



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

MODALIDAD ABIERTA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:
DIARIO EL NORTE, RADIO LOS LAGOS Y TV NORTE CANAL 9, DE LA CIUDAD
DE IBARRA”.**

Tesis previa a la obtención
del Título de LICENCIADA EN
Comunicación Social

AUTORA: MARÍA DE LOURDES TIRADO C.

DIRECTORA DE TESIS: LCDA. DIANA RIVERA

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL IBARRA

Diciembre de 2007

CERTIFICACIÓN

Lcda. Diana Rivera

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación realizado por la señorita **María de Lourdes Tirado Corrales**, titulado: "LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DIARIO EL NORTE, RADIO LOS LAGOS Y TV NORTE CANAL 9, DE LA CIUDAD DE IBARRA", ha sido dirigido, revisado prolijamente y cumple con los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, diciembre 21 de 2007

.....
Lcda. Diana Rivera

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, María de Lourdes Tirado Corrales, 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”.

María de Lourdes Tirado C.

AUTORÍA

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

Ibarra, diciembre 21 de 2007

María de Lourdes Tirado C.

C.I. 1001838190

DEDICATORIA

La realización de este trabajo fue posible gracias a mi madre **Esperanza** y a mi familia quienes en todo momento me brindaron su apoyo incondicional, lo que me ayudó en la consecución de este gran objetivo como fue la culminación exitosa de este Proyecto de Investigación.

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

María de Lourdes Tirado C

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a todas aquellas personas que conforman 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 Lcda. Diana Rivera, Directora del presente trabajo.

María de Lourdes Tirado C.

RESUMEN

Partiendo de que la ética es el ejercicio pleno y constante de virtudes y la interiorización de unos valores firmes y coherentes dentro y fuera de las prácticas profesionales, la presente investigación pretende reflejar la realidad que viven los medios de comunicación en la ciudad de Ibarra en cuanto a la aplicabilidad de la ética.

Capítulo I: se presenta la reseña histórica de los tres medios de comunicación que conforman el Grupo Corporativo del Norte: Diario El Norte, Radio Los Lagos y TV Norte Canal 9. Además, se hace un análisis del trabajo que realiza cada uno de éstos; así como también, una crítica sobre la aplicabilidad de la ética y se evalúa cómo es y cómo debería ser el papel del comunicador en los mismos.

Capítulo II: se pone énfasis en el análisis de datos, diseño de tablas estadísticas y presentación de resultados. Para el desarrollo y ampliación de este capítulo, se realizó la respectiva tabulación, cuyos datos se extrajeron de las encuestas realizadas a la muestra poblacional (sesenta y siete personas). Fueron muy valiosos también, los datos obtenidos de las entrevistas que se hizo a los directores y periodistas que trabajan en los tres medios de comunicación anteriormente señalados.

Capítulo III: Lo que conocía de la ética antes de iniciar la investigación y el análisis de los supuestos, son los principales temas que se explican en este capítulo, los cuales resultaron interesantes a la hora de ser analizados, porque permitieron hacer una evaluación reflexiva y honesta de lo que en realidad encierra el significado de la palabra ética.

Capítulo IV: permite definir los resultados de la investigación y relacionarlos con los aspectos o artículos más relevantes del Código de Ética Profesional del Periodista. Las fotografías sensacionalistas extraídas de la contraportada del Diario El Norte, facilitaron la crítica, análisis y argumento al momento de compararlas con lo que estipula el código de ética y que no se cumple.

Capítulo V: Aquí se encuentran las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

INTRODUCCIÓN

¿Qué es la Ética Periodística? ¿Cómo deben los profesionales de la comunicación aplicarla? Esta investigación pretende responder estas y otras interrogantes relacionadas a todo lo que encierra la práctica de la ética dentro y fuera de los medios de comunicación en el Ecuador, llegando a definirla de tal forma que al mismo tiempo conduzca a una aproximación más consciente de su estudio y aplicación.

Según el filósofo alemán de mediados del siglo XIX Nicolás Nietzsche, “Toda filosofía depende en última instancia de la ética. La vida moral del hombre constituye la raíz de donde brota el pensamiento filosófico”.

La ética como tal, es una parte de la filosofía que junto al axiología (teoría de los valores) y deontología (teoría del deber), pretende que el individuo fusione su intelecto con: principios, valores, virtudes, sensibilidad y respeto, todo esto con la finalidad de que su accionar sea positivo en todos los ámbitos de la vida y mucho más aún en el campo profesional, el cual le permite ser un ente útil, productivo, subsistir y mantener a su familia.

El filósofo mexicano Antonio Caso dice: “Hay dos problemas fundamentales que la filosofía tiene que resolver: ¿el mundo?... y ¿cómo es bueno vivir en el mundo? La primera interrogante debe ser contestada por la metafísica; en tanto que la segunda por la ética”. Caso, también considera que: “Cuando el hombre asimile plenamente los valores morales será útil toda filosofía”.

La Ética Periodística consiste en el ejercicio pleno y constante de virtudes y la interiorización de unos valores firmes y coherentes dentro y fuera de las prácticas profesionales. Es una obligación interna, moral, racional y consciente de principios humanos dentro de parámetros que respeten la integridad humanística y la objetividad por encima de ideologías, simpatías e intereses.

El entorno en donde se desarrolla el trabajo de los profesionales de la comunicación en la actualidad está dando lugar al replanteamiento de valores ya tradicionales y al surgimiento de otros nuevos que obliga a dirigir una especial atención hacia la cuestión ética en la profesión. Al igual que sucede con otras éticas de carácter aplicado, la ética de la comunicación e información debe ser abordada desde la universidad con el convencimiento de que su aprendizaje supone obtener una orientación socialmente responsable, y su práctica, la proclamación pública del empeño de nuestra actividad profesional. La manifestación de esta práctica en un documento escrito —el código deontológico— eleva el estatus de la profesión cara al exterior, y hace ganar en libertad y autonomía dentro del

gremio al que se pertenezca, ya que los principios éticos se convierten en pragmáticos y los profesionales formalizan su preocupación sobre los modos de actuar.

La educación y la profesión se encuentran unidas en torno a la cuestión ética. La inexistencia de la enseñanza de esta materia dentro del p \acute{e} nsum de estudios en la universidad ha provocado que la \acute{e} tica y deontolog \acute{a} profesional se haya aprendido con el paso del tiempo una vez incorporados los alumnos al mundo laboral, y que este aprendizaje se haya realizado de manera precaria, debido, sobre todo en nuestro pa \acute{i} s, a la falta de conocimiento o ausencia de c \acute{o} digos deontol \acute{o} gicos de la profesi \acute{o} n. Por otra parte, la adopci \acute{o} n y puesta en pr \acute{a} ctica de estos c \acute{o} digos por parte de los profesionales en los diferentes pa \acute{i} ses ha conseguido, en muchos casos, que la \acute{e} tica se convierta en una disciplina universitaria. La respuesta de los alumnos a la ense \tilde{n} anza de la \acute{e} tica y deontolog \acute{a} en la actualidad resulta positiva en aquellas universidades donde se imparte y, en nuestro caso particular, viene demostrado por la importancia concedida al compromiso \acute{e} tico como competencia profesional por alumnos incorporados ya al mercado laboral y que cursaron estos contenidos en una asignatura espec \acute{i} fica durante su periodo de formaci \acute{o} n.

No obstante, quedan algunas cuestiones por resolver acerca del aprendizaje de esta materia, respecto a s \acute{i} la ense \tilde{n} anza de los contenidos \acute{e} ticos debe conformar una asignatura espec \acute{i} fica o debe ense \tilde{n} arse de manera dispersa en las diferentes asignaturas del plan de estudios, o s \acute{i} , en caso de constituir una asignatura espec \acute{i} fica, \acute{e} sta debe ser de car \acute{a} cter optativo u obligatorio. A ello podemos unir el enfoque de la materia atendiendo a la relaci \acute{o} n que existe entre los aspectos sociales, legales y \acute{e} ticos de la profesi \acute{o} n, y la distribuci \acute{o} n de contenidos en funci \acute{o} n de la necesidad de aprendizaje de una \acute{e} tica te \acute{o} rica y una \acute{e} tica pr \acute{a} ctica o aplicada.

Seg \acute{u} n lo consultado, se enfoca netamente a los profesionales como individuos dentro de la comunicaci \acute{o} n social, m \acute{a} s no necesariamente, existe un c \acute{o} digo de \acute{e} tica para los medios de comunicaci \acute{o} n, aunque Ramiro Bucheli, Director de TV Norte canal 9, me asegur \acute{o} de la existencia de un c \acute{o} digo de \acute{e} tica para los medios televisivos; pero tras revisar detenidamente en c \acute{o} digos legales, el \acute{u} nico caso que se encontr \acute{o} fue el de ECUAVISA, en donde Jadira Rodr \acute{i} guez, funcionaria del Departamento de Noticias, asegur \acute{o} telef $\acute{o$ nicamente que cuentan con un Reglamento de \acute{E} tica Interno, pero no facilit \acute{o} la evidencia que respalde lo mencionado, situaci \acute{o} n que deja ver que hay un vac \acute{i} o dentro de las normas jur \acute{i} dicas que establecen la Constituci \acute{o} n de

la República, debiendo tomarse en cuenta que, predominan los intereses de los dueños de los medios de difusión masiva antes que de los periodistas que laboran en ellos.

La ética viene recorriendo un camino tan largo como la historia del hombre. El trato a los humanos como iguales progresa a un ritmo menor que otros logros de la especie. A pesar del esfuerzo iniciado por Bartolomé de las Casas (siglo 16), el indígena latinoamericano todavía no es un "igual absoluto", aunque los enfermos mentales están saliendo del ámbito de los animales domésticos en que los puso la Edad Media. Aún hay guerras de conquista y ocupación tras objetivos económicos, disfrazados todavía con argumentos prestados por alguna religión y una fuerte carga de racismo.

Una ética aplicada al periodismo significa no acatar la norma sugerida por Nicolás Maquiavelo en su libro El Príncipe: 'El fin justifica los medios'. En términos concretos, no se debe grabar una conversación sin advertírsele al otro, tampoco utilizar cámara oculta sin su conocimiento y consentimiento, porque se están violando sus derechos.

El periodista no debe mentir ni tergiversar hechos para engañar al lector, espectador o perceptor, tampoco se debe manipular al público, según intereses políticos, filosóficos, religiosos o de tipo partidario. Un reportero de prensa, radio o televisión no puede encaramarse sobre las camas de los enfermos del hospital público para cubrir mejor 'la noticia', situación que no se da en las clínicas privadas cuyos pacientes no son pobres. El drama del hambre y la desnutrición de los niños de nuestro país o de cualquier otro no deben exhibirse en un noticiero de televisión con criterio chauvinista y de reality show, preguntándosele a un menor preescolar '¿qué grado tienes... de desnutrición?'

La ética no debe ser reducida únicamente a un reglamento, o a un decálogo o un código. La normativa es indispensable, pero debe ser dinámica y flexible con los cambios de nuestros tiempos. Es decir, la ética y sus normas deben estar siendo 'pensadas' siempre y, por el periodista, cada vez que escribe, relata o cubre una noticia.

Vivimos una época de crisis. La ética está en crisis, la sociedad está en crisis, el planeta y la especie humana también están en crisis, **crisis de sobrevivencia**. Hay que reforestar virtudes y valores, reconstruir un camino que respete la moral como un principio fundamental del derecho humano. Si no hay un camino, hay que crearlo; como diría el poeta español Antonio Machado "Caminante no hay camino, se hace camino al andar".

En conclusión, el presente trabajo de grado va a ser de profunda utilidad para el ejercicio periodístico basado en un eje vertebral ético que lo sostenga, como unas buenas bases sostienen a un puente. Este trabajo trata con objetividad y análisis crítico el fenómeno de la ética en el Comunicador Social, así como en el medio específico en el que éste labora. Un análisis concienzudo puede ayudar a formar personas y profesionales de la comunicación conscientes del pleno ejercicio de sus actos.

ÍNDICE

Certificación	i
Cesión de derechos	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	
Introducción	
Objetivos	

CAPITULO I. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

1.1. Antecedentes	1
1.1.1. Diario El Norte.....	1
1.1.1.1 Los Directores.....	2
1.1.2. Radio Los Lagos.....	4
1.1.3. TV Norte Canal 9.....	5
1.2. Análisis del trabajo que realizan.....	6
1.2.1. Diario El Norte.....	6
1.2.2. Radio Los Lagos.....	8
1.2.3. TV Norte Canal 9.....	9
1.3. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética.....	10
1.4. El papel que desempeña el Comunicador Social en los medios.....	11

CAPITULO II. DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

2.1. Presentación de resultados.....	13
2.1.1. Análisis de datos y diseño de tablas estadísticas.....	13
2.2. Análisis de las entrevistas.....	55
2.2.1. Diario El Norte.....	56
2.2.2. Radio Los Lagos.....	58
2.2.3. TV Norte Canal 9.....	59

CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS

3.1.	Antecedentes: Explique que es lo que conocía usted.....	62
3.2.	Supuestos teóricos.....	63
3.2.1.	Supuesto 1.....	63
3.2.2.	Supuesto 2.....	63
3.2.3.	Supuesto 3.....	64

CAPITULO IV. ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO

4.1.	Defina los resultados de la investigación.....	65
4.2.	Relacione los resultados con los puntos más relevantes.....	65
4.3.	Tomando como ejemplo fotografías, recortes de periódicos.....	69

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	Conclusiones.....	71
5.2.	Recomendaciones.....	72

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

CAPITULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

GRUPO CORPORATIVO DEL NORTE Y EDITORES MMA ASOCIADOS EL NORTE IBARRA

1.1. ANTECEDENTES

El Grupo Corporativo del Norte (Editores MMA Asociados EL NORTE), sociedad anónima, agrupa tres áreas de la comunicación en un solo medio: prensa, televisión y radio, es así que a continuación se expone una breve reseña histórica de cómo se consolidó dicha empresa.

1.1.1. DIARIO EL NORTE

Hace veinte años atrás, un nuevo rotativo para la provincia de Imbabura y el norte del país salió a la luz, mostrando en la portada de su primera edición una amplia fotografía sobre el campeonato sudamericano juvenil de basquetbol que se realizaba en la ciudad de Ibarra.

La labor periodística inicia en Quito en 1975, cuando Luis Mejía Montesdeoca junto a dos compañeros, Jorge Mantilla Jarrín y Fabián Garcés Carrera, compran una pequeña empresa plana en un remate que hizo el Banco Nacional de Fomento. La idea era elaborar una revista, lamentablemente por falta de recursos económicos tuvo una corta duración.

“Diario del Norte” fue la cristalización del largo sueño del reconocido político, periodista y empresario imbabureño Luis Mejía Montesdeoca, quien desarrolló actividades periodísticas desde su juventud, tanto en “El Comercio” como en el desaparecido diario “El Tiempo”; luego buscó otras alternativas a inicios de los ochenta con “El Periódico del Mediodía”, esto en la ciudad de Quito.

Posteriormente Luis Mejía fundó “La Semana” como un preámbulo de lo que vendría después de varios esfuerzos. Así el 25 de junio de 1987 sale a circulación el “Diario del Norte”, hoy convertido en “El Norte”, Diario Regional Independiente.

Diario del Norte nació como un sistema informativo que pretendía atender la demanda de noticias que se requería en aquel momento en la provincia de Imbabura y en la región norte del país.

A fines de 2002 el ingeniero Boris Mejía, hijo de Luis Mejía Montesdeoca toma las riendas de la empresa (Editores MMA Asociados El Norte, que agrupa a Diario del Norte y Radio Los Lagos). Otro paso fundamental es el cambio de nombre del periódico, ahora son solo dos palabras “EL NORTE”; cabe recalcar que Boris Mejía no es comunicador social, sino empresario de la comunicación social.

El Norte experimenta nuevos cambios tanto en el diseño como en los contenidos, es más ágil en su presentación, la tecnología le permite introducir el full color en su publicidad y portada. Se incrementa el Departamento de Marketing y Ventas, y el diario contrata los servicios de las agencias de noticias internacionales AP y AFP, dos de las más prestigiosas en todo el mundo.

Otro de los giros que dio este matutino, fue la segmentación de las noticias por temas, las noticias ya no se sujetan a simples relatos sino que van más allá, conservando la objetividad y la veracidad de los hechos, según palabras de sus funcionarios.

1.1.1.1. LOS DIRECTORES

El primer Director fundador fue Luis Mejía Montesdeoca, como Subdirector se encontraba el licenciado Ramiro Bucheli, quien luego fue nombrado Director, él es uno de los primeros periodistas profesionales de Imbabura que se graduó en Quito, junto a Jacinto Salas y Silvio Tobar (ya desaparecido).

A mediados de 1989 ingresa como Subdirector, el entonces egresado Patricio Pérez, quien con veintisiete años ocupó ese importante cargo; Patricio Pérez decidió culminar sus estudios de periodismo en la ciudad de Quito por lo que se aleja del periódico en 1992.

Continúa como Presidente del periódico Luis Mejía Montesdeoca, ingresa como Director, el licenciado Fausto Romero, quien posteriormente pasa a ser Director de Canal 9 de televisión. Toma la posta el licenciado Pablo Jurado, quien luego por asuntos de tipo político

se retira para asumir el puesto de Relacionador Público en el Municipio de Ibarra, ahora actual Alcalde de esta municipalidad.

En el 2001 asume nuevamente la Dirección el doctor Patricio Pérez Ramírez, quien obtuvo ya su título académico y regresa para dirigir este medio, donde permanece hasta la fecha.

Su Director comenta que, “EL NORTE” se ha convertido en testigo fiel de los hechos producidos en el norte del país, en ya dos décadas de información vertical, objetiva y abierta a todos los sectores”.

Actual Directorio del Diario El Norte:

- Presidente Ejecutivo, Luis Mejía Montesdeoca
- Vicepresidente, Borys Mejía Aguirre
- Gerente General, Oscar Castro Villacrés
- Director, Patricio Pérez Ramírez
- Gerente de Marketing, Marllury Gorozabel

Este grupo humano cuenta con varios colaboradores en el área de edición, diseño gráfico, fotomecánica y personal administrativo.

Y quienes tienen la ardua tarea de conseguir las noticias (los periodistas) son los siguientes:

- Blanca Moreta (Cobertura de sucesos)
- Gabriela Unda (Diseña y elabora los suplementos y ediciones especiales)
- Carla Aguas (Cobertura de sucesos y otros temas dentro del cantón Ibarra)
- Santiago Correa (Cobertura de noticias en cantones de la provincia)
- Guillermo Calderón (Cobertura de noticias provincia del Carchi)
- Robinson Quisoboni (Cobertura de noticias deportivas)
- Enrique Vallejos (Caricaturista)
- Marcela Guzmán (Cobertura de noticias en cantones de la provincia)

1.1.2. RADIO LOS LAGOS

Nace en el 2001 como iniciativa de los directivos de Editores MMA Asociados El Norte, con el objetivo de acompañar la vida de los imbabureños y carchenses, además de mantener informados a sus oyentes con noticias de actualidad.

Transmite su señal desde Ibarra en dos frecuencias 102.7 FM para Imbabura y norte del Pichincha, y 99.3 FM para la provincia del Carchi y Sur de Colombia.

El personal que colabora en este medio cuenta con experiencia dentro del campo de la locución, la mayoría no posee título académico que lo avalice, excepto el presentador de noticias. Pero con constancia y empíricamente, su equipo humano mantiene a la radio en un nivel competitivo en relación con otras estaciones.

En lo que a tecnología se refiere, Radio Los Lagos ha equipado sus estudios y repetidoras con tecnología de punta, la que permite con nitidez y claridad llegar a todos los hogares del norte del país. Con señal al aire las veinticuatro horas, esta radio fusiona música de género variado con entretenimiento, información local, nacional e internacional en los diferentes ámbitos.

Se podría decir que esta radio es relativamente nueva, tiene únicamente seis años al aire; razón por la que su historia está limitada y queda mucho por hacer.

A la cabeza de la estación radial se encuentra Ricardo Cifuentes, egresado de la carrera de Comunicación Social. Su equipo de trabajo está formado por: doctor Patricio Pérez, licenciado Jacinto Salas, Irina Chávez, Fredy Peralta, Fernando Bravo, Arturito (seudónimo), Pablo Flores, Verónica Gudiño, Fátima Villacís y Armando Vásquez.

1.1.3. TV NORTE CANAL 9

Poco se conoce la historia de cómo inició este canal, pero de lo poco que se recabó, aquí su relato.

Salió al aire en 1995, bajo la iniciativa de Luis Mejía Montesdeoca y Oswaldo Zurita, éste último propietario de Radio VOCUS FM e Imprenta Gráfico, medios que anteriormente integraban el Grupo Corporativo del Norte.

Al inicio no contaba con programación propia, sino que se enlazaba con canales internacionales, excepto para esporádicos informativos y más esporádicos aún programas de entretenimiento, que ni siquiera guardaban regularidad en su presentación, peor aún en su calidad.

Más tarde en 1999, por iniciativa de Monseñor Antonio Arregui, Obispo de la ciudad de Ibarra de aquel entonces, el canal pasó a manos de la Curia Diocesana mediante una transacción económica realizada con Oswaldo Zurita y Luis Mejía Montesdeoca. Cabe mencionar que, la frecuencia siempre perteneció a Luis Mejía Montesdeoca, Presidente de Editores MMA Asociados EL NORTE.

Actualmente el canal cuenta con programación regular, es decir llega con mensajes religiosos, noticiero, espacios para entretenimiento, deportes, análisis económico, social y político, venta por televisión de productos comerciales, clasificados y publicidad; sin embargo, aún el enlace satelital con canales internacionales sigue siendo la base primordial y predominante en su programación, aunque de vez en cuando proyecta películas sin la licencia respectiva y se lo hace de manera artesanal a través de CD's, formato DVD que se adquieren en tiendas comunes de vídeo de la ciudad.

El recurso humano con el que cuenta este medio es el siguiente:

- Gerente General, Sonia Guevara
- Director de Noticias, Ramiro Bucheli
- David Torres (Cobertura de noticias en el cantón Ibarra)
- Sofía Vega (Cobertura de noticias en cantones de la provincia)
- Carlos Aguilar (Cobertura de noticias institucionales)
- José Bermeo (Cobertura de noticias locales)
- Nelson Andrade (Cobertura de noticias deportivas)

Los programas: MATICES, COCINE CON GUSTO, ANALISIS y ENFOQUE, mismos que constan en la parrilla de programación anexa, son de producción independiente.

1.2. ANÁLISIS DEL TRABAJO QUE REALIZAN

1.2.1. DIARIO EL NORTE

Este diario cuenta regularmente con alrededor de treinta y dos páginas, excepto los fines de semana por cuanto se incluyen suplementos (el sábado circula el suplemento infantil TRAVESURAS y el domingo el suplemento familiar ENFOKE).

En el 50% de sus páginas se observa fotografía full color y se da prioridad esencialmente a la portada y contraportada. La portada pone énfasis en la noticia más importante del día con fotografías de gran tamaño y una breve reseña informativa de otras dos noticias menores. La contraportada da prioridad a noticias sensacionalistas o de crónica policial, en ésta se nota que se ubican fotos de tamaño grande a fin de que llame la atención, como se puede observar en el ejemplo del Anexo II.

Este diario está estructurado de la siguiente manera:

- Página dos **La Nota del Día**, trata breves crónicas o reportajes sobre personajes, instituciones o asuntos que acontecen dentro de la ciudad y la provincia.
- Página tres **Primer Plano**, aquí la prioridad es la noticia y guarda relación con la información principal que se señala en la portada.
- Página cuatro, cinco, seis y siete **IMBABURA**, toca acontecimientos, hechos e información de la provincia de Imbabura en general, incluidos los cantones que la conforman.
- Página ocho **COMUNIDAD**, es una página entera dedicada a denuncias a través de reportajes fotográficos sobre problemas tanto en espacio físico como social que se presentan en Ibarra primordialmente, pero de vez en cuando también de lo que sucede en otros cantones. Por lo general en esta página se ubican cuatro fotos con pies de foto de denuncia.
- Página nueve, diez y once **CARCHI**, aquí se brinda información de todo ámbito de la provincia del Carchi.
- Página doce y trece **ECUADOR**, presenta las principales noticias que se originan a nivel nacional.
- Página catorce y quince **MUNDO**, como su nombre lo indica informa los hechos o acontecimientos internacionales más relevantes que se han suscitado alrededor del mundo.

