



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**MODALIDAD ABIERTA  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“La aplicación de la ética en los medios de comunicación: TVS,  
Riobamba Stereo y diario La Prensa de la ciudad de Riobamba”.**

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

**AUTORA:** Paola Alejandra Sánchez Flor

**DIRECTORA DE TESIS:** Lcda. Johana Córdova

**CENTRO UNIVERSITARIO RIOBAMBA**

**2007 - 2008**

## **CERTIFICACIÓN**

Lcda. Johana Córdova  
**DIRECTORA DE TESIS**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Srta. Paola Sánchez Flor, sobre el tema: "La aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación: TVS, Riobamba Stereo y diario La Prensa, de la ciudad de Riobamba", ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, enero 2008

Lcda. Johana Córdova

## 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.

Riobamba, enero 2008.

f \_\_\_\_\_

Paola Sánchez Flor

CI: 060301836-7

## **CESIÓN DE DERECHOS**

“Yo, Paola Alejandra Sánchez Flor, 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”.

Paola Alejandra Sánchez Flor

**AUTORA**

## **DEDICATORIA**

Al culminar mi carrera universitaria, dedico este trabajo a Dios: ser supremo que guía cada paso que doy, a mis padres Anita y Claudio, mi hermano Claudio Fernando, mis abuelitos Jaime y Margarita, y a mi novio Paulo, pues son los pilares de mi vida, quienes con su amor, enseñanzas, ejemplo y apoyo, han estado junto a mi en todo momento.

La Autora

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme realizar este trabajo, a mi querida madre por ser una bendición y por todo su esfuerzo y sacrificio a lo largo de su vida para que mi hermano y yo salgamos adelante.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, al personal de TVS, diario La Prensa. De manera especial al Lcdo. Ignacio Ramos Mancheno y a todo el personal de Riobamba Stereo, por la apertura y facilidades brindadas para la elaboración de esta investigación.

Y a la Lcda. Johana Córdova por su orientación y ayuda.

**La Autora**

## INTRODUCCIÓN

Al hablar de la aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación del Ecuador nos encontramos con muchas interrogantes, puesto que a lo largo de la historia de los medios se han dado varios casos de corrupción, así como el soborno, agresiones y amenazas en contra de periodistas, este hecho no ocurre únicamente en nuestro país, sino alrededor del mundo y en América Latina en los últimos años esto ha proliferado, un claro ejemplo es lo que pasa en nuestro vecino país: Colombia, en donde en la última década se han secuestrado y hasta asesinado a periodistas. Si bien es cierto no únicamente los comunicadores sociales han sufrido este tipo de atentados, las víctimas de esto son también activistas de derechos humanos y gente que cuestiona las anomalías de nuestra sociedad.

La ética es algo básico para todo ser humano, sin importar a la actividad que se dedica, pues este valor es el pilar de la sociedad y todos debemos practicarlo en cada una de nuestras actividades. El periodista es alguien que posee mucha responsabilidad, puesto que se constituye como el portador de lo que sucede, de la manera en que presente los acontecimientos dependerá la imagen que proyecte a los ciudadanos, sin olvidar que su deber es velar por el bien común. Esta investigación analiza la aplicabilidad de la ética en los medios: TVS, que es el primer canal de televisión que existió en esta ciudad, Riobamba Stereo, una radio muy controversial que ha tenido muchos cuestionamientos por parte de grupos políticos hacia sus periodistas por su manera de informar, la misma que cuenta con un rating muy alto en radioescuchas; y Diario La Prensa, que es el periódico local más vendido tanto en la ciudad de Riobamba como en la provincia de Chimborazo a pesar de no ser el primer diario que se creó en esta ciudad, famoso también por sus proyectos culturales y de ayuda social.

La aplicabilidad de la ética en estos medio será analizada de acuerdo a datos obtenidos en encuestas aplicadas tanto a personas enroladas con el periodismo como también a estudiantes, profesionales que se desenvuelven en otros campos y personas de todo estrato social, con el fin de tener opiniones diversas. Pero las entrevistas se realizaron únicamente a quienes trabajan en lo relacionado con la comunicación social.

Lo que se pretende con esta investigación no es únicamente buscar el problema, sino ir a la raíz del mismo para analizarlo y poder dar soluciones, para ello se realizó esta investigación: Para buscar la manera de que se cumpla la ética periodística en nuestro país.

