la imparcialidad absoluta.

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

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

Yo creo que sí, deberíamos imitar a medios masivos de comunicación internacionales, por ejemplo en España existe un Jurado de Ética Profesional, este puede amonestar, suspender temporalmente o inhabilitar con los periodistas en su ejercicio profesional. Aquí se aplica la Deontología, concebida esta como la ciencia que trata los deberes éticos del periodista; cabe recordar que fue la Asamblea General de la ONU en 1952 que aprobó un Código Internacional del Honor de los Periodistas, mismo que suele servir para el estudio deontológico de los profesionales de la comunicación.

Lic. Manolo Escobar Z.  
Ex vicepresidente UNP.  
Periodista-Conductor  
Informativo Telesucesos.

## **ANEXO 6: Comunicadores Independientes**



**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)**

*Lo esencial es trabajar bajo los lineamientos del Código de Ética para los periodistas profesionales y especialmente bajo los parámetros establecidos por el medio en el cual me he desenvuelto.*

**2. Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)**

**3. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)**

*Si en las regulaciones y estipulaciones referidas a mi ejercicio y práctica profesional, por ejemplo en cuanto a la calidad y reserva de las Fuentes de Consulta, el adecuado y veraz manejo de la información y en especial en lo referente a evitar –por todos los medios- el hacer uso impropio de los datos informativos.*

**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)**

*Más que el Código de Ética del ejercicio profesional, se delinearon aquellos aspectos más relevantes y necesarios para mí trabajo y se insistió en el profesionalismo que debía ponerse a cada actividad periodística designada.*

**6. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

*En ese tipo de situaciones el diálogo es esencial, especialmente entre quienes –por su experiencia- tienen un mayor sentido de conocimiento claro sobre el manejo apropiado de la información, en muchas ocasiones tales dilemas han sido resueltos por los equipos directamente involucrados y sin se han tratado de situaciones más delicadas se ha acudido a los directores o representantes del medio.*

**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)**

*Más allá de la resolución, sus puntos de vista han sido de orientación para que la posible solución o propuesta para llegar a ella, salgan de parte mía.*

## DIRECTOR Y PERIODISTA

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

*Diálogo continuo, seguimiento de las situaciones de información, manejo adecuado de los datos, investigación precisa de las fuentes y reforzamiento de los parámetros de ética y profesionalismo en el campo periodístico.*

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

*Han sido aquellos casos de orden político en aspectos como la corrupción o el manejo de proyectos en instituciones públicas o privadas.*

### 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? No se trata de práctica constante y en múltiples ocasiones responde a intereses individuales o grupales o por el contrario situaciones complejas incluso para los mismos medios.*

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

*Mejor preparación de los involucrados y mayor presencia de los representantes de los medios y sus trabajadores.*

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

*No es constante y muchas veces queda a merced de la propia iniciativa de los periodistas.*

**14. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.**

*Definitivamente si, y sobre todo garantizan una verdadera objetividad y veracidad.*

**15. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación.**

**¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?**

*Como lo señalaba anteriormente, no siempre existe una verdadera imparcialidad y siempre aparecerán, en algunos casos de modo evidente, los intereses.*

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

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

*Si, lo que se debería plantear es un diagnóstico general de todos los medios en su estructura y su administración para definir su orientación y lineamiento político, económico y social, una vez hecho tal diagnósticos definir una estrategia general de manejo y control de la Ética.*

Lic. Cristhian Vargas  
Comunicador Social

## **ANEXO 7: Comunicadores Independientes**



### **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)**

Los dispuestos por el Código de Ética del Periodista Profesional de Pichincha.

**2. Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)**

Claro la mayor parte está afiliada a la UNP. El medio no tiene un código particular al antes mencionado.

**3. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)**

Como mencione, el medio se basa en lo dispuesto por código de ética profesional.

**4. ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética? (DIRECTOR)**

No, los periodistas que ingresan son gente preparada en universidades; es allí en donde reciben la capacitación correspondiente.

**5. ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?  
(PERIODISTA)**

No ninguno.

**6. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

Se resuelven en reuniones primeramente con la gente involucrada en cualquier conflicto; posteriormente se realiza una reunión general con el personal y los directivos bajo el mando siempre del Director General.

**7. Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos.  
(DIRECTOR)**

Primero se informa al jefe inmediato y de ser necesario se acude directamente al Director General.

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

No recuerdo; más bien he consultado a colegas y en base a mi experiencia los he resuelto personalmente.