- Página dieciséis, diecisiete, dieciocho y diecinueve **DEPORTES**, aquí se enfocan los diversos hechos deportivos que se generan en la provincia, en el país y el mundo. El Director de este medio, Patricio Pérez, sostiene que: “El público demanda sus propios intereses y dentro de éste, el imbabureño como tal exige de muchas noticias deportivas; inclusive recibimos llamadas solicitando más espacio para este ámbito y como nuestro fin es resolver las necesidades ciudadanas nos vemos en la obligación de brindar lo requerido”.
- Página veinte y veintiuno **FLASH**, estas dos son páginas cubiertas principalmente con fotografías sobre eventos sociales, familiares o eventos públicos.
- Página veintidós y veintitrés **OPINION**, aquí se publica el editorial del día, los créditos acerca del diario, caricatura y artículos de opinión. Cabe señalar que también hay una reflexión y la frase de algún personaje que hizo noticia durante el día.
- Página veinticuatro, está destinada a tratar temas diversos, tales como: salud, belleza, gastronomía, reflexiones de género (es decir esta página es la que más varía).
- Página veinticinco **VARIEDADES**, en ésta se presentan juegos de entretenimiento, crucigrama y horóscopo.
- Página veintiséis, veintisiete, veintiocho y veintinueve **CLASIFICADOS**, como su nombre lo indica hace referencia a compra y venta de servicios, bienes raíces, empleo y anuncios varios.
- Página treinta y treinta y uno **SUCESOS**, informa acerca de hechos de corte sensacionalista y de crónica policial.

En síntesis, en este diario se observa que no existe investigación ni planificación de los hechos que se cubren, pasos que servirían para obtener y analizar una noticia antes de publicarla, pues su redacción nunca recoge antecedentes, datos ni hechos que demuestren que se ha indagado a profundidad acerca de los temas que se informan. Los reporteros de Diario El Norte se limitan a acudir como únicas fuentes de información a la Gobernación, a la Prefectura, a la Policía, al Municipio, etc., es decir, solo a instituciones públicas donde ellos creen que se genera la noticia y en muy pocas ocasiones acuden a la fuente real donde está el problema. Es decir, sus noticias en la mayoría de los casos son incompletas, superficialmente tratadas y para colmo en el caso de las noticias internacionales, tomadas de fuentes del INTERNET.

En lo que a forma se refiere, físicamente el Diario El Norte se encuentra dentro de parámetros aceptables, pero el contenido en sí mismo es criticable, adolece de muchas falencias, sobre todo por lo incompleto en el tratamiento de sus temas.

(VER ANEXOS I, II y III)

1.2.2. RADIO LOS LAGOS

Hablando en términos técnicos, la estación radial posee una señal nítida, de amplia cobertura y cuenta con tecnología de punta; pero sin embargo, analizando estrictamente su programación, no es más que una imitación de la mayoría de medios radiales que han caído erróneamente en volverse impulsores únicamente de música con muy limitados programas que se dedican a opinión u otro tipo de alternativas. Su estructura es muy común, noticieros, música, noticieros, música y algo que ellos denominan radio revista que igual incluye música.

La realidad es que no viene a ser un medio de comunicación, sino un medio de entretenimiento musical, con chismes de farándula extraídos de fuentes como revistas o páginas de Internet sensacionalistas; no producen programas propios sino más bien improvisan. No es una radio educativa, menos aún cultural, sino tan solo de entretenimiento.

(VER ANEXO IV)

1.2.3. TV. NORTE CANAL 9

En televisión es donde más debilidad se presenta, pues al ser éste un medio visual, muestra errores de manera más perceptible: camarógrafos con escasos conocimientos técnicos, sonido y audio con problemas constantes, edición bastante artesanal. Falta de conocimiento en lo que es decoración de espacios, ambientes e iluminación. Parecerían ser programas de radio hechos vídeo. Se observa mucha cámara quieta no hay paneos, cambios de ángulo, ni un dominio de planos técnicos para la filmación y de lo que se ha investigado, ni siquiera tienen elaborado un guión o un story board para cada programa, únicamente improvisan con una agenda personal de los conductores de los diferentes programas. Al parecer este medio trabaja más por asuntos de marketing que por su verdadera finalidad, como es la de comunicar e informar a la sociedad.

Y por justificar que se trata de un canal estrictamente religioso, que desea formar seres humanos con principios y valores, a partir de las 21:00 de lunes a viernes hasta las 06:00

del día siguiente, trabaja con enlace satelital y se conecta con El Sembrador ESME, medio dedicado a programación de carácter religioso.

No existe creatividad y solo funciona como una especie de vídeo casetera. Su programación no es variada, es muy monótona, no se ventilan temas dirigidos a la familia, a la educación, a la cultura o el turismo, tópicos que se podría decir, que son amplios, interesantes y bastante novedosos. El tratamiento en sí de la información que transmite, se basa en discretas entrevistas, reportajes extraídos de cadenas de televisión nacional o DV's de venta pública. Si bien a veces, se invita a profesionales de las áreas a tratar, se carece de una investigación profunda o un reportaje que respalde dicha entrevista. En el caso del programa musical, solo se proyectan videos adquiridos en tiendas de la ciudad y casi nunca se hace referencia por poner un ejemplo, a la historia de bandas musicales que han dejado huella en el mundo del espectáculo y quizá de algún otro detalle que permita al público crear su propio criterio sobre esta gran arte que es la música.

(VER ANEXO V)

1.3. CRÍTICA SOBRE LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA

Existe un Código de Ética del Periodista Profesional, instituido y normado por la Federación Nacional de Periodistas y aprobado por el Ministerio de Educación y Cultura, cuyo objetivo es que los comunicadores cuenten con un instrumento de apoyo que regule sistemáticamente sus derechos y obligaciones morales a los que tienen que sujetarse en el diario desenvolvimiento de sus labores.

Pero se debe señalar que, en caso de incumplimiento de este código de ética la responsabilidad del error recae en el periodista más no en el medio de comunicación en el que trabaja; razón por la cual, la mayoría de los medios se basan en acuerdos éticos verbales más no jurídicos; es decir, llegan a un trato verbal con sus periodistas, más no se sustentan o fundamentan en un reglamento o código escrito que esté legalmente constituido.

La única responsabilidad que asume el medio, es en el caso de los editoriales.

Al momento de entrevistar a los Directores y periodistas de los tres medios de comunicación asignados para este estudio en la ciudad de Ibarra, como son: Diario El Norte, Radio Los Lagos y TV. Norte Canal 9, se encontró que la ética funciona en base a acuerdos verbales, en los que prevalecen los principios de actuar con veracidad, objetividad, claridad, sencillez y reserva de identidad de las fuentes, aspectos básicos que se aprenden en el proceso de formación del periodista en la universidad; pero hablar bajo el amparo de estos términos, es hablar con ambigüedad, puesto que estos supuestos principios podrían ser interpretados de manera subjetiva.

Por ejemplo Ricardo Cifuentes, Director de Radio Los Lagos señala que: “Cuando un nuevo periodista ingresa a este medio verbalmente se le aclara ciertos principios como son: actuar con objetividad, imparcialidad y manejar bien las fuentes”.

En el caso de TV Norte canal 9, Ramiro Bucheli sostiene que: “Cada periodista es responsable de sus propios actos, pero siempre se les advierte que jamás se admitirán ofensas a la moral pública, para lo cual se exige un trabajo colmado de principios y valores”.

Diario El Norte según su Director, Patricio Pérez, siempre mantiene una reunión privada con cada uno de los periodistas, reporteros, diseñadores o redactores, con la finalidad de solicitarles que en su labor actúen con objetividad, respeto pensando siempre en el bien común de la ciudadanía.

1.4. EL PAPEL QUE DESEMPEÑA EL COMUNICADOR SOCIAL EN LOS MEDIOS, CÓMO ES Y CÓMO DEBERÍA SER

Según el perfil de la Carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana, Cuba, “el Comunicador Social debe considerar como hábito principal, la búsqueda de la verdad, ya que esta abarca la totalidad de los ámbitos de la realidad social en que se desenvuelve el ser humano. El comunicador social y periodista se debe distinguir por su apertura a todas las realidades humanas, por el respeto a los hechos y por la superación de los prejuicios y presiones que le impiden la visión correcta del mundo”.

Desde el reconocimiento de la dignidad y de la libertad humana el comunicador social debería ejercer la comunicación con responsabilidad social. Promover el derecho que tienen los ciudadanos a ser informados, ejercer su propio derecho a acceder a la información y

cumplir con su deber de difundirla. Asumir con responsabilidad las libertades de expresión, opinión e información; permitir el diálogo, respetar la discrepancia y defender los valores. El comunicador social y periodista responsable, para serlo, ha de ser un hombre íntegro, que obra con rectitud y que es competente profesionalmente. Como sujeto del conocimiento entonces se convertiría en el mediador del diálogo social y promotor de la democracia. Ha de trabajar en equipo y ser solidario; con la comunicación de los hechos debe ejercer la justicia en lo que le obliga y contribuir a la paz y a la justicia social.

Por lo señalado anteriormente, al visitar estos medios de comunicación, se observó que se conocen algunas virtudes, valores y principios que forman parte de la ética. Al momento de realizar las entrevistas a los directores y periodistas, teóricamente ellos manifestaron que están conscientes de que tienen que actuar con objetividad, veracidad, oportunidad, imparcialidad y credibilidad. Pero la verdad, al analizar la programación de TV. Norte canal 9, Radio Los Lagos y la redacción de las noticias del Diario El Norte, no se aprecia que se aplican correctamente estos principios éticos; razón por la que, se puede decir que no todos los supuestos se cumplieron. Además, las personas que colaboran en estos medios, hablan de ética como si se tratara de una cuestión de forma, más desconocen que ésta es una filosofía de vida, que no sólo debe ser aplicada en el ejercicio diario de las diferentes profesiones, sino hasta en la cuestión personal.

La mayoría de los periodistas de estos medios, no tienen título profesional, algunos son egresados de la carrera de Comunicación Social, otros están cursando dicha carrera y en el caso de la radio existe aficionados a la locución, lógicamente cuentan con experiencia en el campo, pero no son titulados.

El comunicador social como su nombre lo indica debe ser alguien comprometido con la sociedad, con la educación y consigo mismo en lo que se refiere a la formación de valores obligaciones y derechos; además, un comunicador debería contar con bastos conocimientos académicos, jurídicos y culturales en constante capacitación personal, profesional y humana.

Un comunicador no debe reducirse a ser solamente informador o reportero, sino más bien convertirse en un investigador, interprete de hechos y acontecimientos. Se dice que la prensa es el cuarto poder del Estado y mucho ojo, porque bajo esta óptica la prensa únicamente podría ser usada como un instrumento de control para intereses económicos, políticos y personales de conveniencia coyuntural.

Un verdadero comunicador no puede, ni debe responder a intereses de nadie, debe actuar con verdadera imparcialidad, dando a conocer su trabajo con una previa investigación seria y objetiva.

CAPITULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

**GRUPO CORPORATIVO DEL NORTE Y EDITORES MMA ASOCIADOS EL
NORTE IBARRA**

1.5. ANTECEDENTES

El Grupo Corporativo del Norte (Editores MMA Asociados EL NORTE), sociedad anónima, agrupa tres áreas de la comunicación en un solo medio: prensa, televisión y radio, es así que a continuación se expone una breve reseña histórica de cómo se consolidó dicha empresa.

1.5.1. DIARIO EL NORTE

Hace veinte años atrás, un nuevo rotativo para la provincia de Imbabura y el norte del país salió a la luz, mostrando en la portada de su primera edición una amplia fotografía sobre el campeonato sudamericano juvenil de basquetbol que se realizaba en la ciudad de Ibarra.

La labor periodística inicia en Quito en 1975, cuando Luis Mejía Montesdeoca junto a dos compañeros, Jorge Mantilla Jarrín y Fabián Garcés Carrera, compran una pequeña empresa plana en un remate que hizo el Banco Nacional de Fomento. La idea era elaborar una revista, lamentablemente por falta de recursos económicos tuvo una corta duración.

“Diario del Norte” fue la cristalización del largo sueño del reconocido político, periodista y empresario imbabureño Luis Mejía Montesdeoca, quien desarrolló actividades periodísticas desde su juventud, tanto en “El Comercio” como en el desaparecido diario “El Tiempo”; luego buscó otras alternativas a inicios de los ochenta con “El Periódico del Mediodía”, esto en la ciudad de Quito.

Posteriormente Luis Mejía fundó “La Semana” como un preámbulo de lo que vendría después de varios esfuerzos. Así el 25 de junio de 1987 sale a circulación el “Diario del Norte”, hoy convertido en “El Norte”, Diario Regional Independiente.

Diario del Norte nació como un sistema informativo que pretendía atender la demanda de noticias que se requería en aquel momento en la provincia de Imbabura y en la región norte del país.

A fines de 2002 el ingeniero Boris Mejía, hijo de Luis Mejía Montesdeoca toma las riendas de la empresa (Editores MMA Asociados El Norte, que agrupa a Diario del Norte y Radio Los Lagos). Otro paso fundamental es el cambio de nombre del periódico, ahora son solo dos palabras “EL NORTE”; cabe recalcar que Boris Mejía no es comunicador social, sino empresario de la comunicación social.

El Norte experimenta nuevos cambios tanto en el diseño como en los contenidos, es más ágil en su presentación, la tecnología le permite introducir el full color en su publicidad y portada. Se incrementa el Departamento de Marketing y Ventas, y el diario contrata los servicios de las agencias de noticias internacionales AP y AFP, dos de las más prestigiosas en todo el mundo.

Otro de los giros que dio este matutino, fue la segmentación de las noticias por temas, las noticias ya no se sujetan a simples relatos sino que van más allá, conservando la objetividad y la veracidad de los hechos, según palabras de sus funcionarios.

1.5.1.1. LOS DIRECTORES

El primer Director fundador fue Luis Mejía Montesdeoca, como Subdirector se encontraba el licenciado Ramiro Bucheli, quien luego fue nombrado Director, él es uno de los primeros periodistas profesionales de Imbabura que se graduó en Quito, junto a Jacinto Salas y Silvio Tobar (ya desaparecido).

A mediados de 1989 ingresa como Subdirector, el entonces egresado Patricio Pérez, quien con veintisiete años ocupó ese importante cargo; Patricio Pérez decidió culminar sus estudios de periodismo en la ciudad de Quito por lo que se aleja del periódico en 1992.

Continúa como Presidente del periódico Luis Mejía Montesdeoca, ingresa como Director, el licenciado Fausto Romero, quien posteriormente pasa a ser Director de Canal 9 de televisión. Toma la posta el licenciado Pablo Jurado, quien luego por asuntos de tipo político se retira para asumir el puesto de Relacionador Público en el Municipio de Ibarra, ahora actual Alcalde de esta municipalidad.

En el 2001 asume nuevamente la Dirección el doctor Patricio Pérez Ramírez, quien obtuvo su título académico y regresa para dirigir este medio, donde permanece hasta la fecha.

Su Director comenta que, “EL NORTE” se ha convertido en testigo fiel de los hechos producidos en el norte del país, en ya dos décadas de información vertical, objetiva y abierta a todos los sectores”.

Actual Directorio del Diario El Norte:

- Presidente Ejecutivo, Luis Mejía Montesdeoca
- Vicepresidente, Borys Mejía Aguirre
- Gerente General, Oscar Castro Villacrés
- Director, Patricio Pérez Ramírez
- Gerente de Marketing, Marllury Gorozabel

Este grupo humano cuenta con varios colaboradores en el área de edición, diseño gráfico, fotomecánica y personal administrativo.

Y quienes tienen la ardua tarea de conseguir las noticias (los periodistas) son los siguientes:

- Blanca Moreta (Cobertura de sucesos)
- Gabriela Unda (Diseña y elabora los suplementos y ediciones especiales)
- Carla Aguas (Cobertura de sucesos y otros temas dentro del cantón Ibarra)
- Santiago Correa (Cobertura de noticias en cantones de la provincia)
- Guillermo Calderón (Cobertura de noticias provincia del Carchi)
- Robinson Quisoboni (Cobertura de noticias deportivas)
- Enrique Vallejos (Caricaturista)
- Marcela Guzmán (Cobertura de noticias en cantones de la provincia)

1.5.2. RADIO LOS LAGOS

Nace en el 2001 como iniciativa de los directivos de Editores MMA Asociados El Norte, con el objetivo de acompañar la vida de los imbabureños y carchenses, además de mantener informados a sus oyentes con noticias de actualidad.

Transmite su señal desde Ibarra en dos frecuencias 102.7 FM para Imbabura y norte del Pichincha, y 99.3 FM para la provincia del Carchi y Sur de Colombia.

El personal que colabora en este medio cuenta con experiencia dentro del campo de la locución, la mayoría no posee título académico que lo avalice, excepto el presentador de noticias. Pero con constancia y empíricamente, su equipo humano mantiene a la radio en un nivel competitivo en relación con otras estaciones.

En lo que a tecnología se refiere, Radio Los Lagos ha equipado sus estudios y repetidoras con tecnología de punta, la que permite con nitidez y claridad llegar a todos los hogares del norte del país. Con señal al aire las veinticuatro horas, esta radio fusiona música de género variado con entretenimiento, información local, nacional e internacional en los diferentes ámbitos.

Se podría decir que esta radio es relativamente nueva, tiene únicamente seis años al aire; razón por la que su historia está limitada y queda mucho por hacer.

A la cabeza de la estación radial se encuentra Ricardo Cifuentes, egresado de la carrera de Comunicación Social. Su equipo de trabajo está formado por: doctor Patricio Pérez, licenciado Jacinto Salas, Irina Chávez, Fredy Peralta, Fernando Bravo, Arturito (seudónimo), Pablo Flores, Verónica Gudiño, Fátima Villacís y Armando Vásquez.

1.5.3. TV NORTE CANAL 9

Poco se conoce la historia de cómo inició este canal, pero de lo poco que se recabó, aquí su relato.

Salió al aire en 1995, bajo la iniciativa de Luis Mejía Montesdeoca y Oswaldo Zurita, éste último propietario de Radio VOCU FM e Imprenta Grafín, medios que anteriormente integraban el Grupo Corporativo del Norte.

Al inicio no contaba con programación propia, sino que se enlazaba con canales internacionales, excepto para esporádicos informativos y más esporádicos aún programas de entretenimiento, que ni siquiera guardaban regularidad en su presentación, peor aún en su calidad.

Más tarde en 1999, por iniciativa de Monseñor Antonio Arregui, Obispo de la ciudad de Ibarra de aquel entonces, el canal pasó a manos de la Curia Diocesana mediante una transacción económica realizada con Oswaldo Zurita y Luis Mejía Montesdeoca. Cabe

mencionar que, la frecuencia siempre perteneció a Luis Mejía Montesdeoca, Presidente de Editores MMA Asociados EL NORTE.

Actualmente el canal cuenta con programación regular, es decir llega con mensajes religiosos, noticiero, espacios para entretenimiento, deportes, análisis económico, social y político, venta por televisión de productos comerciales, clasificados y publicidad; sin embargo, aún el enlace satelital con canales internacionales sigue siendo la base primordial y predominante en su programación, aunque de vez en cuando proyecta películas sin la licencia respectiva y se lo hace de manera artesanal a través de CD's, formato DVD que se adquieren en tiendas comunes de vídeo de la ciudad.

El recurso humano con el que cuenta este medio es el siguiente:

- Gerente General, Sonia Guevara
- Director de Noticias, Ramiro Bucheli
- David Torres (Cobertura de noticias en el cantón Ibarra)
- Sofía Vega (Cobertura de noticias en cantones de la provincia)
- Carlos Aguilar (Cobertura de noticias institucionales)
- José Bermeo (Cobertura de noticias locales)
- Nelson Andrade (Cobertura de noticias deportivas)

Los programas: MATICES, COCINE CON GUSTO, ANALISIS y ENFOQUE, mismos que constan en la parrilla de programación anexa, son de producción independiente.

1.6. ANÁLISIS DEL TRABAJO QUE REALIZAN

1.6.1. DIARIO EL NORTE

Este diario cuenta regularmente con alrededor de treinta y dos páginas, excepto los fines de semana por cuanto se incluyen suplementos (el sábado circula el suplemento infantil TRAVESURAS y el domingo el suplemento familiar ENFOKE).

En el 50% de sus páginas se observa fotografía full color y se da prioridad esencialmente a la portada y contraportada. La portada pone énfasis en la noticia más importante del día con fotografías de gran tamaño y una breve reseña informativa de otras dos noticias menores. La contraportada da prioridad a noticias sensacionalistas o de crónica policial, en ésta se nota que se ubican fotos de tamaño grande a fin de que llame la atención, como se puede observar en el ejemplo del Anexo II.

Este diario está estructurado de la siguiente manera:

- Página dos **La Nota del Día**, trata breves crónicas o reportajes sobre personajes, instituciones o asuntos que acontecen dentro de la ciudad y la provincia.
- Página tres **Primer Plano**, aquí la prioridad es la noticia y guarda relación con la información principal que se señala en la portada.
- Página cuatro, cinco, seis y siete **IMBABURA**, toca acontecimientos, hechos e información de la provincia de Imbabura en general, incluidos los cantones que la conforman.
- Página ocho **COMUNIDAD**, es una página entera dedicada a denuncias a través de reportajes fotográficos sobre problemas tanto en espacio físico como social que se presentan en Ibarra primordialmente, pero de vez en cuando también de lo que sucede en otros cantones. Por lo general en esta página se ubican cuatro fotos con pies de foto de denuncia.
- Página nueve, diez y once **CARCHI**, aquí se brinda información de todo ámbito de la provincia del Carchi.
- Página doce y trece **ECUADOR**, presenta las principales noticias que se originan a nivel nacional.
- Página catorce y quince **MUNDO**, como su nombre lo indica informa los hechos o acontecimientos internacionales más relevantes que se han suscitado alrededor del mundo.
- Página dieciséis, diecisiete, dieciocho y diecinueve **DEPORTES**, aquí se enfocan los diversos hechos deportivos que se generan en la provincia, en el país y el mundo. El Director de este medio, Patricio Pérez, sostiene que: "El público demanda sus propios intereses y dentro de éste, el imbabureño como tal exige de muchas noticias deportivas; inclusive recibimos llamadas solicitando más espacio para este ámbito y como nuestro fin es resolver las necesidades ciudadanas nos vemos en la obligación de brindar lo requerido".

- Página veinte y veintiuno **FLASH**, estas dos son páginas cubiertas principalmente con fotografías sobre eventos sociales, familiares o eventos públicos.
- Página veintidós y veintitrés **OPINION**, aquí se publica el editorial del día, los créditos acerca del diario, caricatura y artículos de opinión. Cabe señalar que también hay una reflexión y la frase de algún personaje que hizo noticia durante el día.
- Página veinticuatro, está destinada a tratar temas diversos, tales como: salud, belleza, gastronomía, reflexiones de género (es decir esta página es la que más varía).
- Página veinticinco **VARIEDADES**, en ésta se presentan juegos de entretenimiento, crucigrama y horóscopo.
- Página veintiséis, veintisiete, veintiocho y veintinueve **CLASIFICADOS**, como su nombre lo indica hace referencia a compra y venta de servicios, bienes raíces, empleo y anuncios varios.
- Página treinta y treinta y uno **SUCESOS**, informa acerca de hechos de corte sensacionalista y de crónica policial.

En síntesis, en este diario se observa que no existe investigación ni planificación de los hechos que se cubren, pasos que servirían para obtener y analizar una noticia antes de publicarla, pues su redacción nunca recoge antecedentes, datos ni hechos que demuestren que se ha indagado a profundidad acerca de los temas que se informan. Los reporteros de Diario El Norte se limitan a acudir como únicas fuentes de información a la Gobernación, a la Prefectura, a la Policía, al Municipio, etc., es decir, solo a instituciones públicas donde ellos creen que se genera la noticia y en muy pocas ocasiones acuden a la fuente real donde está el problema. Es decir, sus noticias en la mayoría de los casos son incompletas, superficialmente tratadas y para colmo en el caso de las noticias internacionales, tomadas de fuentes del INTERNET.

En lo que a forma se refiere, físicamente el Diario El Norte se encuentra dentro de parámetros aceptables, pero el contenido en sí mismo es criticable, adolece de muchas falencias, sobre todo por lo incompleto en el tratamiento de sus temas.

(VER ANEXOS I, II y III)

1.6.2. RADIO LOS LAGOS

Hablando en términos técnicos, la estación radial posee una señal nítida, de amplia cobertura y cuenta con tecnología de punta; pero sin embargo, analizando estrictamente su programación, no es más que una imitación de la mayoría de medios radiales que han caído

erróneamente en volverse impulsores únicamente de música con muy limitados programas que se dedican a opinión u otro tipo de alternativas. Su estructura es muy común, noticieros, música, noticieros, música y algo que ellos denominan radio revista que igual incluye música.