## **RESUMEN**

### **CAPÍTULO I**

Este capítulo encierra la historia desde su creación de los medios televisivo: TVS, radial Riobamba Stereo y escrito: Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba, posteriormente se realiza un análisis del trabajo que realizan cada uno de estos, se emite una crítica sobre la aplicabilidad de la ética, y se enfoca como es y como debería ser el papel del comunicador en los medios.

### **CAPITULO II**

El capítulo II constituye el desarrollo del trabajo investigativo realizado, mediante el análisis de los datos que fueron recopilados, el diseño de tablas estadísticas con la información obtenida a lo largo de esta investigación, así como también la presentación de los resultados es decir que esta parte se constituye como la base de la tesis.

### **CAPÍTULO III**

Este capítulo encierra el análisis de los supuestos, es decir la comprobación de las hipótesis, aquí se analiza si se cumplen o no tres supuestos que son:

Primero: Si la colaboración de los medios para realizar esta investigación es positiva.

Segundo: Si los medios trabajan o no de manera ética.

Tercero: Si las encuestas realizadas arrojan recomendaciones positivas para la aplicabilidad de la ética en los medios investigados.

### **CAPÍTULO IV**

En esta fase se definen los resultados del trabajo investigativo y se los relaciona con los puntos más sobresalientes del código ético del periodista tanto ecuatoriano como códigos de ética periodística internacionales. De los medios investigados se escoge, analiza, explica y argumenta un caso en que no se cumple con el código de ética periodística.

### **CAPÍTULO V**

Está comprendido por Conclusiones y Recomendaciones, aquí se evidencian los resultados de este trabajo, esta tesis posee siete conclusiones y por ende siete recomendaciones para mejorar la aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación investigados.

## **SUMMARY**

### **CHAPTER I**

This chapter has the history since the creation of TVS, Riobamba Stereo and Diario La Prensa from Riobamba City, after that there is an analysis of their work, there is a critic comment about the ethics applicability and it is focused on how is it and how should be the roll of the journalist in these mass media.

### **CHAPTER II**

The chapter II is the development of the searching work that I did, through the analysis of the collected information, the design of statistic tables with the information we got through this search, as well as the presentation of the results, so this part is the base of the thesis.

### **CHAPTER III**

This chapter has the analysis of the suppositions ones, this is about the proof of the hypothesis, here its an analysis if the three assumptions are effective:

- 1<sup>st</sup>.- If the collaboration of the communication media to this search was positive.
- 2<sup>nd</sup>.- If the mass media work or not taking ethics.
- 3<sup>rd</sup>.- If the test done gave positive suggestions for the applicability of the ethics in the mass media that we worked.

### **CHAPTER IV**

In this phase the results of this search were defined and they are related on most important points of the Ecuadorian journalist ethics code and international codes, also we chose and review from the mass media searched explain and justify one point that doesn't execute according with the journalism ethic code.

### **CHAPTER V**

This chapter contains conclusions and recommendations, here the results of this work are exposed, this thesis has conclusions and recommendations to improve the ethic applicability in the mass media searched.

## ÍNDICE

	<b>N. Pág.</b>
Certificación	I
Cesión de derechos	II
Autoría	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Introducción	VI
Resumen	VII
Summary	VIII

### **CAPÍTULO I.**

#### MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

##### 1.1 Breve reseña de la creación de TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba

###### 1.1.1 TVS

###### 1.1.2 Riobamba Stereo 89.3

###### 1.1.3 Diario La Prensa

##### 1.2 Análisis del trabajo que realizan

###### 1.2.1 TVS

###### 1.2.2 Riobamba Stereo

###### 1.2.3 Diario La Prensa

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

###### 1.3.1 TVS

###### 1.3.2 Riobamba Stereo

###### 1.3.3 Diario La Prensa

##### 1.4 El papel del comunicador en los medios, como es y como debería ser

###### 1.4.1 TVS

###### 1.4.2 Riobamba Stereo

###### 1.4.3 Diario La Prensa

## **CAPÍTULO II.**

### **DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO**

2.1 Análisis de datos

2.2 Diseño de tablas estadísticas con los datos obtenidos en la investigación

2.3 Presentación de resultados

## **CAPÍTULO III.**

### **ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS**

3.1 Antecedentes

3.2 Supuesto Uno

3.3 Supuesto Dos

3.4 Supuesto Tres

## **CAPÍTULO IV.**

### **ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO**

4.1 Definición de los resultados de la investigación

4.2 Relación de los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista

4.3 Análisis, explicación y argumento de un tema periodístico en el que no se cumple el Código de ética.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones

5.2 Recomendaciones

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

# CAPÍTULO I

## **CAPÍTULO I**

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

#### **1.1 Breve reseña de la creación de TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba**

##### **1.1.1 TVS**

En el año de 1997 el empresario riobambeño Marcelo Pino decide incursionar en el mundo de la comunicación con la idea de abrir un canal de televisión en la ciudad de las primicias, como él explica "No era posible que Riobamba no contase con un canal de televisión. Nuestra mística de trabajo es el servicio". Por ello decidió que el slogan de TVS debe ser: "Nuestra Imagen". Unos meses más tarde, luego de realizar los trámites pertinentes el CONARTEL le otorga la frecuencia en VHF, canal 13, es ahí cuando empieza a liderar su empresa periodística como Presidente Ejecutivo, cargo que lo desempeña hasta la actualidad.

El 11 de Noviembre de 1998, coincidiendo con la conmemoración de 176 años de la Independencia de Riobamba, bajo la administración municipal del ingeniero Abraham Romero Cabrera, la Sultana de los Andes fue testigo de la primera señal en televisión abierta de un canal local. El primer formato de producción de este canal fue Súper VHS, ahora se ha incorporado nueva tecnología en el formato Mini DV, lo que permite una mejor resolución de la imagen.

En cuanto al personal se iniciaron 32 personas entre periodistas, camarógrafos, productores, utileros, directivos y personal administrativo. Actualmente, luego de casi nueve años TVS cuenta con un staff de 45 personas. Cabe destacar que este fue el único canal local que logró captar las imágenes de la explosión del polvorín de la Brigada Galápagos, de Riobamba, en noviembre del 2002 que luego darían la vuelta al mundo.

Para mediados del año 2008 TVS aspira firmar la concesión de la frecuencia para las provincias de Tungurahua y Cotopaxi, con lo cual se convertiría en el primer canal riobambeño que llegue a las poblaciones de estas dos provincias y a la parte Sur de Pichincha, con el fin de convertirse en un canal regional.

### **1.1.2 RIOBAMBA STÉREO 89.3**

Riobamba Stereo 89.3 FM "Su Radio Bonita" nace como empresa radial en la Sultana de los Andes el día 25 de Agosto de 1994, una vez que la Superintendencia de Telecomunicaciones otorga la concesión y de esta manera se procede a dar la autorización que permita el funcionamiento de la misma a nombre del Dr. Mario Brito Zúñiga.

Lleva el nombre de Riobamba en homenaje a la ciudad y el de bonita, como apelativo, por ser una radio que llega al gusto de todos los oyentes y cubriendo expectativas, es por esto que trece años más tarde cuenta con un alto rating de sintonía en la ciudad y provincia.

Una trayectoria de 13 años ha permitido a este medio de comunicación representar de buena forma a Riobamba frente a las provincias hermanas de Cotopaxi y Tungurahua. Es el primer medio de comunicación que logró cubrir con su señal el Sur de la provincia de Chimborazo.

El staff de esta radio inicialmente constaba de ocho personas entre directivos, locutores, periodistas y administrativos, este número fue creciendo de acuerdo al rating, necesidades y cobertura de la radio. Hoy cuenta con 29 personas que laboran en este medio.

Desde su creación, la empresa radial Riobamba Stereo 89.3 FM, "Su Radio Bonita", tuvo entre sus metas: trabajar con la más alta tecnología de radio y aumentar su cobertura a toda la provincia y al nivel de la zona central del país, es por eso que desde hace cuatro años trabaja totalmente con un sistema digital.

Riobamba Stereo tiene una programación variada cubriendo así las expectativas de todos sus oyentes: noticias, deportes, cultura, historia. En música todos los géneros con especial énfasis en la música: nacional, juvenil, mexicana, rock, clásica,ailable, latina, etc.