#### **DIRECTOR Y PERIODISTA**

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

El dialogo constante entre periodistas y directivos; además del respaldo del gremio al que nos pertenecemos UNP.

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

Afortunadamente en mis años de experiencia no he tenido problemas graves con nadie; pero si ha habido momentos en los que he dejado de lado posturas y pensamientos personales para hacer un trabajo periodístico serio y profesional.

**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?.....**

La mayor parte de periodistas serios y responsables, realizamos trabajos basándonos en lo dispuesto por la ética profesional; claro está que hay gente que hace quedar mal y a este tipo de malos elementos es a quienes las autoridades deberían sancionar.

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

Cumplir con los artículos del código de ética; además de pedir el respaldo de los Colegios de Periodistas, UNP y demás gremios de profesionales de la comunicación.

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

No, pero dentro de las organizaciones se informa periódicamente sobre leyes y reformas que tienen que ver con el desarrollo del ejercicio periodístico.

**14. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.**

Por supuesto, sirven para elaborar un producto periodístico con calidad, respeto e información verídica a favor de la audiencia.

**15. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación.**

**¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?**

La gran mayoría de medios cumple con entregar a la audiencia información veraz y objetiva. Por supuesto que existen medios que defienden intereses privados y desarrollan sus actividades de forma imparcial ya que no opinan, cuestionan e informan sobre noticias que se relacionen con personas o empresas de su entorno.

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

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

No, pero debe haber más control para quienes se hacen llamar “periodistas” sin tener un título académico que respalde tal afirmación.

Wilson Robalino

Periodista Radio Tarqui

Comunicador Social

## **ANEXO 8: Comunicadores Independientes**



**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)**

En general y de acuerdo a mi experiencia, en los medios de comunicación que he trabajado, se aplica el Código de Ética Profesional de los Periodistas.

**2. Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)**

Los Directores y la gente que se encarga de la contratación del personal en los medios, emplean por general a profesionales o estudiantes con el suficiente conocimiento de la ética periodística; la mayor parte de medios no tiene un código propio.

**3. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)**

Conozco el Código de Ética de los Periodistas Profesionales; y lo aplico en mi trabajo.

**4. ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética? (DIRECTOR)**

Se asume que todo periodista profesional, debió aprender los artículos del Código de Ética durante su formación académica; por lo tanto en los medios que he laborado, los principales omiten esta entrega.

**5. ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?  
(PERIODISTA)**

En los medios que he trabajado, nunca he recibido ningún código.

**6. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA)**

Todo asunto que genere algún tipo de dilema ético, ha sido resuelto consultando al Director y también se ha pedido el respaldo y la opinión de los periodistas con más experiencia.

**7. Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos.  
(DIRECTOR)**

Seguro por lo general se consulta al Director la mejor forma de proceder y actuar frente a cualquier dilema ético.

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

Por supuesto; es a él a quien primero acudo.

**DIRECTOR Y PERIODISTA**

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

- Comunicar cualquier particular al Director.
- Dialogar con los compañeros y pedir el respaldo.
- Hacer un trabajo profesional para no afectar a las personas mediante información poco confiable.

**10. Qué caso recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico.**

Entrevistar a personajes políticos que según mi percepción han hecho mucho daño al país; el dilema fue que tuve que ser imparcial y no pude elevar libremente mi voz de protesta como ciudadana.

**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?** Porque en la mayor parte de medios se presenta gente que desconoce el código de ética y ofende, mal informa y arremete libremente sin control en contra de cualquier persona o autoridad según su criterio u opinión personal.

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

Empezar por educar e informar sobre los contenidos del código de ética a las personas que hacen y dirigen los medios; es evidente en varios casos el desconocimiento del código que norma el trabajo periodístico.

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

No necesariamente, más bien se promueven reuniones periódicas entre directivos y periodistas, para tratar este tipo de temas.

**14. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.**

Seguro son la base para realizar trabajos periodísticos e investigativos con calidad, respeto y profesionalismo.

**15. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación.**

**¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?**

La mayor parte sí; pero como en toda actividad hay medios que se desvían de los lineamientos de la ética tal vez con la intención de captar más audiencia o simplemente por el desconocimiento tanto de los reporteros como de los directivos.

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

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

No necesariamente, más bien se debe empezar por educar a la gente y a los directivos como se menciona anteriormente y de ser necesario implementar multas y sanciones drásticas y ejemplarizadoras para quienes traten de omitir lo dispuesto por el código de ética.

Fiorela Valencia.

Comunicadora Social.