La realidad es que no viene a ser un medio de comunicación, sino un medio de entretenimiento musical, con chismes de farándula extraídos de fuentes como revistas o páginas de Internet sensacionalistas; no producen programas propios sino más bien improvisan. No es una radio educativa, menos aún cultural, sino tan solo de entretenimiento.

(VER ANEXO IV)

1.6.3. TV. NORTE CANAL 9

En televisión es donde más debilidad se presenta, pues al ser éste un medio visual, muestra errores de manera más perceptible: camarógrafos con escasos conocimientos técnicos, sonido y audio con problemas constantes, edición bastante artesanal. Falta de conocimiento en lo que es decoración de espacios, ambientes e iluminación. Parecerían ser programas de radio hechos vídeo. Se observa mucha cámara quieta no hay paneos, cambios de ángulo, ni un dominio de planos técnicos para la filmación y de lo que se ha investigado, ni siquiera tienen elaborado un guión o un story board para cada programa, únicamente improvisan con una agenda personal de los conductores de los diferentes programas. Al parecer este medio trabaja más por asuntos de marketing que por su verdadera finalidad, como es la de comunicar e informar a la sociedad.

Y por justificar que se trata de un canal estrictamente religioso, que desea formar seres humanos con principios y valores, a partir de las 21:00 de lunes a viernes hasta las 06:00 del día siguiente, trabaja con enlace satelital y se conecta con El Sembrador ESME, medio dedicado a programación de carácter religioso.

No existe creatividad y solo funciona como una especie de vídeo casetera. Su programación no es variada, es muy monótona, no se ventilan temas dirigidos a la familia, a la educación, a la cultura o el turismo, tópicos que se podría decir, que son amplios, interesantes y bastante novedosos. El tratamiento en sí de la información que transmite, se basa en discretas entrevistas, reportajes extraídos de cadenas de televisión nacional o DV's de venta pública. Si bien a veces, se invita a profesionales de las áreas a tratar, se carece de

una investigación profunda o un reportaje que respalde dicha entrevista. En el caso del programa musical, solo se proyectan videos adquiridos en tiendas de la ciudad y casi nunca se hace referencia por poner un ejemplo, a la historia de bandas musicales que han dejado huella en el mundo del espectáculo y quizá de algún otro detalle que permita al público crear su propio criterio sobre esta gran arte que es la música.

(VER ANEXO V)

1.7. CRÍTICA SOBRE LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA

Existe un Código de Ética del Periodista Profesional, instituido y normado por la Federación Nacional de Periodistas y aprobado por el Ministerio de Educación y Cultura, cuyo objetivo es que los comunicadores cuenten con un instrumento de apoyo que regule sistemáticamente sus derechos y obligaciones morales a los que tienen que sujetarse en el diario desenvolvimiento de sus labores.

Pero se debe señalar que, en caso de incumplimiento de este código de ética la responsabilidad del error recae en el periodista más no en el medio de comunicación en el que trabaja; razón por la cual, la mayoría de los medios se basan en acuerdos éticos verbales más no jurídicos; es decir, llegan a un trato verbal con sus periodistas, más no se sustentan o fundamentan en un reglamento o código escrito que esté legalmente constituido.

La única responsabilidad que asume el medio, es en el caso de los editoriales.

Al momento de entrevistar a los Directores y periodistas de los tres medios de comunicación asignados para este estudio en la ciudad de Ibarra, como son: Diario El Norte, Radio Los Lagos y TV. Norte Canal 9, se encontró que la ética funciona en base a acuerdos verbales, en los que prevalecen los principios de actuar con veracidad, objetividad, claridad, sencillez y reserva de identidad de las fuentes, aspectos básicos que se aprenden en el proceso de formación del periodista en la universidad; pero hablar bajo el amparo de estos términos, es hablar con ambigüedad, puesto que estos supuestos principios podrían ser interpretados de manera subjetiva.

Por ejemplo Ricardo Cifuentes, Director de Radio Los Lagos señala que: “Cuando un nuevo periodista ingresa a este medio verbalmente se le aclara ciertos principios como son: actuar con objetividad, imparcialidad y manejar bien las fuentes”.

En el caso de TV Norte canal 9, Ramiro Bucheli sostiene que: “Cada periodista es responsable de sus propios actos, pero siempre se les advierte que jamás se admitirán ofensas a la moral pública, para lo cual se exige un trabajo colmado de principios y valores”.

Diario El Norte según su Director, Patricio Pérez, siempre mantiene una reunión privada con cada uno de los periodistas, reporteros, diseñadores o redactores, con la finalidad de solicitarles que en su labor actúen con objetividad, respeto pensando siempre en el bien común de la ciudadanía.

1.8. EL PAPEL QUE DESEMPEÑA EL COMUNICADOR SOCIAL EN LOS MEDIOS, CÓMO ES Y CÓMO DEBERÍA SER

Según el perfil de la Carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana, Cuba, “el Comunicador Social debe considerar como hábito principal, la búsqueda de la verdad, ya que esta abarca la totalidad de los ámbitos de la realidad social en que se desenvuelve el ser humano. El comunicador social y periodista se debe distinguir por su apertura a todas las realidades humanas, por el respeto a los hechos y por la superación de los prejuicios y presiones que le impiden la visión correcta del mundo”.

Desde el reconocimiento de la dignidad y de la libertad humana el comunicador social debería ejercer la comunicación con responsabilidad social. Promover el derecho que tienen los ciudadanos a ser informados, ejercer su propio derecho a acceder a la información y cumplir con su deber de difundirla. Asumir con responsabilidad las libertades de expresión, opinión e información; permitir el diálogo, respetar la discrepancia y defender los valores. El comunicador social y periodista responsable, para serlo, ha de ser un hombre íntegro, que obra con rectitud y que es competente profesionalmente. Como sujeto del conocimiento entonces se convertiría en el mediador del diálogo social y promotor de la democracia. Ha de trabajar en equipo y ser solidario; con la comunicación de los hechos debe ejercer la justicia en lo que le obliga y contribuir a la paz y a la justicia social.

Por lo señalado anteriormente, al visitar estos medios de comunicación, se observó que se conocen algunas virtudes, valores y principios que forman parte de la ética. Al momento de realizar las entrevistas a los directores y periodistas, teóricamente ellos manifestaron que están conscientes de que tienen que actuar con objetividad, veracidad, oportunidad, imparcialidad y credibilidad. Pero la verdad, al analizar la programación de TV. Norte canal 9, Radio Los Lagos y la redacción de las noticias del Diario El Norte, no se aprecia que se aplican correctamente estos principios éticos; razón por la que, se puede decir que no todos los supuestos se cumplieron. Además, las personas que colaboran en estos medios, hablan de ética como si se tratara de una cuestión de forma, más desconocen que ésta es una filosofía de vida, que no sólo debe ser aplicada en el ejercicio diario de las diferentes profesiones, sino hasta en la cuestión personal.

La mayoría de los periodistas de estos medios, no tienen título profesional, algunos son egresados de la carrera de Comunicación Social, otros están cursando dicha carrera y en el caso de la radio existe aficionados a la locución, lógicamente cuentan con experiencia en el campo, pero no son titulados.

El comunicador social como su nombre lo indica debe ser alguien comprometido con la sociedad, con la educación y consigo mismo en lo que se refiere a la formación de valores obligaciones y derechos; además, un comunicador debería contar con bastos conocimientos académicos, jurídicos y culturales en constante capacitación personal, profesional y humana.

Un comunicador no debe reducirse a ser solamente informador o reportero, sino más bien convertirse en un investigador, interprete de hechos y acontecimientos. Se dice que la prensa es el cuarto poder del Estado y mucho ojo, porque bajo esta óptica la prensa únicamente podría ser usada como un instrumento de control para intereses económicos, políticos y personales de conveniencia coyuntural.

Un verdadero comunicador no puede, ni debe responder a intereses de nadie, debe actuar con verdadera imparcialidad, dando a conocer su trabajo con una previa investigación seria y objetiva.

CAPITULO II

DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

2.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.1.1. ANÁLISIS DE DATOS Y DISEÑO DE TABLAS ESTADÍSTICAS

En la presente investigación sobre la aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación: Diario El Norte, Radio Los Lagos y TV Norte canal 9, se utilizó técnicas y herramientas de investigación como la observación, la entrevista y la encuesta, siendo esta última el sustento específico para un análisis de datos más objetivo.

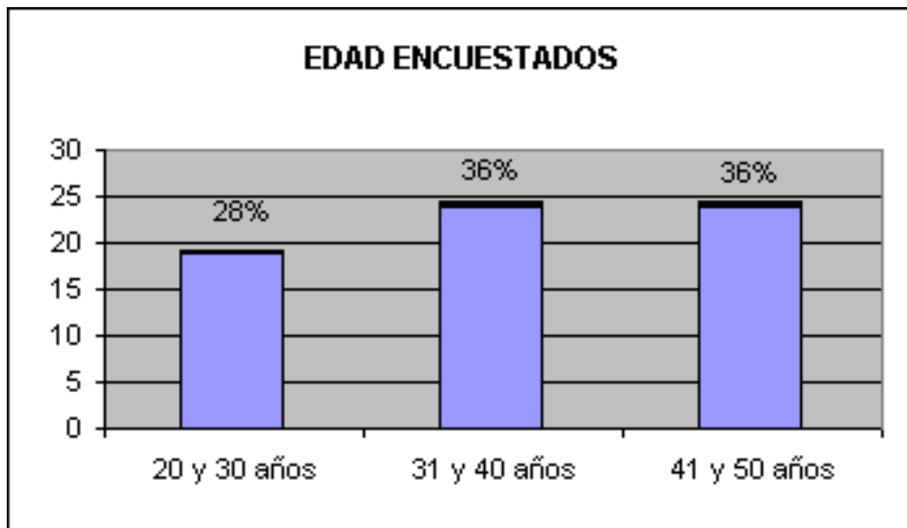
Se realizó sesenta y siete encuestas. La muestra de la población fue seleccionada en base al grado de preparación académica: secundario, superior y profesional, con la finalidad de que dichas encuestas reflejen un resultado fiable.

El cuestionario se compone de veintiséis preguntas: generales y específicas; es decir preguntas abiertas y cerradas. Se debe acotar, que dicho cuestionario parte de parámetros nacionales con el objeto de establecer una comparación con el grupo asignado y al que se procedió a estudiar (GCN).

Luego de una previa recolección de datos en el trabajo de campo bibliográfico y entrevistas a profesionales y directivos que laboran en los tres medios de comunicación: prensa, radio y televisión, que forman el Grupo Corporativo del Norte, las encuestas se realizaron en la semana del 13 al 17 de agosto en instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra.

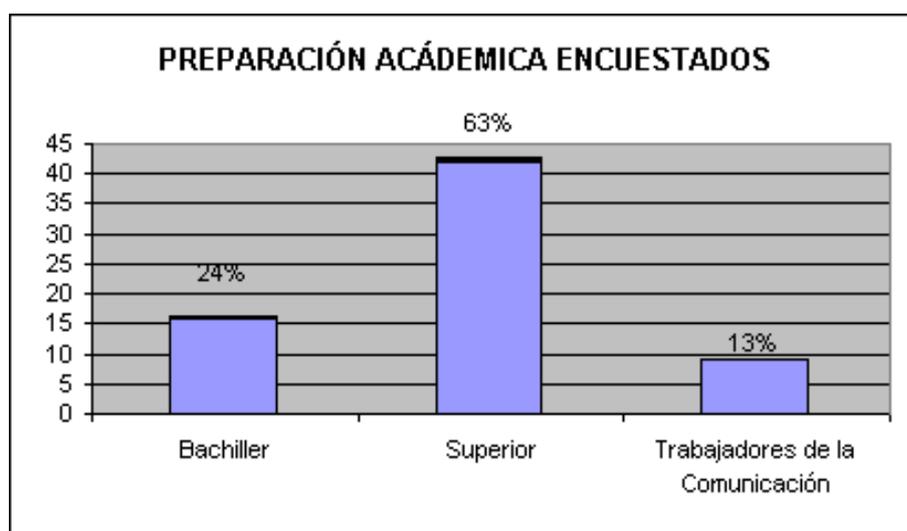
La edad de los encuestados se encuentra en un promedio de 20 a 50 años, puesto que se considera a éste, un **target** que permite un estudio más elocuente y real acerca de los objetivos planteados, los cuales están ubicados dentro de los siguientes rangos:

Rango	Número	Porcentaje	Porcentaje
Edades	Encuestados	válido	acumulado
20 y 30 años	19	28%	28%
31 y 40 años	24	36%	64%
41 y 50 años	24	36%	100%
TOTAL	67	100%	



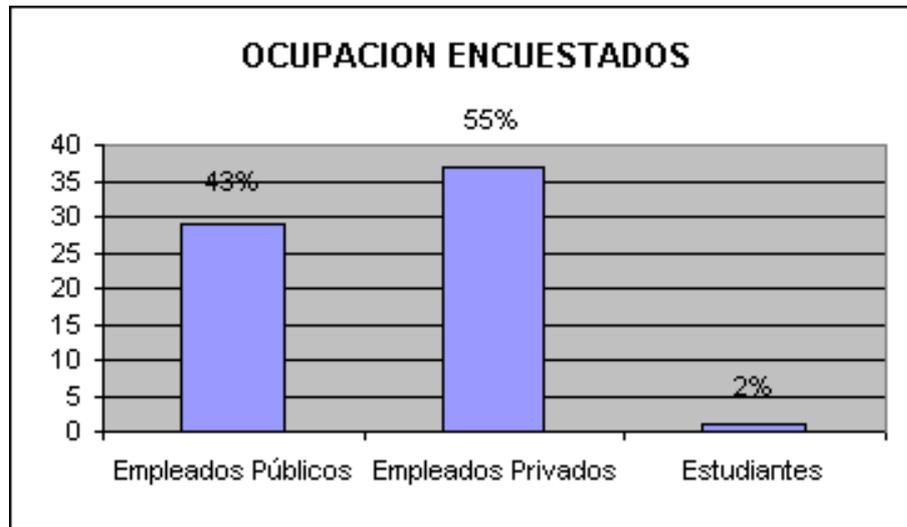
En cuanto al nivel de educación las personas encuestadas se distribuyen de la siguiente manera:

No.	PREPARACIÓN ACADÉMICA	Frecuencia	%
1	Bachiller	16	24%
2	Superior	42	63%
3	Trabajadores de la Comunicación	9	13%
	TOTAL	67	100%



En lo referente a la ocupación, las personas encuestadas están distribuidas así:

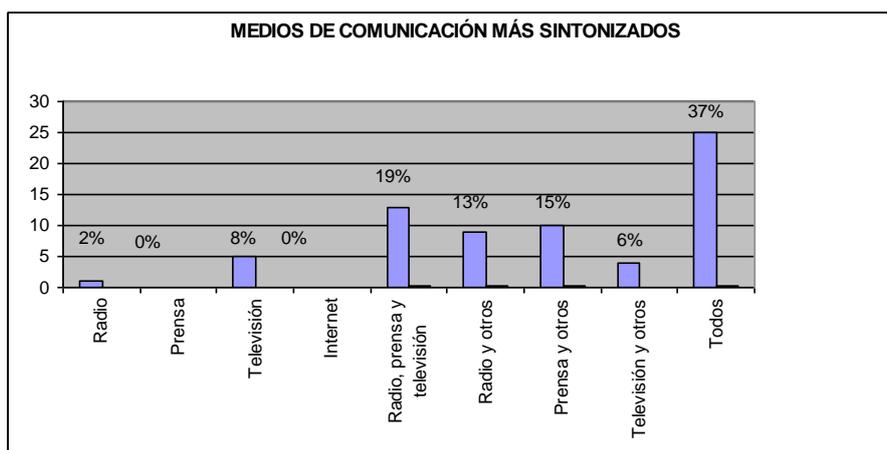
No.	OCUPACIÓN	Frecuencia	%
1	Empleados Públicos	29	43%
2	Empleados Privados	37	55%
3	Estudiantes	1	2%
	TOTAL	67	100%



En el análisis del presente trabajo se citan datos que permiten de manera objetiva interpretar lo que corresponde a la aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación en el Ecuador y más específicamente en los medios asignados.

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

No.	MEDIOS	Frecuencia	%
1	Radio	1	2%
2	Prensa	0	0%
3	Televisión	5	8%
4	Internet	0	0%
5	Radio, prensa y televisión	13	19%
6	Radio y otros	9	13%
7	Prensa y otros	10	15%
8	Televisión y otros	4	6%
9	Todos	25	37%
	TOTAL	67	100%



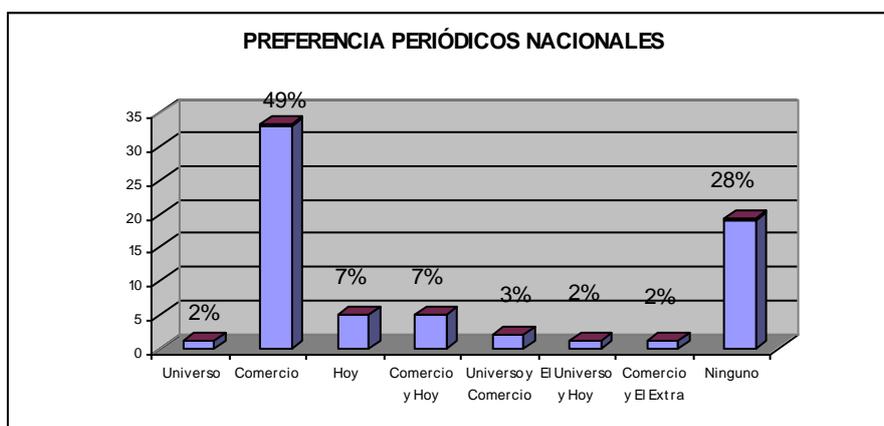
La mayoría de los encuestados asegura tener como preferencia todos los medios de comunicación, 25 personas avalizan esta respuesta lo que equivale al 37%. Estos datos demuestran que la predisposición no es a un solo medio de comunicación, sino más bien, diversifican sus gustos, pues sumando todos los datos porcentuales aquí citados, un 90% de personas tienen inclinación hacia todos o más de un medio de comunicación y un mínimo 10% guarda su fidelidad a un solo medio. Se puede evidenciar además, que el público tiene una tendencia por la variedad y esto quizá se deba al momento histórico que vive el país en el aspecto político-social.

PRENSA

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

Nacionales

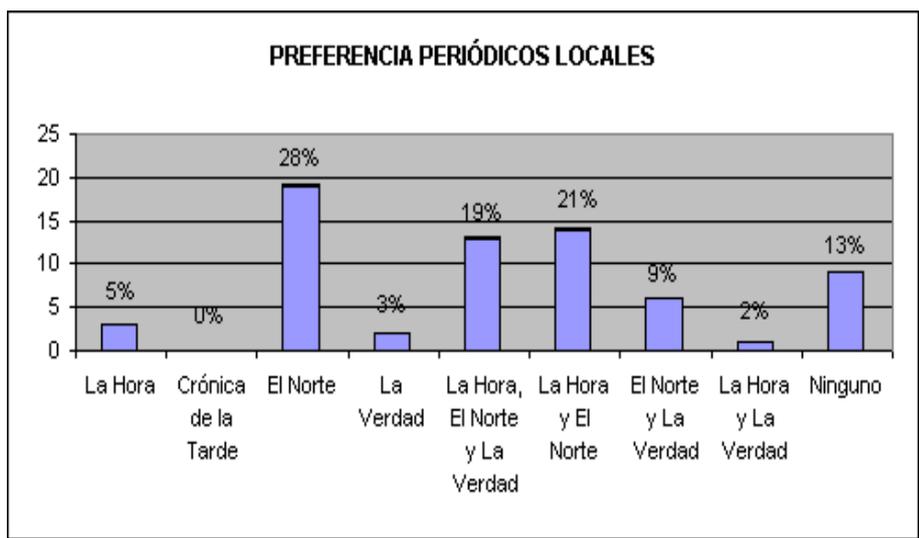
No.	PERIÓDICOS NACIONALES	Frecuencia	%
1	Universo	1	2%
2	Comercio	33	49%
3	Hoy	5	7%
4	Comercio y Hoy	5	7%
5	Universo y Comercio	2	3%
6	El Universo y Hoy	1	2%
7	Comercio y El Extra	1	2%
8	Ninguno	19	28%
	TOTAL	67	100%



Quizá porque Ibarra es una ciudad de la sierra norte ecuatoriana, los habitantes de ésta en gran parte se inclinan por comprar un solo diario de circulación nacional que contenga en su publicación sucesos específicos de la sierra, el 49% de los encuestados, es decir 33 personas aseguran comprar diario El Comercio, el 7% diario Hoy y otro 7% ambos (Comercio y Hoy); mientras que, los diarios de la región litoral cuentan con escasa receptividad y por ende circulación.

Locales

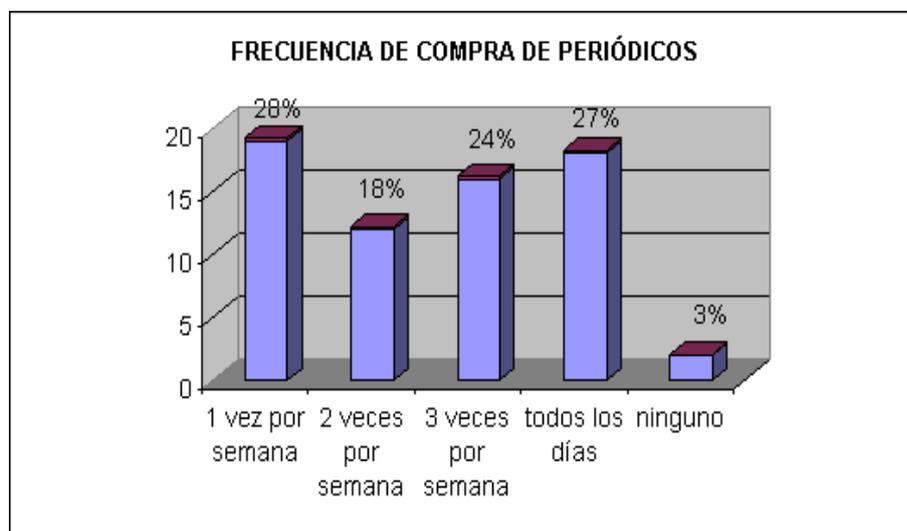
No.	PERIÓDICOS LOCALES	Frecuencia	%
1	La Hora	3	5%
2	Crónica de la Tarde	0	0%
3	El Norte	19	28%
4	La Verdad	2	3%
5	La Hora, El Norte y La Verdad	13	19%
6	La Hora y El Norte	14	21%
7	El Norte y La Verdad	6	9%
8	La Hora y La Verdad	1	2%
9	Ninguno	9	13%
	TOTAL	67	100%



Diario EL Norte lleva la batuta, el 28% asegura comprar solo este diario y el 19% lo compra también junto a los otros dos diarios de la localidad (La Hora y La Verdad). Esto se debe a que es el diario de mayor circulación regional, pero además, cuenta con el respaldo publicitario de los otros medios que conforman el Grupo Corporativo del Norte, como son Radio Los Lagos y TV. Norte. La Hora y El Norte lo adquieren el 21%, El Norte y La Verdad el 9%. Esto indica que Diario El Norte, cuenta con amplia cobertura y difusión en la comunidad Ibarreña.

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

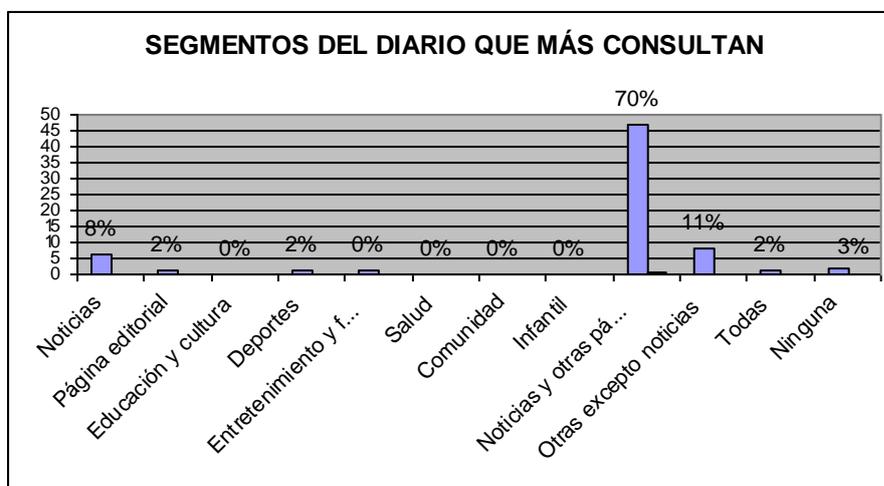
No.	FRECUENCIA DE COMPRA	Frecuencia	%
1	1 vez por semana	19	28%
2	2 veces por semana	12	18%
3	3 veces por semana	16	24%
4	todos los días	18	27%
5	Ninguno	2	3%
	TOTAL	67	100%



El 27% de los encuestados asegura comprar el diario todos los días, seguido de un 28% que afirma comprar una vez por semana, mientras que sumando los porcentajes obtenidos en las otras alternativas, dos o tres veces a la semana lo adquieren el 42%; es decir, que la demanda del público por los medios escritos de comunicación es mediana ya que la mayoría de los encuestados lo adquieren eventualmente. Esto quizá se deba a que la economía de la ciudadanía se mueve más por situaciones de comercio o turismo, antes que por industria e inversión extranjera.