La emisora tiene un alcance local, el mismo que le permite cubrir toda el área del cantón Riobamba y sus alrededores. Su alcance provincial encierra toda la provincia de Chimborazo. La difusión regional tiene una cobertura en las provincias de Tungurahua y Cotopaxi, y sus capitales provinciales Ambato y Latacunga.

### **1.1.3 DIARIO LA PRENSA**

A inicios de 1991 el Dr. Carlos Freire Heredia, decide poner en marcha un proyecto que tenía en mente muchos años atrás, el de crear un diario para la ciudad de Riobamba, pues la revista Centro, con veintidós ediciones, la más amplia que se haya publicado en la provincia de Chimborazo hasta ese entonces y el periódico La Noticia de no tan grata recordación, terminaron su misión. Es ahí cuando el propietario de Editorial Pedagógica Freire decide publicar un diario pluralista, abierto y moderno al servicio de los intereses de la comunidad. Es en agosto de 1991 cuando luego de seleccionar el personal que trabajaría en el medio impreso, se inicia con la capacitación; pues la corrupción periodística existente en ese entonces era terrible y la mayoría de editores de la competencia eran locutores de radio. Aprovechando que el Dr. Freire era catedrático del colegio jesuita San Felipe Neri, decide invitar a los egresados de la especialidad de Sociales de este plantel a formar parte de este proyecto. Los futuros periodistas tuvieron seis meses de capacitación, el diario se inició con tres periodistas, una persona encargada de ventas y administración financiera, el director, un prensista, dos dobladores y una persona encargada de la fotomecánica.

El 14 de febrero de 1992 con la publicación de la primera edición del diario La Prensa, el esfuerzo de este equipo de nueve personas dio inicio a una nueva etapa de los medios impresos en la ciudad de Riobamba, con full color, offset, con una publicación diaria, acompañada de suplementos dependiendo de cada día de la semana lo cual obtuvo acogida inmediata, siendo esto una fortaleza para crecer. Los tres primeros meses la edición del diario estaba supeditada a Editorial Pedagógica Freire, la mañana se editaban los ejemplares del editorial y por la noche se editaba el diario. Quince años después el diario La Prensa pasó a cargo de la Ing. Lucy Freire Céleri, luego del fallecimiento de su padre Dr. Carlos Freire Heredia.

Hoy el diario cuenta con un equipo de 45 personas entre directivos, periodistas y personal administrativo, sin contar a voceadores o canillitas, muchos de los cuales trabajan desde el inicio del medio impreso. Diario La Prensa tiene su propio medio en la ciudad de Puyo, abarca noticias de toda la provincia de Pastaza, un diario independiente del de la ciudad de Riobamba, debido a que cada ciudad tiene su propia idiosincrasia, mentalidad, etc.

Para enero del 2008 se abrirá una sucursal en la ciudad de Ambato, con el fin de cubrir las noticias de la provincia de Tungurahua.

## **1.2 Análisis del trabajo que realizan TVS , Riobamba Stereo y Diario La Prensa**

### **1.2.1 Análisis del trabajo que realiza TVS**

Riobamba es una ciudad pequeña, que hasta 1998 contó con un canal de televisión local, inicialmente TVS por la ideología cristiana evangélica de su propietario, catalogado como canal evangélico, pero con el tiempo se fue descartando esa imagen, a pesar de que ciertas tendencias permanecen hasta hoy, pues los fines de semana es usual observar en este medio televisivo la transmisión de cultos evangélicos y todos los días partir de las 00h00 hasta las 06h45 cuando la programación de TVS termina se realiza un enlace con la cadena TBN que emite programas de carácter religioso (cristiano-evangélico).

Este medio de comunicación cuenta con un espacio noticioso de tres emisiones, el mismo que ha sido clave en el acontecer de la ciudad y provincia, pues a más de emitir noticias, se han realizado otro tipo de servicios como la búsqueda de personas extraviadas por medio de la difusión de fotografías obteniendo excelentes resultados. A más de eso la comunidad realiza denuncias de diversos temas, relacionados generalmente con el bien común.