4. ¿Qué partes del periódico consulta?

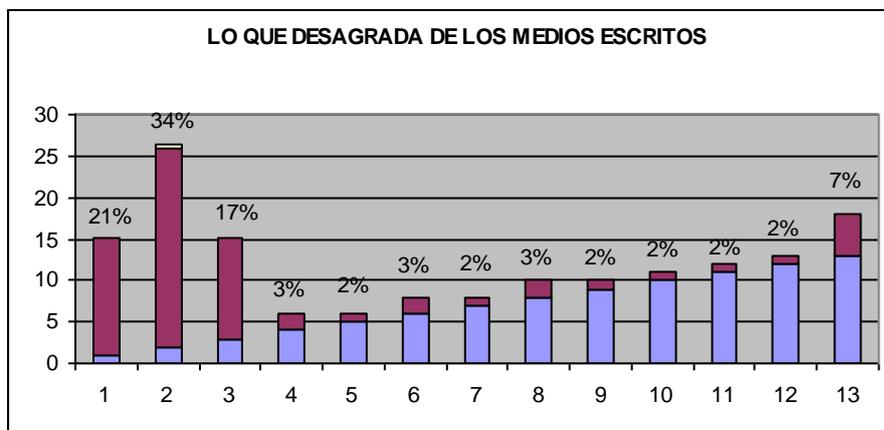
No.	Segmentos Diarios	Frecuencia	%
1	Noticias	6	8%
2	Página editorial	1	2%
3	Educación y cultura	0	0%
4	Deportes	1	2%
5	Entretenimiento y farándula	1	2%
6	Salud	0	0%
7	Comunidad	0	0%
8	Infantil	0	0%
9	Noticias y otras páginas	47	70%
10	Otras excepto noticias	8	11%
11	Todas	1	2%
12	Ninguna	2	3%
	TOTAL	67	100%



El 70% de las personas gusta de las noticias y otras páginas, lo que demuestra que no guarda preferencia por un solo segmento, sino que le agrada la variedad, aunque como prioridad tienen el elegir el segmento de noticias.

5. ¿Qué le desagrada de los medios escritos?

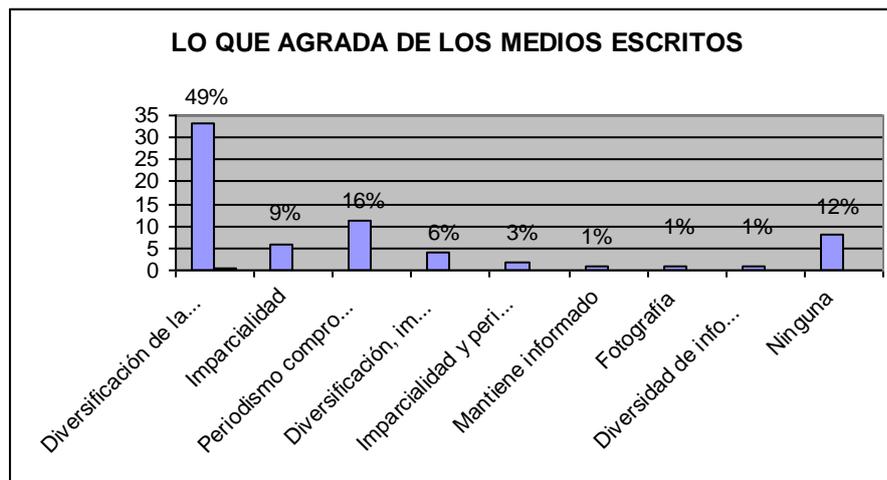
No.	DESAGRADA DE LOS MEDIOS ESCRITOS	Frecuencia	%
1	Falta de periodismo comprometido	14	21%
2	Información poco objetiva y desconceptualizada	24	34%
3	Poco contenido	12	17%
4	Falta de periodismo e información poco objetiva	2	3%
5	Falta de Investigación	1	2%
6	Falta de periodismo y contenido	2	3%
7	Información poco objetiva y poco contenido	1	2%
8	Falta de periodismo, objetividad y contenido	2	3%
9	Información poco objetiva y dependencia de los dueños	1	2%
10	Falta compromiso, objetividad e imparcialidad	1	2%
11	Falta de periodismo y objetividad	1	2%
12	Falta de credibilidad	1	2%
13	Ninguna	5	7%
	TOTAL	67	100%



Los encuestados no guardan mucha confianza en los medios escritos de comunicación, el 34% considera que su información es poco objetiva y desconceptualizada, esto lo presumen por las constantes noticias que ubican a nuestro país dentro de las naciones más corruptas de América Latina; además el 21% asegura que hay ausencia de periodismo comprometido y el 17% que hay poco contenido. Esto da un gran total de 72% lo que equivale a las tres cuartas partes de los encuestados, quienes señalan no guardar simpatía con lo que publican los medios de comunicación escrita tanto de la ciudad de Ibarra como a nivel nacional.

6. ¿Qué le agrada de los medios escritos?

No.	AGRADA DE LOS MEDIOS ESCRITOS	Frecuencia	%
1	Diversificación de la información	33	49%
2	Imparcialidad	6	9%
3	Periodismo comprometido con la verdad	11	16%
4	Diversificación, imparcialidad y periodismo comprometido	4	6%
5	Imparcialidad y periodismo comprometido	2	3%
6	Mantiene informado	1	1%
7	Fotografía	1	1%
8	Diversidad de información y periodismo comprometido	1	1%
9	Ninguna	8	12%
	TOTAL	67	100%



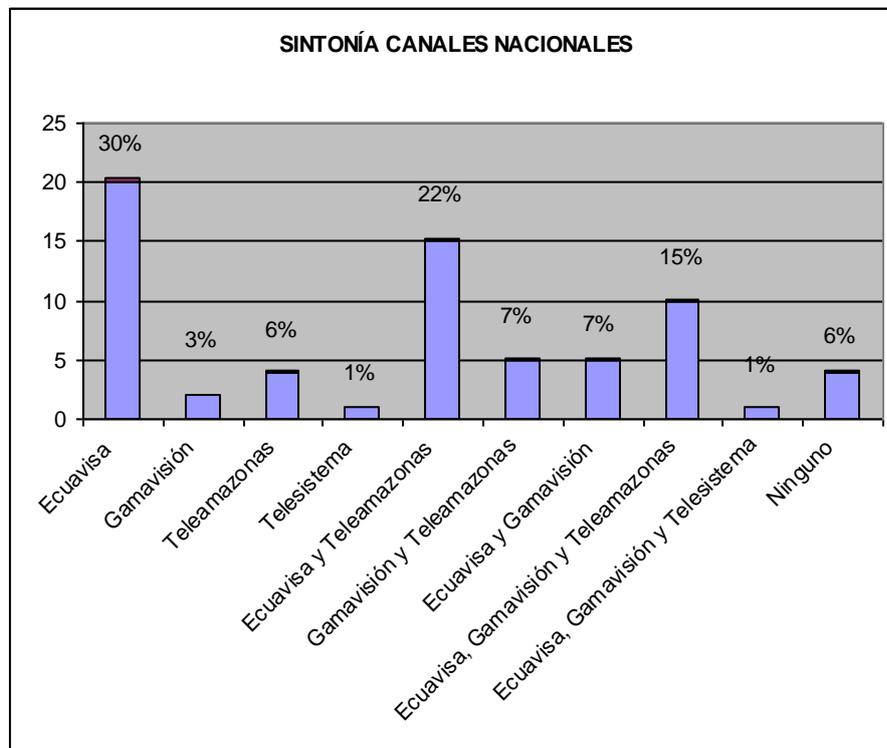
Lo que más agrada de los medios de comunicación escrita según la presente encuesta, es la diversificación de la información, esto tal vez se deba a que el público de la ciudad guarda una simpatía por muchos temas al mismo tiempo, lo que les permite estar informados de mejor manera, pues el 49%, considera a esta categoría como la más destacada, mientras que el 16% dice que el periodismo de prensa escrita está comprometido con la verdad, lo que alcanza un porcentaje relativamente bajo.

TELEVISIÓN

7. ¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?

Nacionales

No.	CANALES NACIONALES	Frecuencia	%
1	ECUAVISA	20	30%
2	Gamavisión	2	3%
3	Teleamazonas	4	6%
4	Telesistema	1	1%
5	Ecuavisa y Teleamazonas	15	22%
6	Gamavisión y Teleamazonas	5	7%
7	Ecuavisa y Gamavisión	5	7%
8	Ecuavisa, Gamavisión y Teleamazonas	10	15%
9	Ecuavisa, Gamavisión y Telesistema	1	1%
10	Ninguno	4	6%
	TOTAL	67	100%

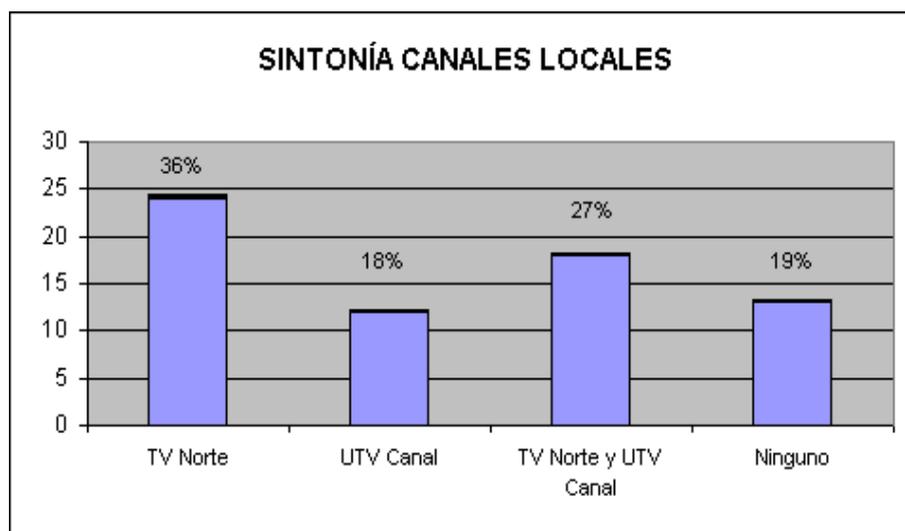


ECUAVISA es el medio de mayor sintonía, veinte personas lo prefieren como único medio, lo que equivale al 30% de los encuestados, pero treinta y un personas de las sesenta y siete encuestadas admiten sintonizar ECUAVISA junto a otros medios de comunicación como

TELEAMAZONAS y GAMAVISION, lo que equivale al 45%; entonces, se puede deducir que, ECUAVISA tiene una amplia cobertura dentro de la ciudad de Ibarra, ya que el 75% de los ibarreños tiene un cierto grado de inclinación por este canal de televisión y principalmente reconocen que su preferencia se debe a la buena programación y producción.

Locales

No.	CANALES LOCALES	Frecuencia	%
1	TV Norte	24	36%
2	UTV Canal	12	18%
3	TV Norte y UTV Canal	18	27%
4	Ninguno	13	19%
	TOTAL	67	100%

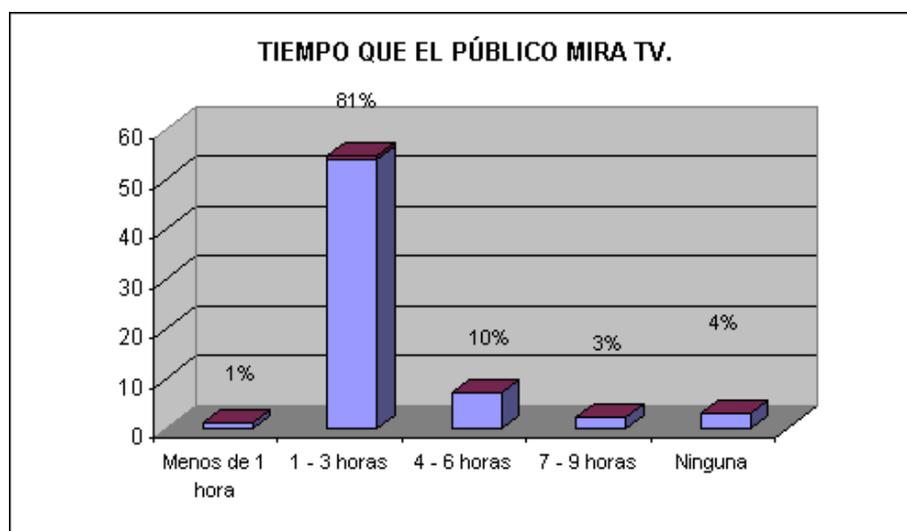


Una gran número de ibarreños sintoniza TV Norte canal 9, lo que equivale al 36%, el 27% lo sintoniza junto a otro canal de la localidad que es UTV; es decir que TV Norte, es el medio televisivo de mayor influencia en la capital imbabureña y se ha ganado ese sitio por ser el más antiguo en la localidad. TV Norte viene trabajando desde 1989 y permite en ocasiones mirar películas que ni si quiera se encuentran en la cartelera nacional, esto debido a que, como se señaló en el capítulo anterior, trabajan bajo el sistema de compra de videos piratas y los transmiten sin respetar ningún reglamento que les faculte esta atribución; esto demuestra que, hay un total irrespeto a la ética profesional dentro de la comunicación y por mantener sintonía, actúa al margen de los reglamentos y códigos periodísticos. Además se debe señalar que TV Norte, también acostumbra a enlazarse con canales extranjeros sin

permisos, hurtando la señal en forma arbitraria. En conversación mantenida al respecto con algunos periodistas, quienes prefirieron no identificarse, señalan que esto se debe a que TV Norte por ser un canal regional y pequeño, jamás podría ser descubierto por redes internacionales de la comunicación.

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

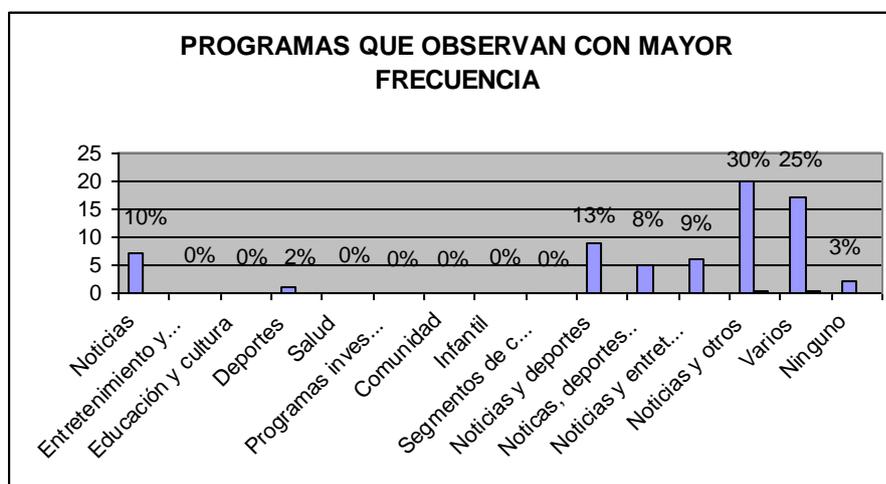
No.	PROMEDIO	Frecuencia	%
1	Menos de 1 hora	1	1%
2	1 - 3 horas	54	81%
3	4 - 6 horas	7	10%
4	7 - 9 horas	2	3%
5	Ninguna	3	4%
	TOTAL	67	100%



El tiempo que pasa un ciudadano ibarreño frente a la televisión se ubica entre una y tres horas al día, es decir el 81% de los encuestados, se dedica un tiempo muy moderado a mirar televisión; esto se debe a que las personas en edad activa y productiva admiten que no cuentan con el tiempo necesario para estar sentadas permanentemente frente al televisor y como la encuesta ha sido realizada a profesionales, es obvio que no tienen disponibilidad para tal actividad. Son los niños, amas de casa, adolescentes y personas de la tercera edad, quienes sí disponen de mayor tiempo para hacerlo.

9. ¿Qué programas observa con mayor frecuencia?

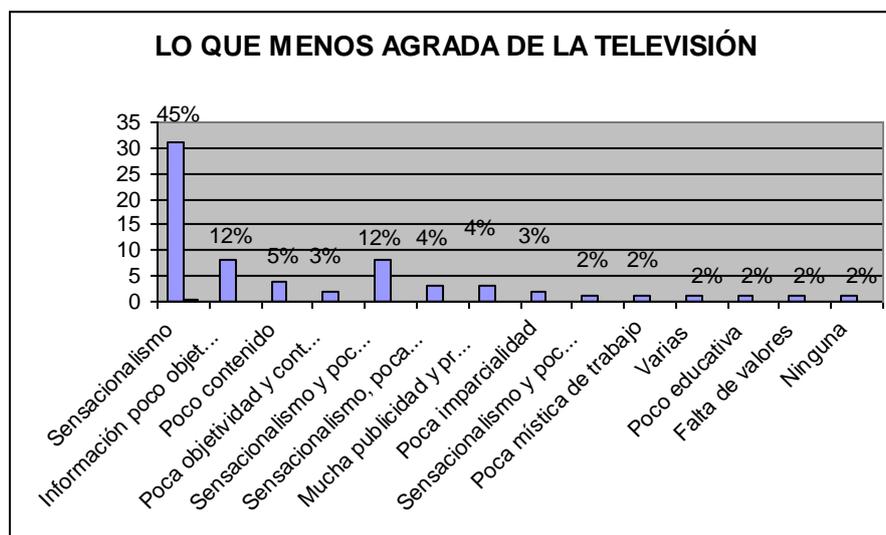
No.	PROGRAMAS	Frecuencia	%
1	Noticias	7	10%
2	Entretenimiento y farándula	0	0%
3	Educación y cultura	0	0%
4	Deportes	1	2%
5	Salud	0	0%
6	Programas investigativos	0	0%
7	Comunidad	0	0%
8	Infantil	0	0%
9	Segmentos de cocina	0	0%
10	Noticias y deportes	9	13%
11	Noticias, deportes y prog. investigativos	5	8%
12	Noticias y entretenimiento	6	9%
13	Noticias y otros	20	30%
14	Varios	17	25%
15	Ninguno	2	3%
	TOTAL	67	100%



En esta interrogante tampoco se observa una inclinación por un solo programa, aunque el único que aparece con un porcentaje respetable son las noticias. El 10% de los encuestados asegura mirar sólo noticias, pero un gran porcentaje, el 60% asegura mirar los noticieros junto a otros programas como: deportes, entretenimiento, programas investigativos y varios.

10. ¿Qué le desagrada de la televisión nacional?

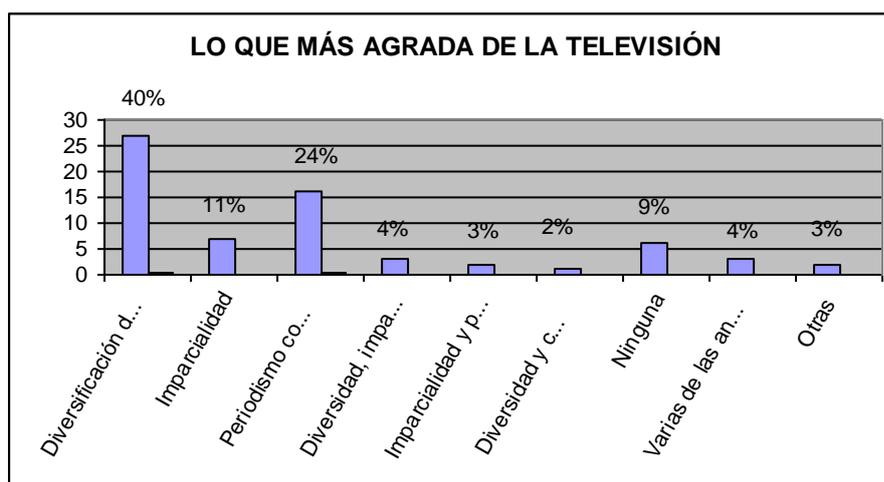
No.	DESAGRADA DE LA TV.	Frecuencia	%
1	Sensacionalismo	31	45%
2	Información poco objetiva y desconceptualizada	8	12%
3	Poco contenido	4	5%
4	Poca objetividad y contenido	2	3%
5	Sensacionalismo y poca objetividad	8	12%
6	Sensacionalismo, poca objetividad y contenido	3	4%
7	Mucha publicidad y propaganda	3	4%
8	Poca imparcialidad	2	3%
9	Sensacionalismo y poco contenido	1	2%
10	Poca mística de trabajo	1	2%
11	Varias	1	2%
12	Poco educativa	1	2%
13	Falta de valores	1	2%
14	Ninguna	1	2%
	TOTAL	67	100%



Al 45% de personas le desagrada el sensacionalismo, mientras que, el 12% considera que la televisión nacional es poco objetiva y desconceptualizada; así como también, un 12% suma las dos categorías anteriores, a lo que responden que la televisión en nuestro país es sensacionalista y poco objetiva. Esto claramente demuestra que hay un alto margen de desconfianza por parte de los ciudadanos ibarreños con respecto a la televisión nacional.

11. ¿Qué le agrada de la televisión?

No.	AGRADA DE LA TV.	Frecuencia	%
1	Diversificación de información	27	40%
2	Imparcialidad	7	11%
3	Periodismo comprometido con la verdad	16	24%
4	Diversidad, imparcialidad y compromiso	3	4%
5	Imparcialidad y periodismo comprometido	2	3%
6	Diversidad y compromiso	1	2%
7	Ninguna	6	9%
8	Varias de las anteriores	3	4%
9	Otras	2	3%
	TOTAL	67	100%



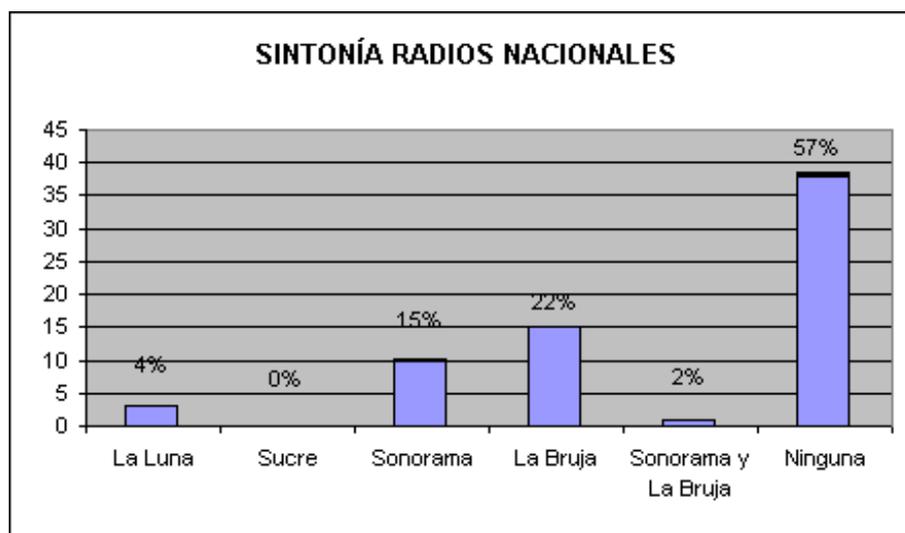
Lo que más agrada de la televisión es la diversidad, es decir brinda información de toda índole, el 40% así lo cree; en tanto que, el 24% asegura que les agrada el hecho de que el periodismo televisivo está comprometido con la verdad. Se podría hablar de que este medio de comunicación despierta mediano interés y credibilidad dentro de la ciudadanía ibarreña.

RADIO

12. ¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?

Nacionales

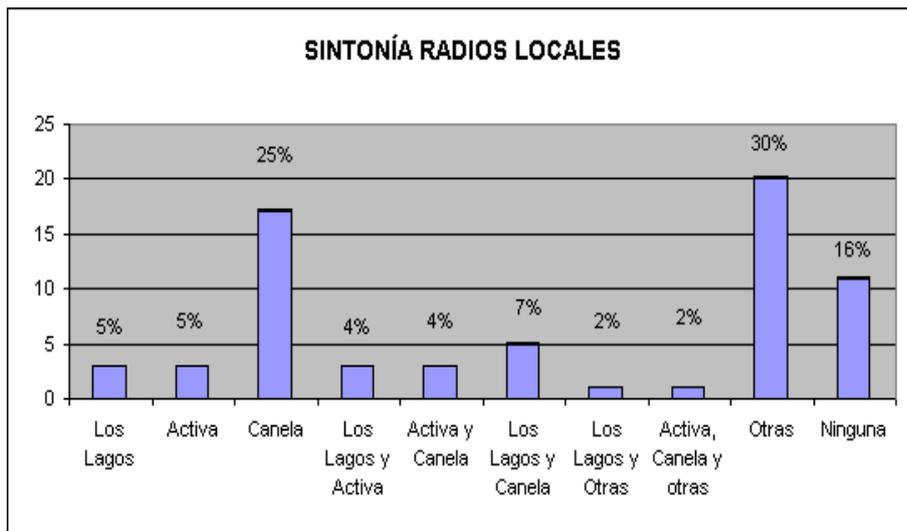
No.	RADIOS NACIONALES	Frecuencia	%
1	La Luna	3	4%
2	Sucre	0	0%
3	Sonorama	10	15%
4	La Bruja	15	22%
5	Sonorama y La Bruja	1	2%
6	Ninguna	38	57%
	TOTAL	67	100%



La radio como medio de comunicación provoca poco interés en la ciudad de Ibarra, pues el 57% dice no escuchar ninguna radio, esto equivale a más de la mitad de la población y solo el 22% se inclina por La Bruja y el 15% por Sonorama. Estos datos reflejan que la radio no es un medio de comunicación fuerte dentro del público fijado para dicha encuesta, recalcando que son personas con cierto grado de preparación académica (bachilleres, nivel superior y profesionales de la comunicación); sin embargo, se debe admitir que dentro de un público con menor instrucción académica estos datos podrían variar.

Locales

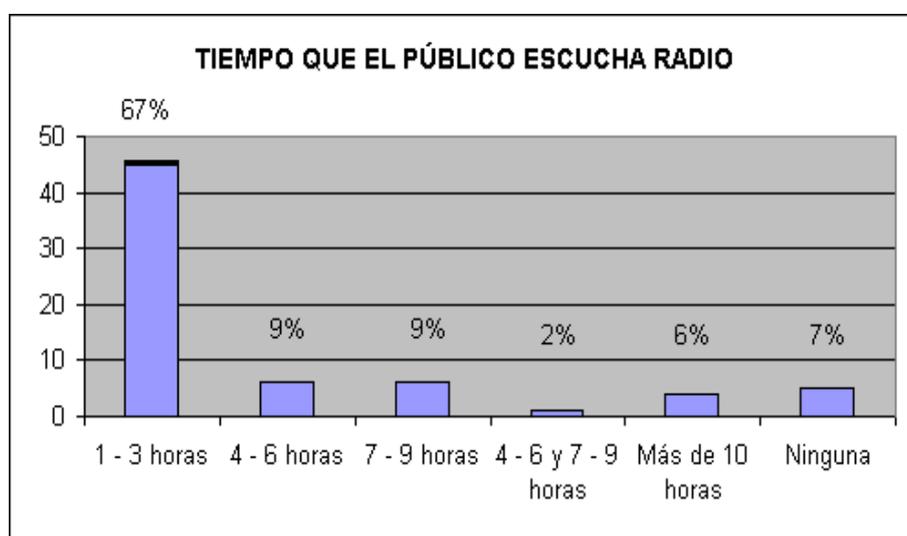
No.	RADIOS LOCALES	Frecuencia	%
1	Los Lagos	3	5%
2	Activa	3	5%
3	Canela	17	25%
4	Los Lagos y Activa	3	4%
5	Activa y Canela	3	4%
6	Los Lagos y Canela	5	7%
7	Los Lagos y Otras	1	2%
8	Activa, Canela y otras	1	2%
9	Otras	20	30%
10	Ninguna	11	16%
	TOTAL	67	



Radio Canela es la de mayor preferencia, en tanto que Radio Los Lagos, uno de los medios a los que compete este estudio, tiene poco rating de sintonía en la ciudadanía ibarreña; Radio Canela es sintonizada por el 25% de las personas, en tanto que Radio Los Lagos por apenas el 5%. Esto permite deducir que la gente siente afinidad por Radio Canela debido a factores de gustos musicales y de programas de chismes de farándula y entretenimiento.

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

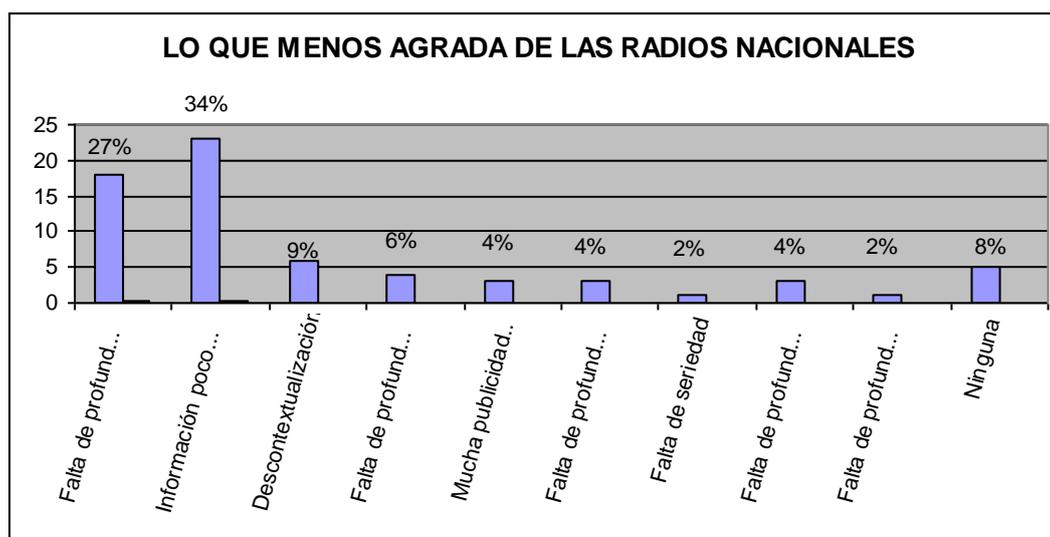
No.	PROMEDIO TIEMPO	Frecuencia	%
1	1 - 3 horas	45	67%
2	4 - 6 horas	6	9%
3	7 - 9 horas	6	9%
4	4 - 6 y 7 - 9 horas	1	2%
5	Más de 10 horas	4	6%
6	Ninguna	5	7%
	TOTAL	67	100%



El 67% asegura escuchar la radio de una a tres horas al día; sin embargo la difusión de este medio es permanente en la vida cotidiana de los ciudadanos ibarreños, pues resulta frecuente escuchar radio en transportes, sitios de recreación, lugares de trabajo, supermercados o sitios de alimentación. Según una conversación previa al momento de realizar las encuestas, se tuvo la oportunidad de conocer que la música, noticias y chismes de farándula son asimilados con facilidad a través de las estaciones radiales; entonces, el resultado a esta pregunta sería un tanto engañoso. (Quizá esto se deba a que el sentido auditivo en todas las personas trabaja incondicionalmente y al margen de su propia voluntad, es decir que nuestros oídos tienen receptividad veinticuatro horas al día).

14. ¿Qué le desagrada de las radios nacionales?

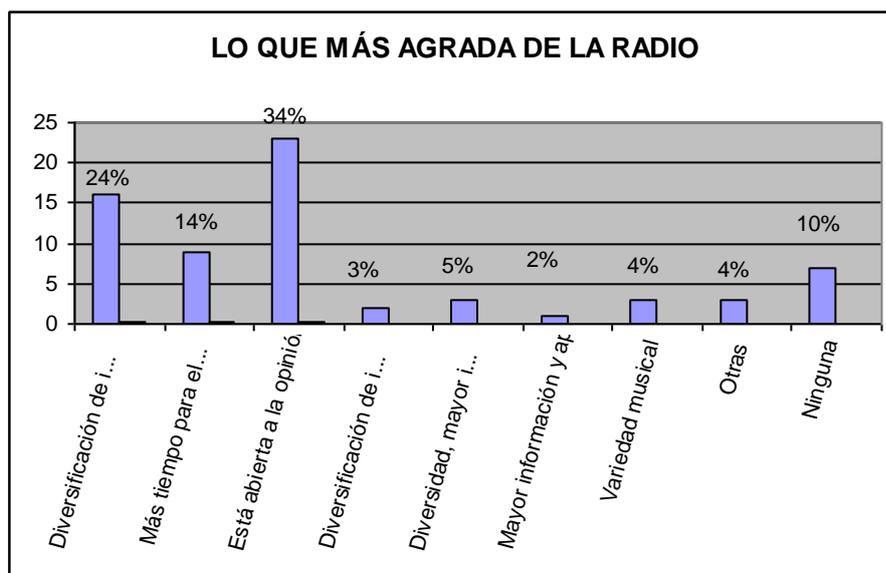
No.	DESAGRADA RADIOS NACIONALES	Frecuencia	%
1	Falta de profundidad	18	27%
2	Información poco objetiva y desconceptualizada	23	34%
3	Descontextualización	6	9%
4	Falta de profundidad y objetividad	4	6%
5	Mucha publicidad y propaganda	3	4%
6	Falta de profundidad y conceptualizad	3	4%
7	Falta de seriedad	1	2%
8	Falta de profundidad, objetividad y conceptualidad	3	4%
9	Falta de profundidad y mucho sensacionalismo	1	2%
10	Ninguna	5	8%
	TOTAL	67	100%



El 34% considera que en la radio falta información objetiva y conceptualizada; así mismo el 27% afirma que los temas no son tratados a profundidad. Estos datos indiscutiblemente permiten deducir que a las radios nacionales les falta contenido. (Sería válido indagar más a profundidad el por qué se generan estas respuestas).

15. ¿Qué le agrada de las radios?

No.	LO QUE AGRADA AL PÚBLICO DE LA RADIO	Frecuencia	%
1	Diversificación de información	16	24%
2	Más tiempo para el desarrollo de las noticias	9	14%
3	Está abierta a la opinión ciudadana	23	34%
4	Diversificación de información y apertura a la opinión	2	3%
5	Diversidad, mayor información y apertura a la opinión	3	5%
6	Mayor información y apertura a la opinión	1	2%
7	Variedad musical	3	4%
8	Otras	3	4%
9	Ninguna	7	10%
	TOTAL	67	100%

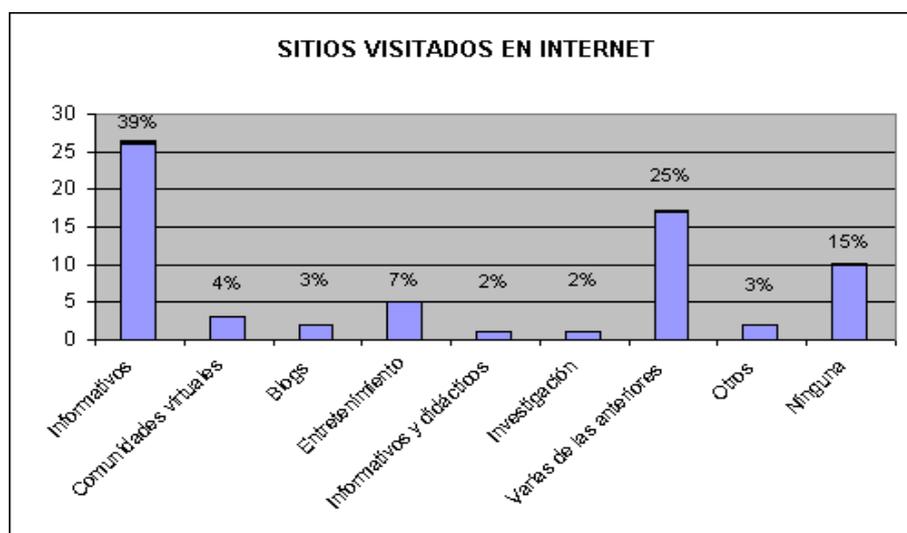


Un gran porcentaje de los encuestados considera que las radios son el medio más abierto a la opinión, el 34% así lo confirma; pero además el 24% se inclina porque la radio diversifica de mejor manera la información; entonces, la radio como medio, según el criterio de los ciudadanos encuestados, permite interrelacionarse con el público, ya que brinda mayores espacios de opinión a la ciudadanía. Así como también, se puede fácilmente acceder a ésta a través de la telefonía fija o celular.

INTERNET

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

No.	SITIOS INTERNET	Frecuencia	%
1	Informativos	26	39%
2	Comunidades virtuales	3	4%
3	Blogs	2	3%
4	Entretenimiento	5	7%
5	Informativos y didácticos	1	2%
6	Investigación	1	2%
7	Varias de las anteriores	17	25%
8	Otros	2	3%
9	Ninguna	10	15%
	TOTAL	67	100%

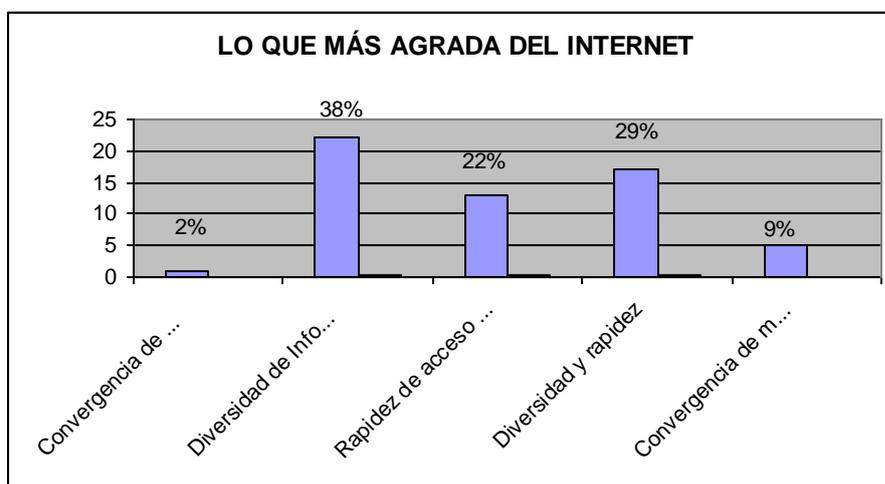


Veintiséis de los sesenta y siete encuestados señalan que las páginas que más visitan en Internet son los informativos, esto equivale al 39%; pero bajo una observación personal queda sentada una duda a esta respuesta. Según consulta previa a la ejecución de la encuesta, cincuenta de las sesenta y siete personas respondieron que el Internet como medio de comunicación, es el mejor por las siguientes razones:

- 1) Permite relacionarse con sus amistades (32 personas)
- 2) Facilita el envío urgente de documentos (8 personas)
- 3) Excelente como fuente de consulta (10 personas)

17. ¿Qué le agrada del Internet?

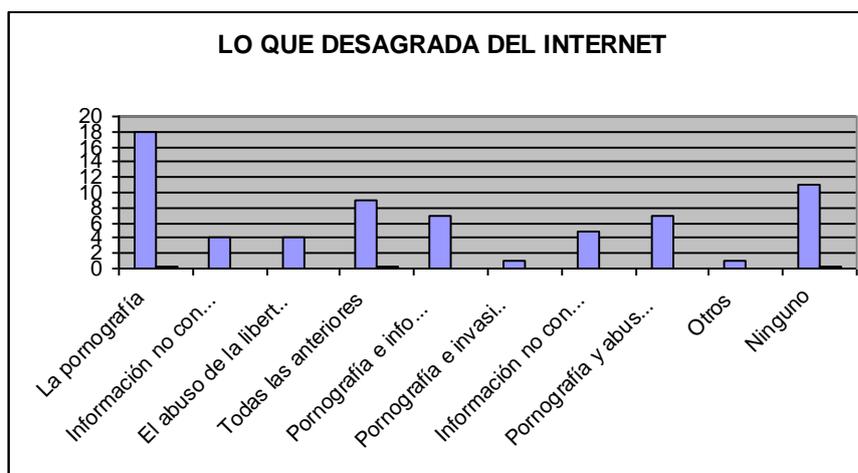
No.	LO QUE AGRADA DEL INTERNET	Frecuencia	%
1	Convergencia de medios	1	2%
2	Diversidad de Información	22	38%
3	Rapidez de acceso a información	13	22%
4	Diversidad y rapidez	17	29%
5	Convergencia de medios, diversidad y rapidez	5	9%
	TOTAL	58	100%



El Internet es un medio muy amplio, que permite rapidez en la recepción de la información, por ello no es de extrañarse que el 38% de los encuestados, señala que les gusta la diversidad de la información, el 22% asegura que les agrada la rapidez de acceso a la información y el 29% la diversidad y rapidez con que llega la información. Estos datos hablan por si solos.

18. ¿Qué le desagrada del Internet?

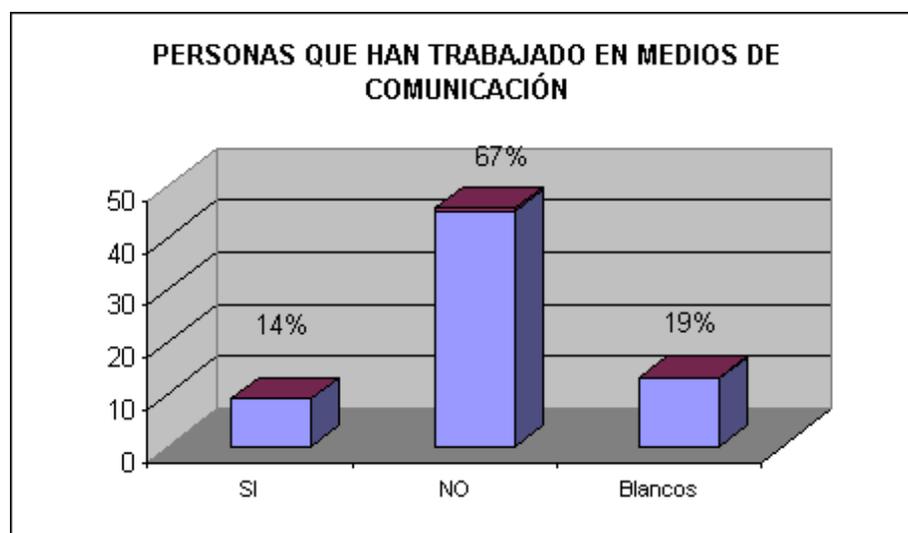
No.	DESAGRADA DEL INTERNET	Frecuencia	%
1	La pornografía	18	27%
2	Información no confiable	4	6%
3	El abuso de la libertad de expresión	4	6%
4	Todas las anteriores	9	13%
5	Pornografía e información no confiable	7	11%
6	Pornografía e invasión de virus	1	2%
7	Información no confiable y abuso de libertad de expresión	5	7%
8	Pornografía y abuso de libertad de expresión	7	10%
9	Otros	1	2%
10	Ninguno	11	16%
	TOTAL	67	100%



Al 27% de los encuestados le desagrada la pornografía, seguido de un 13%, 11% y 10% que a parte de la pornografía les parece negativo la información poco confiable y el abuso de la libertad de expresión; es decir que, un gran número de encuestados temen que el Internet sea una cadena que permita hacer uso arbitrario de ideas, sentimientos o desfiles personales, ideológicos, políticos religiosos, etc.

19. ¿Trabaja o ha trabajado usted en un medio de comunicación? Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 23.

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	9	14%
2	NO	45	67%
3	Blancos	13	19%
	TOTAL	67	100%



Aquí se observa que nueve de las sesenta y siete personas encuestadas trabaja o ha trabajado en medios de comunicación, lo que equivale al 14%.

Nota: Las respuestas obtenidas desde la pregunta veinte a la veintidós, corresponden únicamente a las nueve personas que han trabajado en medios de comunicación, más no al universo planteado de 67 personas.

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).

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	8	88%
2	NO	1	12%
	TOTAL	9	100%

Interpretación de la frase:

- La ética permite el acercamiento a las fuentes informativas
- Permite ser objetivos e imparciales
- Debe estar presente en todos los actos de la vida
- Permite ser profesionales verdaderos
- Permite ser líderes
- Es la carta de presentación del periodista
- Es un compromiso con la comunidad

Resulta extraño que una de las nueve personas encuestadas no esté de acuerdo con que la ética acompañe en el ejercicio profesional al periodista, situación que conlleva a afirmar que la ética es un tema que debe abordarse y profundizarse dentro del campo de la comunicación.

NOTA: Las cincuenta y ocho personas restantes no están tabuladas debido a que para ellas no fue planteada la pregunta por cuanto no han trabajado en ningún medio de comunicación.

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

No.	CRITERIO	Frecuencia	%
1	Falta de transparencia, neutralidad e imparcialidad	1	11%
2	Falta de libertad de expresión debido a políticas negativas	1	11%
3	Falta de reserva en la identidad de las fuentes por intereses creados	1	11%
4	Falta de conocimientos tecnológicos	1	11%
5	Intereses económicos, políticos, ideológicos y soborno	2	23%
6	Poca apertura de los entrevistados y ocultamiento de información	1	11%
7	Falta de recursos, escándalo, presión de los dueños	1	11%
8	Imposición de pensamiento	1	11%
	TOTAL	9	100%

Esta es una pregunta abierta, las categorías han sido propuestas por los encuestados más no por el encuestador; sin embargo, claramente y por las categorías señaladas se puede deducir que los periodistas en libre ejercicio profesional en la ciudad de Ibarra no tienen nada de confianza con respecto a los medios en los que laboran y creen que priman intereses políticos, ideológicos, religiosos, sobornos, políticas no adecuadas, falta de transparencia, ocultamiento de información y presión por parte de los dueños de los medios. Resumiendo se puede decir que, hay falta de libertad de expresión y casi una total ausencia de ética por parte de los medios, más no necesariamente de los periodistas que en ellos trabajan.

NOTA: Las cincuenta y ocho personas restantes no están tabuladas debido a que para ellas no fue planteada la pregunta por cuanto no han trabajado en ningún medio de comunicación.

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

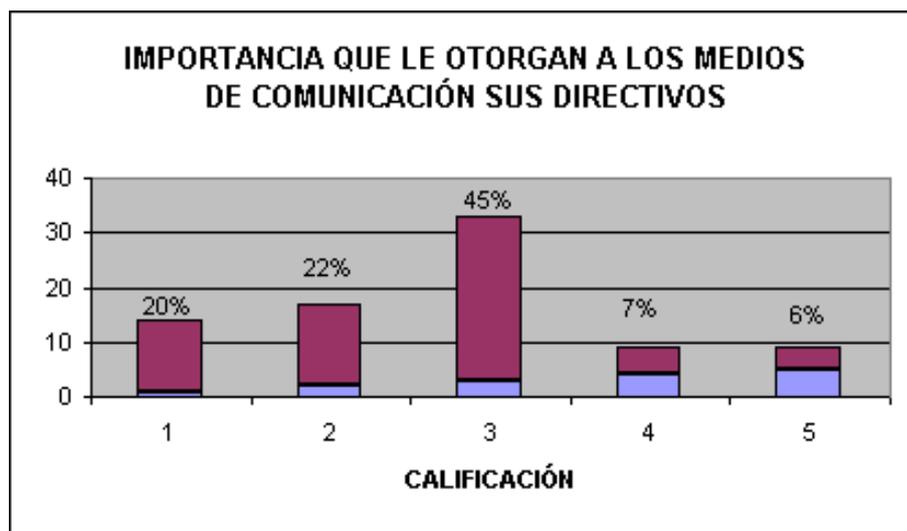
No.	RESPUESTAS	Frecuencia	%
1	Con responsabilidad y honradez	1	11%
2	Con propio conocimiento, valores e intuición	1	11%
3	Con ética	1	11%
4	Con la guía de lecturas, consultas bibliográficas y propio conocimiento e intuición	1	11%
5	Con la guía del Editor, Director y consultas bibliográficas	2	23%
6	Con la guía del Editor y Director del medio	1	11%
7	Con sentido común, guía de lecturas y consultas bibliográficas	1	11%
8	Con la guía del Editor, Director, colegas y propio conocimiento	1	11%
	TOTAL	9	100%

Con respecto a esta interrogante surge una inquietud, pues si los periodistas no tienen confianza en los medios en los que laboran, cómo pueden plantear categorías en las que señalan que depositan su confianza en quienes los dirigen (categorías 5, 6 y 8).