Por otro lado TVS se consagró en el 2002, como el único canal local que logró captar las imágenes de la explosión del polvorín de la Brigada Blindada Galápagos, de Riobamba, en noviembre del 2002 que luego darían la vuelta al mundo, pues uno de sus periodistas al realizar un reportaje emitiendo imágenes en vivo desde el colegio Santo Tomás Apóstol que se estaba preparando para ser recinto electoral en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, inesperadamente fue víctima de la caída del tumbado del lugar en donde se encontraba, producto de la explosión del fuerte militar, estas imágenes dieron a conocer a TVS. El fin de este medio es llegar a los hogares con imágenes nuestras, de lugares y eventos a los que muchas veces los televidentes desean ir y no pueden, es por eso que desde que TVS se encuentra en la pantalla cada año se transmite la sesión solemne de la Alcaldía y Consejo Provincial, así como también los desfiles cívicos de la ciudad de Riobamba y en los dos últimos años los desfiles de los cantones Penipe y Guano.

En las contiendas electorales TVS tiene siempre la primicia, además es fundamental su labor en situaciones de fuerza mayor como en las erupciones del volcán Tungurahua que han azotado principalmente a las provincias de Tungurahua y Chimborazo en los últimos años.

### **1.2.2 Análisis del trabajo que realiza Riobamba Stereo**

Riobamba Stereo 89.3 es un medio de comunicación radial cuya tarea es ser parte del desarrollo de la sociedad no únicamente de la ciudad de Riobamba, sino también de la provincia de Chimborazo, es por esto que se ha convertido en un instrumento que al mismo tiempo instruye e informa, y lo más importante que orienta a una provincia que busca horizontes nuevos y modernos para estar a la par con los adelantos que la propia ciencia, pues así lo exige en un mundo globalizado y moderno.

El objetivo primordial de esta emisora, está orientado al desarrollo de la ciudad de Riobamba en todos los ámbitos, y lo ha logrado, convirtiéndose en un medio de comunicación de apoyo constante a la cultura, informando con parcialidad y siendo parte del desarrollo de una sociedad, adentrándose en los problemas sociales de la comunidad, ayudando a los esclarecimientos de hechos circunstanciales, denunciando actos de corrupción, teniendo un criterio imparcial, siendo oportunos, serios, llevando el mensaje con orientación, cultura, decisión y censura. Satisfaciendo así las necesidades de sus radioescuchas y empresas en general, proporcionando un ambiente de trabajo que fomenta la tarea en equipo, que motiva al personal a un desarrollo continuo.

El noticiero Visión que es considerado como uno de los más polémicos de la ciudad y provincia, tiene mucha acogida, pues uno de sus fuertes es la interactividad, pues la ciudadanía puede hacer comentarios y realizar denuncias, emitiendo de esta manera su criterio.

Al ser la única empresa radial en la ciudad de Riobamba que cuenta con una página web: [www.riobambastereo.com](http://www.riobambastereo.com) ofrece a sus clientes y radioescuchas publicidad en los diferentes programas durante las 24 horas del día, publicidad en los programas noticiosos y de opinión, publicidad y auspicio para transmisiones de eventos deportivos (Copa Libertadores de América, Campeonato Nacional de Fútbol primera categoría serie A, partidos de segunda categoría, campeonatos de básquet ball, deporte estudiantil etc). Transmisión de Ferias Taurinas de Riobamba, Quito, Ambato, Cayambe, Cuenca y la transmisión de eventos cívicos como los desfiles de la ciudad de Riobamba y otros cantones de la provincia de Chimborazo y banners publicitarios en su página web.

### **1.2.3 Análisis del trabajo que realiza Diario La Prensa**

Este medio de comunicación impreso de la ciudad de Riobamba, cuyo slogan es “Un diario joven con fe en Chimborazo”, con quince años de vida se ha convertido parte fundamental del desarrollo de la ciudad de Riobamba, así como del resto de cantones que comprenden la provincia de Chimborazo.