NOTA: Las cincuenta y ocho personas restantes no están tabuladas debido a que para ellas no fue planteada la pregunta por cuanto no han trabajado en ningún medio de comunicación.

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).

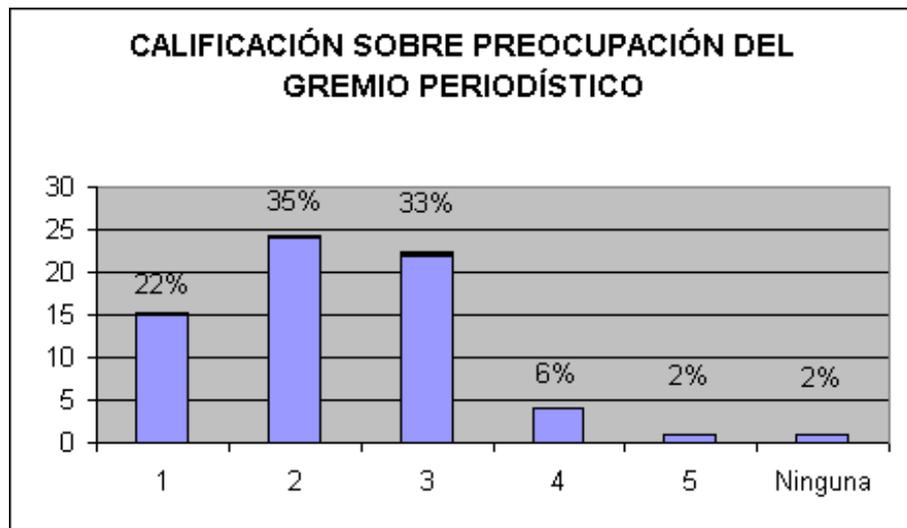
No.	Calificación	Frecuencia	%
1	1	13	20%
2	2	15	22%
3	3	30	45%
4	4	5	7%
5	5	4	6%
	TOTAL	67	100%



En las calificaciones que otorgan a esta pregunta, cincuenta y ocho de los sesenta y siete encuestados, dicen que la preocupación de los editores y directores es deficiente; es decir, califican de tres a uno y solo nueve personas se parcializan por las calificaciones más altas que son de cuatro y cinco, o sea el 87%, cree que editores y directores de los medios de comunicación no se preocupan lo suficiente por mantener la ética dentro de los medios que dirigen. (Las 58 personas resultan de la suma de las tres primeras frecuencias y las 9 personas de las dos últimas frecuencias).

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).

No.	Calificación	Frecuencia	%
1	1	15	22%
2	2	24	35%
3	3	22	33%
4	4	4	6%
5	5	1	2%
6	Ninguna	1	2%
	TOTAL	67	100%

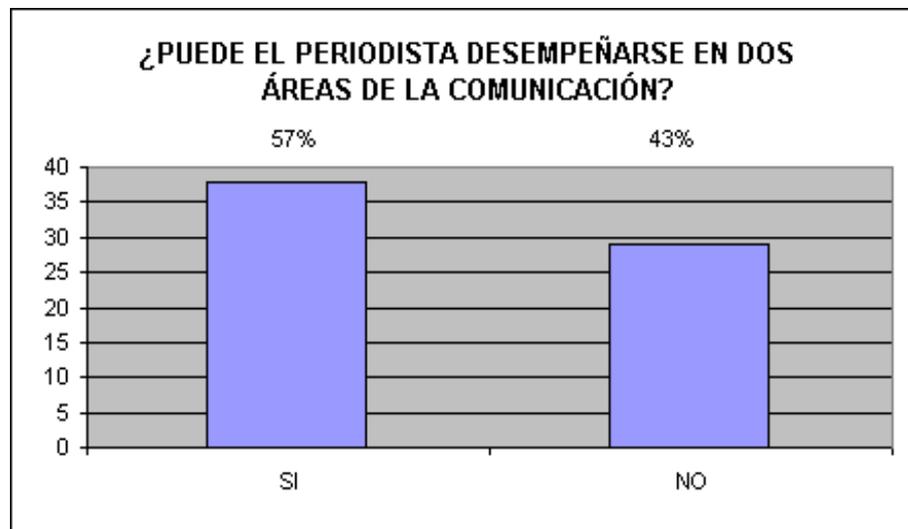


A igual que la pregunta anterior, la mayoría de personas no cree que los gremios periodísticos asesoren a los comunicadores sociales en temas éticos; pues el 80% lo considera así, de ahí que su calificación va desde los niveles más bajos de tres a uno.

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?**

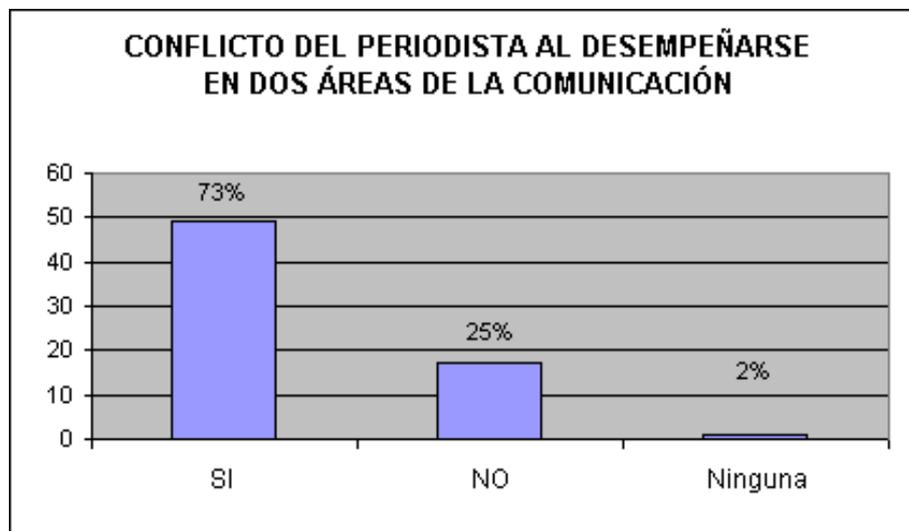
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	38	57%
2	NO	29	43%
	TOTAL	67	100%



La respuesta a esta pregunta está dividida, quizá falte un mayor conocimiento y análisis acerca del tema; no todas las personas están en capacidad de tener las fuentes necesarias que les permita conocer tanto el aspecto legal como ético que norma a un periodista; sin embargo, un alto 57% no ve problema a que un periodista trabaje en un medio de comunicación y a la vez sea funcionario público, ¿pero esto tal vez no sería un dilema ético? ya que hasta donde se conoce, la inclinación subjetiva puede favorecer visiones ideológicas e intereses personales. Si primero cambia la sociedad posiblemente se podría esperar un cambio de visión acerca de este tema.

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?

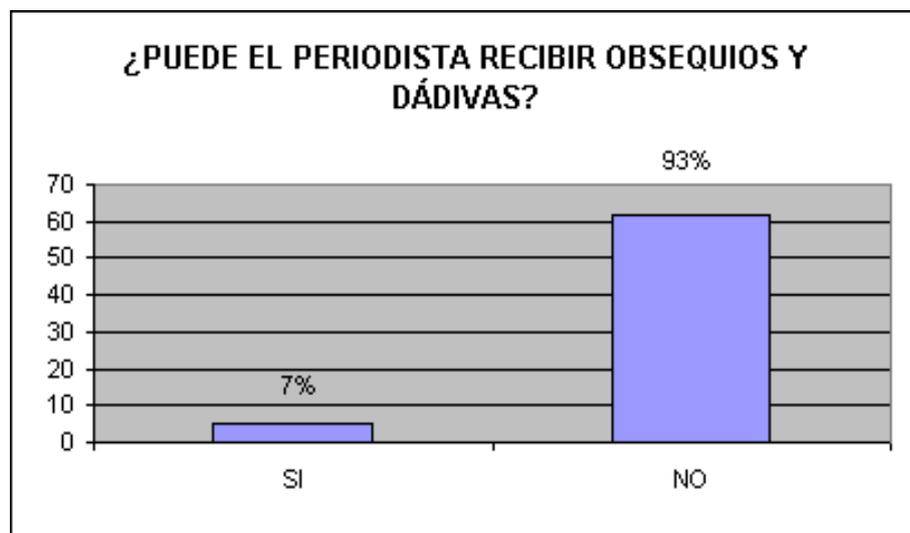
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	49	73%
2	NO	17	25%
	Ninguna	1	2%
	TOTAL	67	100%



En este literal se halla una contraposición con lo emitido en el literal a), porque aquí el 73% de los encuestados considera que desempeñar las dos labores a la vez, produce conflictos.

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

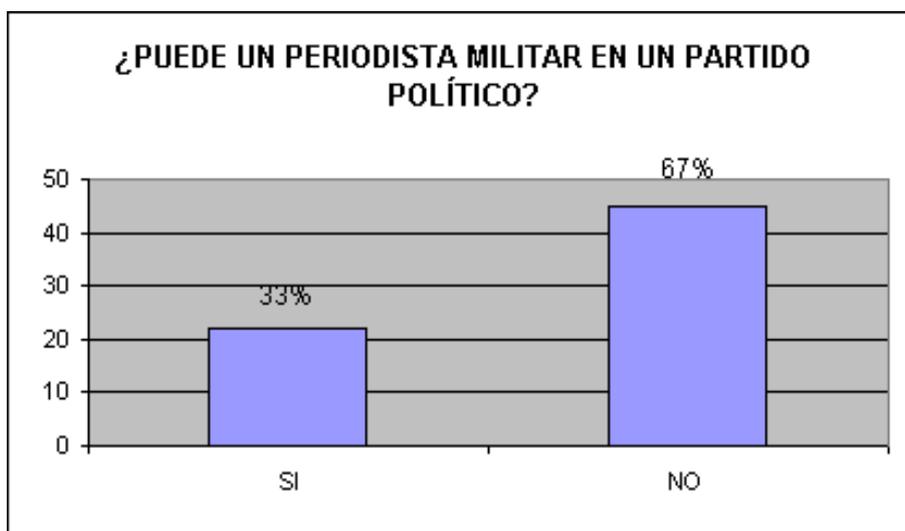
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	5	7%
2	NO	62	93%
	TOTAL	67	100%



Cinco de los sesenta y siete encuestados admiten estar de acuerdo con que un periodista reciba obsequios y dádivas, resultado que amerita denominarse como un criterio abrumador.

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

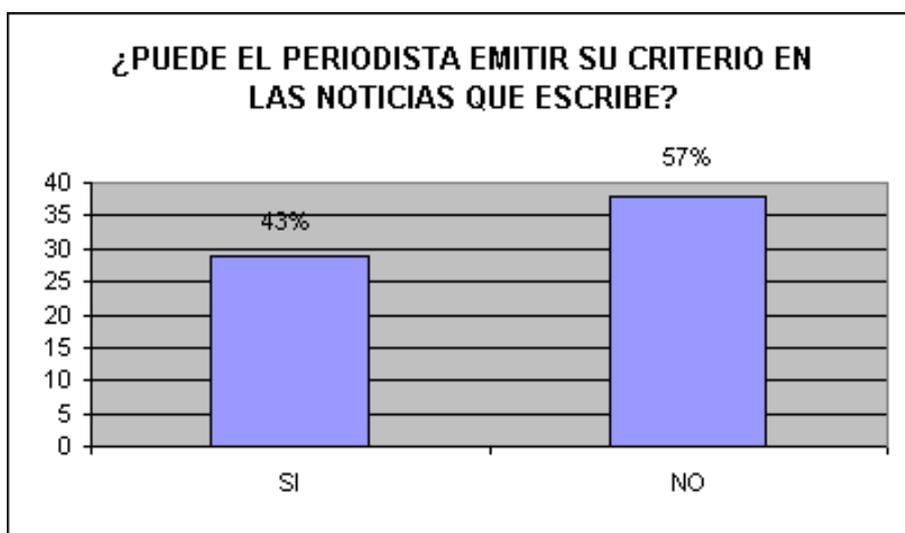
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	22	33%
2	NO	45	67%
	TOTAL	67	100%



El sesenta y siete por ciento considera que la militancia de un periodista en un partido político si afecta en su trabajo, es decir que, esta mayoría de personas piensa que un periodista pierde credibilidad cuando milita en una tienda política, porque no podría ser imparcial, objetivo, ni veraz.

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

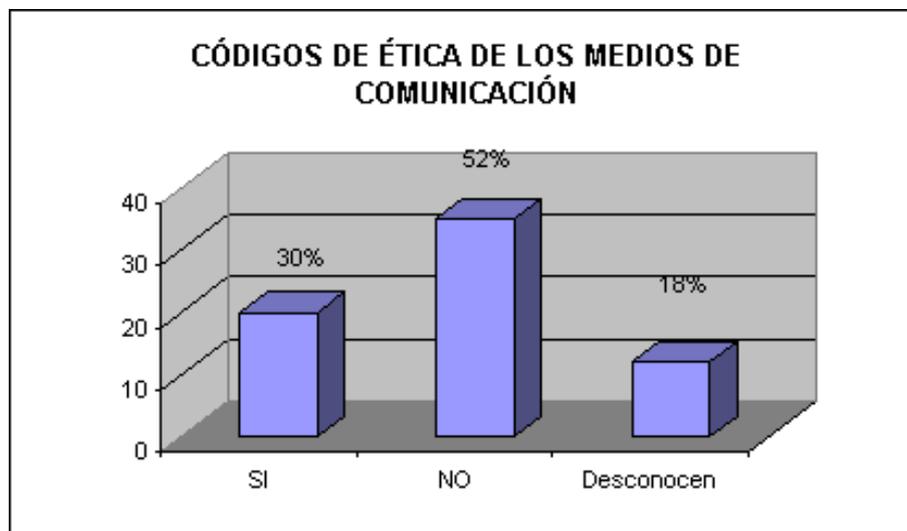
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	29	43%
2	NO	38	57%
	TOTAL	67	100%



El 57% piensa que un periodista no debe introducir su opinión en las noticias que difunde, mientras que el 43% considera como legítimo al hecho de que sí deben difundir sus opiniones. Esta interrogante merecería un estudio en particular respetando parámetros de educación y conciencia. Tomando en cuenta este aspecto hay formas casi imperceptibles de manipular la información, como por ejemplo el espacio, cobertura que se brinda, la constancia con que se persiste sobre un mismo tema, en muchas ocasiones, a través de otros programas que no son necesariamente noticieros o bajo un sistema de flashes informativos que más bien parecen spots publicitarios. Personalmente se estima como peligroso, que un alto porcentaje de los encuestados piense que un periodista si tiene legítimo derecho a emitir sus opiniones, porque es casi como legalizar la no aplicación de la ética en la comunicación vigente.

f) Los medios de comunicación donde trabaja o que conoce tienen códigos de ética que se conocen y aplican correctamente?

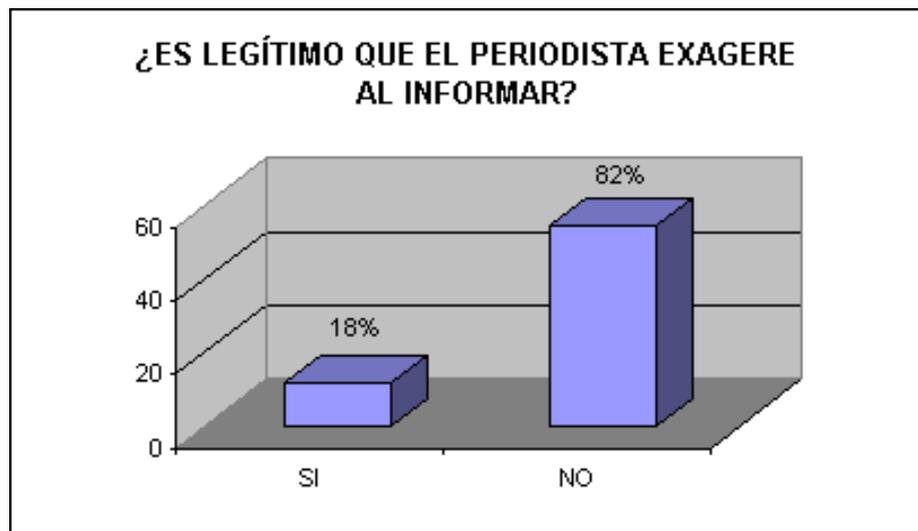
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	20	30%
2	NO	35	52%
3	Desconocen	12	18%
	TOTAL	67	100%



Un porcentaje elevado de los encuestados dice que los medios de comunicación no cuentan con códigos de ética y en el caso de que los tengan no los aplican correctamente; razón por la que se ve la urgente necesidad de profundizar el estudio de esta temática en la educación como materia en cualquier carrera y más aún en la de Comunicación Social.

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?

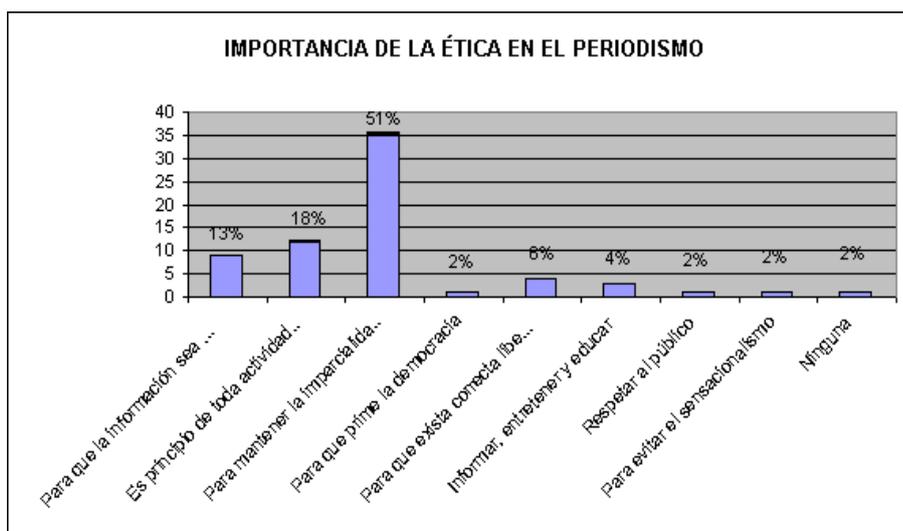
No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	12	18%
2	NO	55	82%
	TOTAL	67	100%



El 82% de los encuestados se declara en contra de que los periodistas logren mayor impacto y audiencia por la exageración de ciertos detalles en la información que difunden, es decir que, esta gran mayoría considera que para que exista ética se debe evitar este tipo de desfases.

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

No.	COMENTARIO	Frecuencia	%
1	Para que la información sea confiable	9	13%
2	Es principio de toda actividad o profesión	12	18%
3	Para mantener la imparcialidad, veracidad y credibilidad	35	51%
4	Para que prime la democracia	1	2%
5	Para que exista correcta libertad de expresión	4	6%
6	Informar, entretener y educar	3	4%
7	Respetar al público	1	2%
8	Para evitar el sensacionalismo	1	2%
9	Ninguna	1	2%
	TOTAL	67	100%



Con respecto a esta interrogante planteada, treinta y cinco personas responden que la ética sirve para mantener la imparcialidad, veracidad y credibilidad, lo que equivale al 51%. Doce de los encuestados aseguran que la ética es el principio fundamental de toda actividad o profesión, equivalente al 18% de ellos.

Luego de haber pormenorizado cada uno de los resultados y analizado los más importantes, se concluye que la mayoría de personas considera que la ética es fundamental dentro de los medios de comunicación; sin embargo, debido a la variedad de las respuestas, hablar de ética se ha vuelto una especie de sofisma, es decir un término confuso al cual cada uno de los ciudadanos lo interpreta a su manera; entonces cabe señalar que, es necesario implementar la ética dentro de las normas sociales que rigen a toda la comunidad, dentro de los establecimientos educativos, de las empresas e instituciones públicas y por ende dentro de los medios de comunicación, quienes deberían ser los encargados de establecer una campaña para promover y difundir cierta pedagogía de la ética como base fundamental de la educación social.

Si la comunicación no está bien, qué se puede entonces esperar de la sociedad. Los seres humanos tenemos un natural menester de comunicarnos unos con otros y los medios son los llamados a permitirnos ampliar esa urgente necesidad comunicacional. Los medios de comunicación deberían ser más objetivos, dinámicos y diversos; ahora, el hecho de la imparcialidad es difícil normarla como exigencia comunicacional ya que todo individuo tiene sus propias opiniones, inclinaciones políticas, ideológicas, filosóficas, culturales o religiosas; sin embargo, si los medios comunicacionales se vuelven más amplios, permitirán escuchar, mirar, leer tres o cuatro versiones sobre un mismo asunto y la sociedad requiere de esto: **Unidad en la Diversidad** (resolver las diferencias dentro de los cánones del respeto para llegar al consenso).

(VER ANEXO VI)

2.2. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

En el caso de las entrevistas se presenta a continuación el análisis de lo que comentan directores y periodistas de los tres medios que conforman el Grupo Corporativo del Norte, basados en una política común.

2.2.1. DIARIO “EL NORTE”

Según Patricio Pérez, Director del Diario, cuando ingresaron los periodistas a trabajar en el medio, se les dio a conocer las directrices y parámetros que deben guiar su trabajo periodístico. Señala además, que todas las profesiones cuentan con códigos de ética y decálogos los cuales se aprenden en la universidad. En el caso del periodismo, manifiesta que la ética para él, es ponerse en los zapatos del otro, es decir “No hagas a otro lo que no quieres que te hagan a ti” (empatía). Asegura también, que los profesionales del diario conocen a carta cabal las exigencias del medio y que por esta razón no se les ha entregado ningún código o reglamento escrito, ya que ellos tienen claro lo que estipula el Código de Ética Profesional del Periodista.

A fin de relacionar con lo antes expuesto, el equipo de periodistas que fue entrevistado, comenta que cuando ingresaron al medio no se les entregó código o reglamento alguno, sino que a manera de diálogo se les participó de ciertas reglas y principios que deben ser tomados en cuenta al momento de desempeñar su labor, los que deben estar apegados a la moral, imparcialidad y veracidad, bases que fueron impartidas en las aulas de clase cuando se prepararon académicamente en la universidad.

El señor Enrique Vallejo, caricaturista, agrega que no existe en forma orgánica y establecida un documento que avalice su trabajo; sin embargo, se está empezando a elaborar un reglamento orgánico funcional que sirva para todos los empleados y directivos del diario.

En cuanto a los dilemas éticos que se presentan, se solucionan con la ayuda del Director y cuando se trata de problemas bastante serios se los lleva ante el Consejo Editorial para aceptar ideas y sugerencias, llegando así a un consenso general y democrático. Obviamente que no se deslinda de responsabilidad al periodista que preparó la nota.

Si se trata de hablar de un documento que establezca políticas para solucionar dilemas o problemas, se debe señalar que en el diario no existe dicho documento, es por ello que los periodistas acuden al Director en una relación armónica y familiar cuando tienen casos especiales para de esta manera solucionarlos. Además, todos los periodistas incluido el director aseguraron haber tenido a lo largo de su vida profesional uno que otro dilema.

El director y cuatro de los seis periodistas están concientes de que los medios de comunicación en general no trabajan con ética, situación que hace que se deslegitime el

verdadero papel del periodista. En la actualidad el Presidente de la República ha lanzado dardos muy fuertes a algunos medios por el hecho de que emiten comentarios sin bases ni fundamentos.

Para enfrentar dilemas éticos de mejor manera, casi todos coinciden que falta un compromiso total por parte de quienes ejercen el rol periodístico: actuar con conciencia, leer e investigar bien los hechos para tener bases sólidas a fin de sustentar la noticia e información, ser imparciales, obrar con libertad, prepararse académicamente y capacitarse con frecuencia. El gremio periodístico también debe jugar un papel más protagónico en beneficio de sus miembros.

No existe una propuesta o programa de capacitación permanente acerca de la ética; sin embargo se les facilita talleres de temas afines a la profesión.

En cuanto a las políticas que guían el trabajo periodístico, se puede decir que son acuerdos verbales a los que han llegado tanto director como periodistas y que han sido útiles al momento de trabajar.

Todos señalan en efecto, que la mayoría de profesionales de la comunicación en el Ecuador no trabajan bajo principios y valores éticos, muchos responden a intereses creados, sean éstos de índole política, religiosa, ideológica o económica, son muy pocos los que verdaderamente se ponen la camiseta. Comentan además, que los propietarios de los medios son personas con poder y lo que más les interesa es ganar protagonismo y crear una cultura de escándalo y sensacionalismo.

Coinciden que la ética está en riesgo en el país, aunque uno que otro de los entrevistados discrepa. Manifiestan que la solución está en las bases, en brindar una buena educación a los hijos desde su formación, crear en ellos una cultura de respeto fundamentada en valores y principios apegados a la moral y al buen accionar.

Los entes que deben empezar a desempeñar su papel son los gremios, Los periodistas dicen que éstos se encuentran muy manoseados, hecho que no les permite actuar con verdadera libertad, coartando de esta manera la verdadera labor del periodista, porque para ejercer esta actividad se debe ser limpio y actuar con prosa.

2.2.2. RADIO “LOS LAGOS”

Para Ricardo Cifuentes, Director de Radio “Los Lagos”, los códigos e instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación son los aprendidos en el hogar y afianzados con los conocimientos impartidos en la escuela, colegio y universidad. Así también corroboran los periodistas, para quienes los códigos están basados en el respeto a la libertad de expresión, respeto a la integridad de las personas, actuar con veracidad, objetividad y un correcto manejo de fuentes, agregando además, que la ética periodística en sí, es responsabilidad de cada uno de los periodistas.

Semejante al análisis del anterior medio de comunicación, éste tampoco cuenta con un código o reglamento escrito que sustente la labor de los profesionales de la radio.

Vale la pena mencionar que, en esta radio tan sólo el Director y dos personas son periodistas profesionales, los seis restantes son aficionados a la comunicación y locución; razón por la que, las respuestas aquí analizadas corresponden únicamente a quienes son profesionales; sin embargo, los locutores también fueron entrevistados a fin de que no se sientan relegados, pero se percibió la falta de conocimiento sobre el tema y es por eso que las respuestas dadas por ellos no fueron de mucha utilidad.

Pese a que es responsabilidad de cada uno resolver los dilemas éticos, hay ocasiones en las que acuden al director o altos ejecutivos para resolver temas candentes o que a futuro pueden implicarlos en problemas graves, expresó el Director del medio.

Todos asumen que durante el transcurso del ejercicio periodístico se han presentado tropiezos e inconvenientes, los que han sido superados con la ayuda de los colegas y el director del medio.

En lo referente a las políticas que se plantean para resolver los dilemas éticos, está la de que cada periodista resuelva su problema, no hay instancia intermedia, a lo mucho es el director quien colabora.

Resulta difícil para los periodistas, no así para su director, hablar sobre el tema de que si los medios trabajan con o sin ética, quien manifestó que es necesario conocer la realidad que

se vive a lo interno de cada medio de comunicación. Muchos profesionales responden a la sensibilidad y convicción de los propietarios.

Para enfrentar dilemas éticos de mejor manera, en primer lugar se presenta la necesidad de compartir experiencias entre compañeros y hacer conciencia de que la responsabilidad recae sobre quien realiza un programa o cubre una noticia. En segundo lugar, se debería brindar total apertura para que los periodistas también emitan su criterio y den su punto de vista cuando lo amerite.

No tienen una propuesta de capacitación permanente relacionada a la ética.

Todos añaden que los medios en el país no están convencidos de que la ética debe primar ante todo, lo dice su accionar, claro está que existen excepciones; sin embargo, se podría hablar de que la mayoría de gente que conforma la sociedad no actúa con verdadera ética, practican aquel lema que dice “el fin justifica los medios”.

Para quienes trabajan en Radio Los Lagos, la ética en el país sí se encuentra en riesgo, un 50% trata de aplicarla. Lo ideal es brindar una educación con bases sólidas, que permita a los profesionales en formación realizar su trabajo siempre enmarcado en principios éticos.

2.2.3. CANAL 9 “TV NORTE”

En este canal de televisión, según manifiesta el licenciado Ramiro Bucheli, Director: “se aplica la ética en todo tipo de acción y se trata de ser éticamente pluralistas y brindar espacio a todo tipo de credo, trabajando siempre en beneficio de la colectividad.

Tanto periodistas como Director dicen trabajar apegados a todo lo que encierra el término ética. Se reúnen diariamente a fin de no direccionar incorrectamente la información y de planificar la agenda de trabajo del día. En lo posible tratan de reflejar total transparencia en todo lo que hacen. Es un canal eminentemente evangelizador que proyecta principios cristianos, añaden los periodistas.

Cuando los periodistas ingresaron al canal no se les entregó nada por escrito, lo que ratificó su Director, indicando además que el noticiero si cuenta con reglas muy claras de como debe ejecutarse la labor.

Verbalmente y de manera continua el Director da a conocer que línea debe seguir el periodista. Ellos están concientes de que no deben afectar a nadie y que lo más importante es satisfacer la necesidad comunicacional que demanda la comunidad.

Ramiro Bucheli comenta que desde que dirige el canal no ha tenido que solucionar dilemas éticos ocasionados por sus colegas, porque está constantemente imprimiendo en los periodistas teorías apegadas a la ética para que las conviertan en prácticas.

En el caso de que se presenten dilemas éticos, se cuenta con el Consejo Editorial al que se lleva cualquier inconveniente que pueda presentarse. **(El Consejo Editorial es el encargado de tomar decisiones acertadas para liderar el proceso periodístico dentro del medio de comunicación. En TV. Norte este consejo lo conforman: el Director, dos Subdirectores y dos Editores).**

Durante la trayectoria del ejercicio periodístico, el Director y los periodistas de canal 9 señalan que se han presentado problemas como en toda profesión, pero aseguran que no han trascendido a mayores situaciones.

En cuanto a la capacitación sobre temas éticos, manifiestan que el canal al formar parte de la Curia Diocesana, está constantemente tratando temas relacionados a la ética, valores y principios. La misión de TV Norte a parte de mantener informada a la ciudadanía es impartir bases cristianas, católicas y evangelizadoras, las que también guían el trabajo de quienes laboran en el medio.

Coinciden en que los medios de comunicación en el país no son lo suficientemente éticos, actúan bajo intereses creados. Uno de los mayores problemas está en el apoyo que dan al consumismo y amarillismo.

Tanto para el Director como para los periodistas, la ética sí está en entredicho. La falta de profesionalismo de algunos colegas ha hecho que el caos se generalice a nivel gremial. Comentan que no sólo en el periodismo la ética se encuentra en riesgo, sino en todos los ámbitos de la vida. Deberían darse cambios serios y profundos en el sentido de fomentar e inculcar la ética desde temprana edad a fin de que ésta permita construir y no destruir.

De todo este análisis se concluye que los tres medios de comunicación por el hecho de formar parte del Grupo Corporativo del Norte, tienen una misma línea ideológica. Existen muy pocas contradicciones entre lo comentado por directores y periodistas.

Algo que claramente sí se observa es que, para ellos dentro del ejercicio de la profesión, la ética está sobreentendida y al parecer no hace falta manejarse con un código que exija mejor y mayor comprensión del tema. Así como también, es latente la falta de apoyo que tienen por parte de los organismos gremiales que agrupan a los profesionales de esta rama.

(VER ANEXOS VII, VIII y IX)

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS

3.1. ANTECEDENTES: EXPLIQUE QUÉ ES LO QUE CONOCÍA USTED SOBRE LA APLICABILIDAD DE LA ÉTICA EN LOS MEDIOS, ANTES DE INICIAR SU INVESTIGACIÓN. ARGUMENTE

En términos generales se conocía de la existencia de un Código de Ética Profesional del Periodista, pero se ignoraba los detalles específicos del contenido y más aún como es que dicho código se aplicaba dentro de los medios de comunicación. Hay que reconocer también, que se desconocía sobre la disponibilidad de los medios para hacer cumplir lo que la ley estipula; sin embargo, el acercamiento a los medios y la indagación de los cuarenta y cuatro artículos que componen el Código de Ética del Periodista Ecuatoriano, permitió tomar conciencia acerca de la problemática que implica, no solo tener una ley escrita sino hacerla viable.

Los medios de comunicación que hacen el Grupo Corporativo del Norte en la provincia de Imbabura y que operan en la ciudad de Ibarra, trabajan en base a acuerdos verbales de ética y no con un reglamento legal establecido dentro del mismo. Trabajadores, periodistas y directivos, quienes fueron entrevistados, manifestaron que conocen de la existencia de un código de ética del comunicador social, pero ni siquiera ellos creen que exista una desinteresada aplicabilidad de la ética y afirman que hay profundos intereses de terceras personas de ámbito económico, ideológico, político, etc.

La ética merece un análisis más profundo, tanto en el contenido de la Ley como en su aplicabilidad y se cree que las instituciones educativas son las llamadas a establecer la ética como una materia permanente dentro de la formación profesional y no solo como una asignatura ocasional. Hay muchos parámetros filosóficos y humanos a ser tomados en cuenta e inclusive el uso adecuado de las fuentes de consulta al momento que un estudiante cumple con una tarea, debería enfocarse más a investigaciones personales o grupales que no admitan de ninguna forma extraer datos plagiados en forma literal y categórica del Internet sin haber sido previamente estudiados en detalle.

La educación es la base de una sociedad, es la que forma cimientos de los futuros profesionales de la comunicación; de allí que el estudio de este tema resulta muy

interesante y es menester que conozcan todos los comunicadores sociales y la sociedad ecuatoriana en general y para ello se necesita establecer parámetros de compromiso entre los emisores y perceptores de mensajes.

3.2. SUPUESTOS TEÓRICOS

3.2.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLABORARÁN DE FORMA POSITIVA A LA INVESTIGACIÓN

La colaboración entregada por parte de quienes dirigen el Grupo Corporativo del Norte, fue excelente, brindaron todas las facilidades para el ingreso a las instalaciones y los periodistas que laboran en él, se mostraron muy abiertos al diálogo. Lo que si se observó, es que manejan con total discreción lo relacionado a fuentes de información, porque consideran que tienen derecho a la privacidad en sus labores cotidianas.

3.2.2. LOS PRINCIPIOS DE ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA SON CONOCIDOS POR LOS COMUNICADORES ECUATORIANOS Y MUESTRAN UNA ALTA PREDISPOSICIÓN AL APLICARLOS A FUTURO.

Los periodistas que conforman el equipo periodístico del Grupo Corporativo del Norte, dicen conocer de la existencia de un código de ética y deontología periodística; pero sin embargo, desconocen totalmente su contenido y por ende se basan únicamente en interpretar la ética con sus propias palabras, señalando que ésta es: actuar con objetividad, veracidad, imparcialidad, credibilidad y manejo de fuentes. Esto último, lo sustentan basándose en acuerdos verbales a los que han llegado entre directivos y personal que labora en los medios.

3.2.3. UN PORCENTAJE SIGNIFICATIVO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRABAJAN DE ALGUNA MANERA EN BASE A LOS LINEAMIENTOS DE LA ÉTICA.

Los periodistas del Grupo Corporativo del Norte, enfáticamente trabajan bajo lineamientos fijados a través de acuerdos verbales y en los que depositan toda la responsabilidad en los periodistas más no en el medio, con excepción de los editoriales. Esto demuestra que, el GCN no trabaja con lineamientos de ética establecidos por la ley, sino actúan bajo acuerdos coyunturales y ocasionales. Prima la subjetividad antes que la objetividad, porque los periodistas añaden sus opiniones personales, las que no necesariamente tienen que ver con la realidad de los hechos, sino más bien con una interpretación de los mismos.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO

4.1. DEFINA LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados son alarmantes. El 87% de los encuestados piensa que los medios de comunicación no se preocupan lo suficiente por mantener la ética y que quienes laboran en él, si bien conocen de la existencia de un Código de Ética Profesional del Periodista Ecuatoriano, ignoran el contenido del mismo; además admiten que trabajan en base a acuerdos verbales mas no jurídicos. El 80% de los encuestados manifiesta que inclusive los gremios periodísticos no asesoran en temas éticos a los profesionales de la comunicación.

Por lo expuesto anteriormente, los resultados obtenidos no son muy halagadores, porque si bien la mayoría de personas demanda de una ética en los medios de comunicación del Ecuador, así como de los medios que conforman el GCN; esa misma mayoría piensa, que existe un comportamiento ético a medias dentro de la Comunicación Social, situación que se podría decir, se refleja como grave, ya que plantea una urgente necesidad de reestructurar la política en nuestros medios de comunicación y que sus mensajes y canales sean adecuadamente sometidos a una revisión por parte de un grupo de eficientes e imparciales editores de sus contenidos. No se trata de darle al público programas de impacto, sensacionalistas y de fácil asimilación para los sentidos; lo que se trata más bien, es de crear un público honesto con educación y conciencia crítica.

4.2. RELACIONE LOS RESULTADOS CON LOS PUNTOS MÁS RELEVANTES DEL CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

(P 5.) Los encuestados no guardan mucha confianza en los medios escritos de comunicación, el 34% considera que su información es poco objetiva y desconceptualizada, esto lo presumen por las constantes noticias que ubican a nuestro país dentro de las naciones más corruptas de América Latina, lo que refleja tal grado de desconfianza; además el 21% asegura que hay ausencia de periodismo comprometido y un 17% que hay poco contenido. Esto da un gran total del 72% lo que equivale a las tres cuartas partes de los encuestados, quienes señalan no guardar simpatía con lo que publican los medios de comunicación escrita tanto de la ciudad de Ibarra como a nivel nacional.

Estos datos van en contradicción con lo que establece el Código de Ética Profesional del Periodista Ecuatoriano Capítulo I, artículos 1, 2 y 4. El Art.1 dice: “El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna”. El Art. 2 señala: “El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad”. El Art. 4 manifiesta: “La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones”. La ley no se cumple en este caso, razón por la que se debe crear mecanismos de control que vuelvan viable lo establecido por el Código de Ética Profesional del Periodista en cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 6 de la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista, publicado en el Registro oficial N 900, del 30 de septiembre de 1975 por el Ministerio de Educación y Cultura y por su consecuente aprobación publicada en el registro oficial N 120 de 4 de febrero de 1980.

(P 21). Los periodistas en libre ejercicio profesional en la ciudad de Ibarra no guardan ninguna confianza con respecto a los medios en los que laboran y creen que priman intereses políticos, ideológicos, religiosos, sobornos, políticas no adecuadas, falta de transparencia, ocultamiento de información y presión por parte de los dueños de los medios. Resumiendo se puede decir que, dichos periodistas consideran que hay falta de libertad de expresión y casi una total ausencia de ética; sin embargo, según el Código de Ética Profesional del Periodista Capítulo III, Art. 22, un periodista está obligado a defender a sus colegas cuando este tipo de dilemas se presenten. El Artículo 22, dice literalmente: “El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas, sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro aspecto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad o dignidad”. Frente a esta ley establecida se debe señalar que si un periodista no defiende a un colega sometido a cierto tipo de presiones como las antes señaladas es un cómplice y también está irrespetando la ética dentro de la Comunicación Social Ecuatoriana. Además, el Capítulo II, Art. 14 señala: “El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna”.

(P. 25, literal A) No todas las personas están en capacidad de tener las fuentes necesarias que les permita conocer, tanto el aspecto legal como ético que norma a un periodista; sin embargo, un alto 57% no ve problema a que un periodista trabaje en un medio de comunicación y a la vez sea funcionario público, ¿pero esto tal vez no sería un dilema ético?

ya que hasta donde es conocido, la inclinación subjetiva puede favorecer visiones ideológicas e intereses personales. Si primero cambia la sociedad tal vez podríamos esperar un cambio de visión acerca de este tema. Ahora, el problema radica en que según el Código de Ética Profesional del Periodista, en ninguno de sus artículos contempla un impedimento a que un periodista practique las dos actividades a la vez, esto podría verse como un vacío legal o tal vez como un planteamiento a ser debatido a futuro.

(P. 25 literal D) El 67% considera que la militancia de un periodista en un partido político sí afecta su trabajo, es decir que la mayoría de personas piensa que un periodista pierde credibilidad cuando milita en una tienda política, porque no podría ser imparcial, objetivo, ni veraz. En cuanto a este aspecto, el Código de Ética Profesional del Periodista no señala ningún impedimento y más bien respeta la libertad de pensamiento o ideología, tal como lo señala el Art. 16, Capítulo II: “El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa e ideológica”, según el código vigente cada persona tiene libertad en sus posturas y creencias. Así como también el Art. 37, Capítulo V, señala: “El periodista exigirá a la empresa respeto para sus creencias políticas ideológicas y religiosas”.

(P. 25 literal E) El 57% piensa que un periodista no debe introducir su opinión en las noticias que difunde, mientras que el 43% considera como legítimo al hecho de que si deben difundir sus opiniones. Esta interrogante merecería un estudio en particular respetando parámetros de educación y conciencia. Tomando en cuenta que en este aspecto hay formas casi imperceptibles de manipular la información, como por ejemplo el espacio, cobertura que se brinda, la constancia en persistir sobre un mismo tema, en muchas ocasiones, a través de otros programas que no son necesariamente noticieros o bajo un sistema de flashes informativos que más bien parecen spots publicitarios. Personalmente me parece peligroso que un alto porcentaje de los encuestados piense que un periodista si tiene el legítimo derecho a emitir sus opiniones, porque esto es casi como legalizar la no aplicación de la ética en nuestra comunicación vigente. Al respecto el Código de Ética Profesional del Periodista, únicamente hace referencia a informaciones emitidas de “mala fe”, ahora habría que analizar lo que se concibe como “mala fe”. El artículo 30, Capítulo IV, señala al respecto: “Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones”. Ahora ¿el sensacionalismo y la crónica roja no estarían acaso atentando contra este derecho?. No existe ningún mecanismo de control acerca de este parámetro, así como tampoco existe un

reglamento que prohíba en forma específica caracteres definidos de cierto tipo de información como ésta.

El Art. 26, Capítulo IV, estipula que: “Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión”; sin embargo, hay comunicadores sociales a los cuales es muy difícil probar en forma jurídica este tipo de actos de corrupción, debido a que algunos de ellos son lo suficientemente hábiles como para no dejar testimonios, documentos ni pistas. A propósito hay una historia Zen (**místicos tibetanos que buscan un alto estado de conciencia espiritual e iluminación sensorial**) que vale la pena reflexionar:

Se cuenta que un hombre fue detenido por realizar una transacción mercantil con dinero falso; al presentarse ante el juez, el hombre argumentó: - Señor Juez yo simplemente me robé ese dinero ¿usted cree que habría sido tan bruto en hacerlo a sabiendas de que era falso?- Al Juez le pareció muy convincente el argumento, razón por la cual cambió la acusación de falsificación por la de hurto. Entonces el hombre nuevamente arguyó: Señor Juez yo robé ese dinero, lo reconozco y admito mi culpa; pero que yo sepa el dinero falso no tiene ningún valor legal ¿Desde cuándo es un delito robarse nada?. Al Juez le pareció todavía más lógico este argumento y lo declaró absuelto.

Las normas jurídicas y lo que estipulan los códigos legales, no necesariamente garantizan un comportamiento ético en las personas, porque únicamente son medidas coercitivas y de presión; pienso que la ética es un asunto de conciencia y la conciencia es un asunto de educación; razón por la que la educación de la sociedad es la que debe ser reestructurada con principios y valores que formen individuos transparentes y justos.

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 DE ÉTICA DICE Y QUE NO SE CUMPLE EN EL MISMO.

EL NORTE
DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE
IBARRA, MIÉRCOLES 14 NOVIEMBRE DE 2007

Muerte en la celda
Foto: Fernando Soto

Policía efectuó decomisos y enfrentamientos en Carchi
Foto: Fernando Soto

Tulcán. Un policía asegura a un grupo de caballos decomisados junto con mercadería de dudosa procedencia, en el río Carchi, límite fronterizo con Colombia. En el operativo policial hubo cruce de bala y enfrentamientos. La Policía allanó varios domicilios en sector de El Capulí, al norte de la ciudad, donde se decomisó un vehículo, diez, gasolina, caballos, bidones, mangaderas y cañas.
Pág. 10

Desconocido muere
Foto: Fernando Soto

Lo encontraron en las afueras de la ciudad

Ibarra. Luis Alberto Gómez Totona, de nacionalidad colombiana y al que le faltaban nueve meses para cumplir su condena de cuatro años por tenencia de droga, falleció con una patalada en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra.
Pág. 30

Tulcán. Un hombre de 40 años fue encontrado muerto en la mañana de ayer. Se presume que un golpe en su cabeza fue la causa de la muerte.
Pág. 31

Contraportada Diario EL NORTE, 14 de noviembre

Estas fotografías fueron publicadas el 14 de noviembre de 2007, en la contraportada de diario El Norte de la ciudad de Ibarra, cubriendo un exagerado 85% del espacio destinado a dicha página, lo cual pone en evidencia el sensacionalismo con que trabaja este medio.

El Art. 5, Capítulo I (El Periodista y la Comunidad) señala: “El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana”. Será que este tipo de fotografías agrade visual y psicológicamente tanto a la comunidad como a los actores de dicha noticia. La evidencia radica en el cuerpo de un recluso que muestra un impacto de bala a la altura del pecho durante una gresca en el Centro de Rehabilitación Social de Ibarra y en la misma página se muestra el cadáver de un hombre de cuarenta años que fue encontrado muerto presuntamente por haber recibido un golpe en la cabeza. Esto viola el Código de Ética Profesional del Periodista Ecuatoriano tanto en el artículo señalado así como en el Art. 30 que dice: “Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones”. Además se debe señalar que las fotografías no cuentan con un nombre de responsabilidad, al respecto el Art. 35 estipula: “Al periodista le está prohibido utilizar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos”.

Se observa que no se trabaja con responsabilidad ni con ética; únicamente se busca el sensacionalismo con claros motivos mercantilistas. Se investigó acerca del costo que genera la publicación de un aviso clasificado o publicitario que ocupe este espacio, encontrándose que el mismo asciende a USD. 700,00, tanto por la importancia que amerita la página como por el tamaño; entonces, es inconcebible que se considere a cierto tipo de noticias como un enganche para aumentar las ventas, sin poner ni siquiera reparos al rédito económico que esto demanda dentro de un periódico.

(VER ANEXO X)

CAPITULO V

5.1. CONCLUSIONES

1. El Grupo Corporativo del Norte no cuenta con un Código de Ética interno que rija y norme sus actividades, solo trabaja en base a acuerdos verbales.
2. La objetividad, imparcialidad y veracidad en el Grupo Corporativo del Norte, responde claramente a intereses e interpretaciones subjetivas de los periodistas obedientes a presiones de directivos y dueños del medio en el que laboran.
3. Predominan los intereses del medio de comunicación por sobre los intereses de los ciudadanos.
4. El Grupo Corporativo del Norte arma sus paneles de programación enfocándose en el raiting más que en la calidad de la misma, es decir predomina lo cuantitativo de las ventas sobre los contenidos comunicacionales.
5. No existe investigación en los temas que se informan en el GCN y sobre todo predomina el rumor muy por encima de la veracidad.
6. TV Norte emite programas piratas no autorizados y se enlaza arbitrariamente con cadenas internacionales irrespetando las normas básicas de la ética periodística profesional.
7. Diario El Norte, destina espacios exagerados para el sensacionalismo y escándalo con el objetivo de captar lectores y aumentar sus ventas.
8. Radio Los Lagos no cuenta con ningún programa que eduque y forme a la sociedad; sólo cuenta con informativos, programas de música y farándula.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Implementar en la Constitución de la República un Código de Ética Profesional de los Medios de Comunicación, además del Código ya existente para los periodistas.
2. Normar una prohibición de monopolios, es decir que quienes son dueños de medios de comunicación no sean propietarios de empresas financieras y tampoco ocupen altos cargos en las dirigencias de los partidos políticos.
3. Instituir la ética como materia obligatoria en el pènsum de estudios desde la etapa escolar hasta la universitaria, con el objetivo de crear y promover valores ciudadanos.
4. Conformar un observatorio del cumplimiento de la ética dentro de cada medio de comunicación.
5. Diversificar las fuentes de información, con el objetivo de que los ciudadanos saquen su propio criterio.
6. Permitir mayor participación de la comunidad en la Comunicación Social, es decir que los ciudadanos no sean simples receptores, sino más bien perceptores del fenómeno comunicacional.
7. Abrir en los medios de comunicación espacios para la crítica ciudadana, como por ejemplo: una página de opinión para los lectores, en el caso del medio escrito; una ventana abierta a la opinión ciudadana, en el caso del medio televisivo y un programa de radio donde los protagonistas de la noticia sean los barrios y la comunidad.
8. Involucrar a la sociedad en todos los acontecimientos y hechos, lo cual permitirá una mejor armonía entre lo que se ve y lo que se informa.

BIBLIOGRAFÍA

- ◆ **AGUIRRE**, Fausto: Guía para la organización formal de materiales. Editorial de la UTPL, 2007. Ecuador.
- ◆ **APEL**, Otto: Teoría de la verdadera ética del discurso. Editorial Paidós, 1995. Barcelona.
- ◆ **BONILLA**, Jorge Iván: Violencia, Medios y comunicación: Otras pistas en la investigación. Editorial TRILLAS S.A., 1999. Madrid.
- ◆ **CALVO** Hernando, Manuel: Ciencia y Periodismo. Centro de Estudios para el Fomento de la Investigación. CEFI. Barcelona, España. 1999.
- ◆ **CRESPI**, Irving: El Proceso de Opinión Pública “Cómo habla la gente”. Editorial Ariel S.A., 2000 Barcelona.
- ◆ **CORTINA**, Adela: Ética aplicada y democracia radical. Editorial Tecnus S.A., 1993. Madrid.
- ◆ **CHASQUI**. Revista Latinoamericana de Comunicación, n.61 marzo de 1998 (CIESPAL, Quito, Ecuador). Número monográfico sobre “Ética, medios, periodistas. Los medios en el medio”.
- ◆ **CHASQUI**. Revista Latinoamericana de Comunicación, N. 18, abril-junio de 1986 (CIESPAL, Quito, Ecuador). Número monográfico sobre “Ética Periodística”.
- ◆ **CHASQUI**. Revista Latinoamericana de Comunicación, N. 41, abril 1992 (CIESPAL, Quito, Ecuador). Número monográfico sobre “Ética: encubrimiento o transparencia”. 100 pp.
- ◆ **DIARIO El Norte**, varios ejemplares (2005, 2006 y 2007).
- ◆ **ESCOBAR**, Gustavo: Ética Introducción a su Problemática e Historia. Editorial Panamericana Formas e Impresos S.A., 1993. Colombia.
- ◆ **GONZALEZ**, María Luján. Ética Profesional, Compilación.
- ◆ **KANT**, Manuel: Crítica de la razón práctica. Editorial Porrou, 1998. México.
- ◆ **LAIÑO**, Lauro: El periodismo como deber social. Academia Nacional de Periodismo. Buenos Aires, 2001.
- ◆ **MERRIL**, John: “Ética y Periodismo”, en Merrill, John y Ralph, D. Barney(Comp): La Prensa y la Etica, EUDEBA, 1981. Buenos Aires.
- ◆ **NAVAS**, Marco: Derechos fundamentales de la comunicación: “La comunicación: ¿La mercancía en la sociedad de masas?”. Editorial Quince Ortiz Crespo, 2002. Quito. 23pp.
- ◆ **Periodismo Educativo y Científico**. CIMPEC-OEA. 1976.

- ◆ **RAMONET**, Ignacio: La tiranía de la comunicación. Madrid, 1998
- ◆ **WEILL**, Georges: El periódico. “Orígenes, evolución y función de la prensa periódica”. Editorial Unión Tipográfica. Edición 142, 1979. México.

PAGINAS WEB

- ◆ www.unisabana.edu.co/pregrado/comunicación_social/comunicación_social_period...
- ◆ www.visionesalternativas.com/article.asp
- ◆ www.razonypalabra.org.mx
- ◆ www.ciudadaniainformada.com
- ◆ www.iglesiaecuador.org.ec
- ◆ www.argentina.indymedia.org
- ◆ www.academiaperiodismo.org.ar/etica/etica-0002.htm
- ◆ www.museudavida.fiocruz.br/publique/media/Sociedad
- ◆ www.saladeprensa.org/art301.htm
- ◆ www.victimasdelprensa.com/inter.asp?s=21
- ◆ www.masterperiodismocientífico.org

PORTADA DIARIO EL NORTE

20 años

IMBABURA
CACHCHI
PICHINCHA
ESMERALDAS

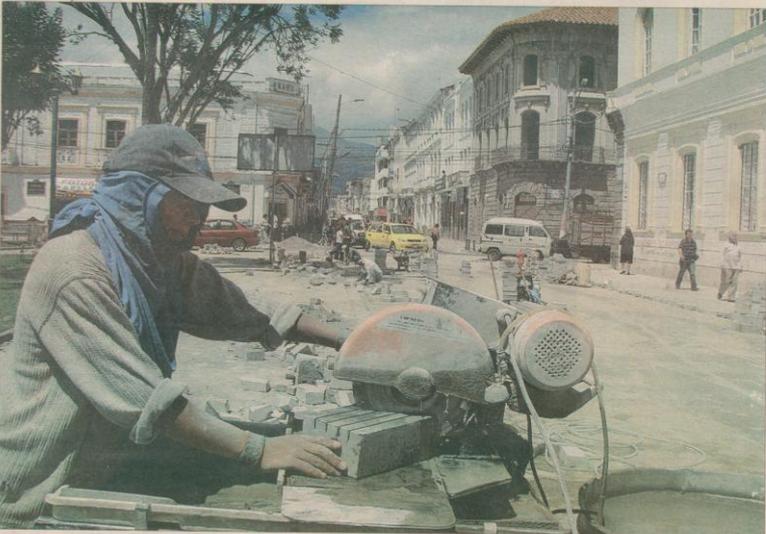
EL NORTE

EDICIÓN
Nº 7345
32 PAGINAS
USD 0,30

DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE

IBARRA, JUEVES 9 DE AGOSTO DE 2007

Por fin culmina regeneración



Ibarra.- Después de seis meses de espera, hoy finaliza la regeneración de la calle Bolívar, con la colocación de los adoquines en el tramo ubicado entre la Flores y García Moreno. Nelson Díaz prepara el material para la obra. En las cinco cuadras se colocaron 94 mil adoquines.

Pág. 3

Hoy, Día Nacional de la Cultura

Ibarra.- Hoy se celebra el Día Nacional de la Cultura, en homenaje a la fundación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana por Benjamín Carrión, hace 63 años. La diversidad del país (foto), representada en sus diferentes expresiones artísticas se convierten en la oportunidad de vivir la unidad y respetar al otro.



Pág. 2

IMBABURA Pág. 4
Las fiestas de Ibarra se adelantan

ECUADOR Pág. 13
Asiáticos naufragaron en playa San Mateo

ANTONIO ANTE Pág. 7
Hoy se inaugura la Feria Moda Verano

No hay quinto malo



Ibarra.- El argentino Oscar Rubén Peracca se convierte en el quinto entrenador del Imbabura. Ayer fue presentado a los jugadores.

Pág. 16

2 EL NORTE LA NOTA DEL DÍA

Ibarra, Jueves 9 de agosto de 2007

Día Nacional de la Cultura

Un espacio para la reflexión

Luis Enrique Vallejos
vallejos@diarioelnorte.ec

Ibarra
Cada 9 de agosto se celebra el Día Nacional de la Cultura en referencia al nacimiento de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y en alusión a la brillante trayectoria del escritor lojano Benjamín Carrión. La celebración de esta fecha tiene profundo significado en los tiempos actuales. La cultura va tomando mayor fuerza en razón que las esferas gubernamentales han propuesto la creación del Ministerio de Cultura con el afán de defender y desarrollar las vertientes culturales que tiene nuestro pueblo ecuatoriano hacia mejores derroteros.

Entendemos como cultura al estudio de las costumbres y las formas de vida de las diferentes etnias que formamos una nación a través de los milenios y siglos. Y según el escritor Juan F. Ruales es toda creación humana material y espiritual, resultante de la interacción de la sociedad con la naturaleza en el proceso de satisfacción de sus necesidades. Es un producto histórico y por lo tanto cambiante y está relacionado con los factores objetivos que lo rodea.

De esta manera, creemos que la cultura es vital en el desarrollo de la sociedad. Es el espejo donde se refleja nuestro pueblo. Ante esta situación Marcelo Valdospinos Rubio, presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Imbabura afirma que el Ecuador y precisamente nuestra provincia es una potencia cultural y posee una riqueza extraordinaria de costumbres y tradiciones en las diferentes etnias.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana de nuestra provincia se ha convertido en uno de los balcones predilectos donde se desarrollan los más significativos eventos culturales y artísticos.



Ibarra.- Niñas y niños en los "Casatalleres" recibiendo clases de pintura con el maestro Fabián López.

La Casa de la Cultura con buenos proyectos



Marcelo Valdospinos Rubio, presidente de la Casa de la Cultura.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana de nuestra provincia se ha convertido en uno de los balcones predilectos donde se desarrolla los más significativos eventos culturales y artísticos. Es una entidad autónoma por ley, por historia y por aceptación popular.

En las últimas décadas ha tenido un proceso vertiginoso en la construcción de espacios culturales y ha dinamiza la difusión cultural con los mejores artistas de la localidad, del país incluso del exterior.

Valdospinos Rubio es partidario de la diversidad cultural, llegando a la conclusión que la convivencia cultural ofrece infinidad de caminos. "Se evidencia que en cada núcleo se adaptan a la realidad cultural e idiosincrasia de cada sector. Y toda esta diversidad hace de la Casa de la Cultura, una sola y respetable", dijo.

Explica que la entidad tiene proyectos a futuro como la remodelación de la casa antigua, que se convertirá en el centro de capacitación artística permanente, con varias disciplinas, y con una titulación especial. Un museo de historia, dirigido sobre todo a los turistas, a que en el poco tiempo que tienen conozcan y se lleven el mensaje de lo que es culturalmente Imbabura. Una sala de cine. La biblioteca virtual, entre otras cosas, señaló.

Un vistazo a la historia

El Día Nacional de la Cultura se conmemora cada 9 de agosto. Fue justamente en esa fecha, en 1944 cuando la Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE) fue fundada por Manuel Benjamín Carrión, uno de los valores más altos de las letras nacionales, siendo Presidente de la República, en ese entonces, José María Velasco Ibarra

y Ministro de Educación Alfredo Vera.

La CCE, se creó para fomentar, orientar y coordinar el desarrollo de una auténtica cultura nacional.

La idea partió de la necesidad de devolver al Ecuador la confianza perdida, como consecuencia de la pérdida territorial ocurrida en 1941. "Si no podemos ser una potencia

militar ni económica, podemos ser, en cambio, una potencia cultural, nutrida de nuestras más ricas tradiciones"... decía Benjamín Carrión, quien tomó de Mariano Picón Salas, Arnold Toynbee y Keiserling los fundamentos filosóficos sobre cuya base se apoyó la creación de su máxima obra. Así, ahora la CCE cumple 63 años.



la CCE, Núcleo de Imbabura promociona los martes culturales.



Indígenas de Colombia reclaman derechos

Bogotá (AP)
Las comunidades indígenas de Colombia acusaron a las autoridades de dejar impunes decenas de asesinatos de sus miembros.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos, informó que el gobierno colombiano debe indemnizar con 232 000 dólares a los familiares de un líder indígena que fue asesinado por el Ejército en 1988.

Terremoto de 7,5 grados sacudió a Yakarta

Yakarta (AP)
Un poderoso terremoto bajo el Mar de Java azotó ayer a la capital de Indonesia, sacudiendo violentamente los edificios elevados y provocando el pánico entre los habitantes, indicaron testigos y el Servicio Geológico de Estados Unidos. Hasta el momento no había reportes de daños. El movimiento telúrico tuvo una magnitud preliminar de 7,5 grados.

Murieron 32 supuestos milicianos

Los hombres muertos y detenidos serían parte de una célula de la red terrorista, Grupos Especiales, conocida por facilitar el transporte de armas y explosivos de Irán a Irak.

Bagdad (AP)
Al menos 32 presuntos milicianos murieron ayer en el bastión chií de Ciudad Sadr en Bagdad durante una operación con apoyo aéreo que encabezó Estados Unidos contra bandas acusadas de traficar con armas y combatientes de Irán, dijo el mando estadounidense.

En las acciones fueron detenidos 12 sospechosos, indicó.

"Los individuos detenidos y los terroristas muertos durante la operación son al parecer miembros de una célula de la red terrorista Grupos Especiales, conocida por facilitar el transporte de armas y explo-

sivos de Irán a Irak, así como por llevar milicianos de Irak a Irán para entrenamiento terrorista", aseguró el mando en un comunicado.

El anuncio estadounidense fue hecho luego que la policía iraquí en Ciudad Sadr dijo que un bombardeo lanzado por helicópteros y el cañoneo de vehículos blindados de Estados Unidos mató a nueve civiles, incluidas dos mujeres, e hirió a seis personas. La policía refirió también que 12 personas fueron detenidas.

Las redadas tuvieron lugar al mismo tiempo que las autoridades impusieron una prohibición de tres días de



Bagdad.- Los insurrectos fueron vistos en un video que fue grabado por el ejército de EE.UU.

conducir en la capital, para lo cual levantaron nuevos controles via-rios, mientras que miles de peregrinos chie-feron su desplazamiento anual hacia una mezquita en el norte de Irak para observar el aniversario de la muerte de una de sus figuras más veneradas.

Extraña plaga de roedores azota España

Madrid (AP)
Ha sido un verano difícil para España, con fuertes incendios en las Islas Canarias, un apagón en Barcelona y bancos gigantes de medusas al acecho en playas atestadas de vacacionistas.

Ahora viene otro infortunio, esta vez tan desagradable como una plaga bíblica: millones de roedores, llamados ratones de campo,

dándose un festín con todo desde remolachas hasta papas en una plaga que ha obligado a aplicar una política desesperada de quema de terrenos en una de las regiones agrícolas más importantes de España.

Los sindicatos agrícolas dicen que la región de Castilla-León en el centro-norte de España está

atestada con aproximadamente 7,5 millones de ratones de campo, y el gobierno local está desconcertado; desconoce la causa y la solución. La invasión comenzó lentamente hace 10 meses pero ha crecido exponencialmente a proporciones sorprendentes.

La ministra regional de Agricultura en Castilla-León, Silvia Clemente, reconoció que esta

es la peor plaga que han tenido. Las autoridades le han preguntado a los agrónomos, veterinarios y biólogos qué es lo que está ocurriendo y nadie lo sabe en realidad, dijo la funcionaria a la radiodifusora Cadena Ser.

Por el momento, las cuadrillas de apoyo están combatiendo a los roedores con fuego controlado.



Fondo de Cesantía del Magisterio Ecuatoriano de Imbabura

CONVOCATORIA

A LOS MAESTROS (AS) DE IMBABURA Y LA ZONA NORTE DEL PAÍS

El Fondo de Cesantía del Magisterio Ecuatoriano de Imbabura y la Directiva del Nuevo Programa de Vivienda de la ciudad de Ibarra. Invita con el carácter de urgente a todos y cada uno de los docentes que están inscritos en dicho programa, así como también a los que deseen participar en éste, a una reunión a realizarse el día sábado 11 de agosto a partir de las 15:00 en el coliseo de la UNE-I, en la cual se tratarán asuntos de vital importancia, cristalizando el anhelo de tener una vivienda en beneficio de nuestras familias.

Atentamente,

Prof. Bolívar Reina
PRESIDENTE FCME-I

Ldo. Fabián Narváez Lomas
PRESIDENTE NUEVO PROGRAMA DE VIVIENDA

PROGRAMACION RADIO LOS LAGOS

LUNES A VIERNES

05:00 – 07:00	DE 5 A 7	FREDY PERALTA
07:00 – 08:00	NOTICERO EXPECTATIVA	P. PEREZ Y J. SALAS
08:00 – 10:00	RADIO REVISTA LA VENTA	IRINA CHAVEZ
10:00 – 13:00	XPANSIVO	FERNANDO BRAVO
13:00 – 14:00	RELAX	ARTURITO
14:00 – 16:00	NACION POP	PABLO FLORES
16:00 – 18:00	SINAPSIS	FREDY PERALTA
18:00 – 22:00	EN TODAS	VERONICA GUDIÑO
22:00 – 06:30	MUSICA HASTA EL AMANECER	AUDICOM

SABADOS

08:00 – 09:00	ESTAMOS UNIDOS	FATIMA VILLACIS
09:00 – 18:00	PROGRAMACION VIRTUAL	AUDICOM
18:00 – 20:00	LOS CLASICOS DE SIEMPRE	ARMANDO VASQUEZ
20:00 – 21:00	LOS LAGOS EN CONCIERO	IRINA CHAVEZ
21:00 – 23:00	DANCE & REMIXES	RICARDO CIFUENTES
23:00	MUSICA HASTA EL AMANECER	AUDICOM

DOMINGOS

08:00 – 11:00	CLASICOS DE SIEMPRE	ARMANDO VASQUEZ
11:00 – 18:00	PROGRAMACION VIRTUAL	AUDICOM
18:00 – 19:00	LOS LAGOS EN CONCIERO	IRINA CHAVEZ
19:00	MUSICA HASTA EL AMANECER	AUDICOM

PARRILLA DE PROGRAMACION TV NORTE CANAL 9

LUNES

06:35	Himno Nacional
06:37	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
06:40	Centro Naturista Chino Koreano
07:00	Prisma Informativo 1era. emisión (en vivo)
08:00	Universo deportivo (reprise de la noche anterior)
08:30	Matices (en vivo)
09:30	Cocine con Gusto (en vivo)
10:00	Videomanía (película)
13:10	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
13:30	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
13:40	Reportajes
14:00	Prueba de sonido (presentación de videos musicales en vivo)
15:00	Series Infantiles
16:30	Tarde de cine (película)
18:00	Encuentros de Fe (reflexiones católicas basadas en la Biblia)
19:00	Prisma Informativo 2da.emisión (en vivo)
20:00	Universo Deportivo (en vivo)
20:30	Análisis
21:00	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
21:20	Mensaje (Monseñor Julio Terán)
21:35	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

MARTES

06:35	Himno Nacional
06:37	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
06:40	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
07:00	Prisma Informativo 1era. emisión (en vivo)
08:00	Universo deportivo (reprise de la noche anterior)
08:30	Matices (en vivo)
09:30	Cocine con Gusto (en vivo)
10:00	Videomanía (película)
13:10	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
13:30	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)

13:40	Reportajes
14:00	Prueba de sonido (presentación de videos musicales en vivo)
15:00	Series Infantiles
16:30	Tarde de cine (película)
18:00	Encuentros de Fe (reflexiones católicas basadas en la Biblia)
19:00	Prisma Informativo 2da.emisión (en vivo)
20:00	Universo Deportivo (en vivo)
20:30	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
20:50	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
21:00	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
21:35	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

MIÉRCOLES

06:35	Himno Nacional
06:37	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
06:40	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
07:00	Prisma Informativo 1era. emisión (en vivo)
08:00	Universo deportivo (reprise de la noche anterior)
08:30	Matices (en vivo)
09:30	Cocine con Gusto (en vivo)
10:00	Videomanía (película)
13:10	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
13:30	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
13:40	Reportajes
14:00	Prueba de sonido (presentación de videos musicales en vivo)
15:00	Series Infantiles
16:30	Tarde de cine (película)
18:00	Encuentros de Fe (reflexiones católicas basadas en la Biblia)
18:30	Otavaló Noticias (informativo pre grabado, cantón Otavalo)
19:00	Prisma Informativo 2da.emisión (en vivo)
20:00	Universo Deportivo (en vivo)
20:30	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
20:50	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
21:00	Enfoque (programa pre grado, diferentes temas)
22:40	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
22:45	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

JUEVES

06:35	Himno Nacional
06:37	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
06:40	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
07:00	Prisma Informativo 1era. emisión (en vivo)
08:00	Universo deportivo (reprise de la noche anterior)
08:30	Matices (en vivo)
09:30	Cocine con Gusto (en vivo)
10:00	Videomanía (película)
13:10	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
13:30	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
13:40	Reportajes
14:00	Prueba de sonido (presentación de videos musicales en vivo)
15:00	Series Infantiles
16:30	Tarde de cine (película)
18:00	Encuentros de Fe (reflexiones católicas basadas en la Biblia)
19:00	Prisma Informativo 2da.emisión (en vivo)
20:00	Universo Deportivo (en vivo)
20:30	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
20:50	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
21:00	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
21:05	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

VIERNES

06:35	Himno Nacional
06:37	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
06:40	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
07:00	Prisma Informativo 1era. emisión (en vivo)
08:00	Universo deportivo (reprise de la noche anterior)
08:30	Matices (en vivo)
09:30	Cocine con Gusto (en vivo)
10:00	Videomanía (película)
13:10	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
13:30	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
13:40	Reportajes
14:00	Prueba de sonido (presentación de videos musicales en vivo)
15:00	Series Infantiles
16:30	Tarde de cine (película)

18:00	Encuentros de Fe (reflexiones católicas basadas en la Biblia)
19:00	Prisma Informativo 2da.emisión (en vivo)
20:00	Universo Deportivo (en vivo)
20:30	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
20:50	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
21:00	Fiebre de Música (videos musicales)
22:00	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
22:05	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

SÁBADO

07:55	Himno Nacional
07:58	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
08:00	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
09:00	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)
12:30	Series Infantiles
14:00	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
14:10	Cine del Sábado
16:30	Cine del Sábado
18:30	Otavalo Noticias (noticiero pre-grabado, información del Cantón Otavalo)
19:00	Reportajes
19:20	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
19:30	Análisis (programa pre-grabado en CIESPAL)
20:00	Informe Semanal
21:00	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
21:03	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

DOMINGO

07:55	Himno Nacional
07:58	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
08:00	Centro Naturista Chino Koreano (venta de productos naturales)
09:00	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)
12:30	Series Infantiles
14:00	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
14:10	Cine del Domingo
16:00	Cine del Domingo
17:30	Enfoque (reprise)
18:30	Misa Dominical (transmisión en vivo)

19:20	Clasificados TV (anuncios clasificados, venta de bienes raíces, servicios y otros)
19:30	Cine del Domingo
21:00	Mensaje (Monseñor Julio Terán Dutari)
21:03	Enlace (canal católico El Sembrador, ESME)

NOTA: De lunes a viernes se incluye en la programación el Informativo “AL INSTANTE” (dos minutos) en el siguiente horario: 10:00 – 11:00 –12:00 - 14:00 – 15:00 – 16:00 – 17:00 – 18:00.

FORMATO DE LA ENCUESTA



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

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

Locales

- A) La Hora
- B) Crónica de la Tarde
- C) El Norte
- D) La Verdad

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) TV Norte | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Gamavisión | B) UTV Canal | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Teleamazonas | | <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

- A) La Luna
- B) Sucre
- C) Sonorama
- D) La Bruja

Locales

- A) Los Lagos
- B) Activa
- C) Canela
- D) Otras _____

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 23.

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

2

3

4

5

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 VII

ENTREVISTA DIRECTOR

1. ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación? (DIRECTOR)
2. Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)
3. ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética? (DIRECTOR)
4. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR)
5. Los periodistas le plantean como Director de este medio, dilemas éticos. (DIRECTOR)
6. ¿Qué políticas hay en el medio para resolver los dilemas éticos?
7. Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico.
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.
SI NO
¿Por qué?.....
9. ¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera?
10. ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?
11. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.
12. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación.
¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?

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

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

ANEXO VIII

ENTREVISTA PERIODISTAS

1. ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación? (PERIODISTA)
 2. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)
 3. ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético? (PERIODISTA)
 4. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (PERIODISTA)
 5. ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético? (PERIODISTA)
 6. ¿Qué políticas hay en el medio para resolver los dilemas éticos?
 7. Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico.
 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.
SI NO
- ¿Por qué?
9. ¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera?
 10. ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?
 11. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.
 12. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación. ¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?
 13. ¿La ética está en riesgo en el país?

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

ANEXO IX

Un CD que contiene las entrevistas realizadas a directores y periodistas del Diario El Norte, Radio Los Lagos y TV Norte canal 9.

ANEXO X

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

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

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

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

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

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

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

Capítulo I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Capítulo II

EL PERIODISTA Y EL ESTADO

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

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

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

Artículo 14.- El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, libre acceso a las Fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

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

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

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

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

Capítulo III

EL PERIODISTA Y LA FENAPE

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

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

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

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

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

Capítulo IV

EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Capítulo V

EL PERIODISTA Y LA EMPRESA

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

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

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

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

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

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.

Capítulo VI

EL PERIODISTA Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Artículo 42.- El periodista está obligado a cumplir las decisiones y acuerdos que la institución tome estatutariamente en sus relaciones internacionales.

Artículo 43.- El periodista debe luchar por la libertad de los pueblos, contra el colonialismo, el neocolonialismo y toda forma de discriminación ideológica, religiosa y racista.

Capítulo VII

DISPOSICIÓN FINAL

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

NO. 1932

EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

CONSIDERANDO

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

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

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

ACUERDA

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

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

Dr. GALO GARCÍA FERAUD, Ministerio de Educación y Cultura

Publicado en el Registro Oficial N. 120, de 4 de febrero de 1980.