El diario cuenta con una planta profesional de once periodistas, incluido el Jefe de Redacción. Cada periodista tiene una sección a su cargo, lo que contribuye diariamente a cubrir temas específicos, de esta manera cubren ampliamente con las expectativas, los gustos y preferencias de los lectores de esta ciudad y provincia en temas relacionados a: política, actualidad, entretenimiento, salud, deportes, arte y cultura, educación, temas nacionales, provinciales y barriales, por lo tanto se confirma que el mencionado medio mantiene un modelo de comunicación e información en todos los ámbitos que benefician e interesan a la colectividad. Posee tres secciones: “A” que comprende actualidad, coyuntura, editorial, entrevista y comunidad, “B” dedicada a deportes, barrios y educación y la sección “C” que abarca lo relacionado con noticias de la provincia de Chimborazo y sus cantones, condolencias, especial, clasificados, amenidades y crónica. A más de eso semanalmente cuenta con tres suplementos que salen los domingos, miércoles y jueves respectivamente, que son: “Hablemos” dirigido a los niños, “Vida a Colores”, dirigido a toda la familia y “Trato Hecho” que abarca temas sobre negocios y promueve la creación de empresas familiares.

A lo largo de su trayectoria este medio se ha caracterizado por su labor social y servicio a la comunidad a través de sus diversas actividades, por las que ha recibido reconocimientos de diversos sectores de la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo. Entre ellos, Proyectos de Mejoramiento Comunitario realizados con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda.; foros y testimonios de hijos de migrantes y jóvenes. En el ámbito ecológico se realizan anualmente el concurso de Huertos Familiares y el de la Maceta Escolar. Otro evento muy importante es el Mundialito de Fútbol que se realiza anualmente en los meses de julio y agosto, fomentando de esta manera el deporte entre niños y adolescentes, a más de estos eventos se busca incrementar la lectura y la aparición de poetas y escritores con el concurso de poesía Abre tu Corazón. El evento más importante que realiza este diario con una excelente acogida es el de la elección del Personaje del Año de la provincia de Chimborazo, pues durante un mes en todas las ediciones aparece un cupón en el cual los

lectores podrán votar por quienes ellos consideran el personaje del año, es una actividad que genera mucha expectativa, pues al ganador no lo elige el diario, sino sus lectores.

Por estas razones este medio de comunicación ha recibido varios galardones, uno de ellos es el que recibió de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) que se llama "Premio a la lealtad del informado", pero el reconocimiento más reciente fue el que se le otorgó el Ministerio de Comunicación de la República Popular de China en Mayo del 2007, como "Periódico Local más Completo y de Mayor Trascendencia en la Comunidad"

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

#### **1.3.1 Crítica sobre la aplicabilidad de la ética en TVS**

TVS al ser un medio de comunicación masiva cuyo fuerte son los noticieros y debates, pues a pesar de existir otro tipo de programación, el público televidente se interesa más por el ámbito noticioso. Uno de los pilares de los noticieros de este medio es la interactividad, aquí la ciudadanía realiza denuncias referentes a temas del bien común, pero lo lamentable es que no se da seguimiento a las mismas.

Al hablar de ética todo medio de comunicación y periodistas que allí laboren deberían conocer y regirse al Código de Ética del Periodista y a un Código de Ética creado en cada medio, desgraciadamente al realizar esta investigación, este medio no cuenta con ningún Código de Ética y el staff de esta empresa televisiva considera necesario este instrumento por ser fundamental en la vida del ser humano y con mayor razón en la labor periodística.

Al ser un canal de televisión abierta que llega a todos los sectores socioeconómicos de la ciudad de Riobamba y provincia de Chimborazo, luego de emitir imágenes de personas libando en la vía pública y presentar denuncias de atropellos, falta de preocupación de las autoridades y otro tipo de imágenes, tanto los directivos como periodistas y camarógrafos han sido víctimas de intento de soborno, amenazas, agresiones verbales de parte de autoridades, políticos, altos mandos de las Fuerzas Armadas y muchas veces de gente acaudalada, inclusive de extranjeros que desean hacer su voluntad en nuestro país.

A camarógrafos y periodistas han llegado a agredirles físicamente, un caso se dio en las últimas elecciones cuando un partido político intento presionar para que se les permita

realizar una cuña publicitaria el mismo día de elecciones, aprovechándose de la entrevista que le hiciera un periodista de este medio, lo cual el periodista y camarógrafo no permitieron. Otro caso muy sonado fue cuando los moradores de un sector popular de esta ciudad procedieron a prender fuego a un club nocturno llamado El Farol Rojo, intentaron impedir que se capten imágenes de este hecho.

El canal está interesado sobre todo en cubrir hechos de trascendencia para la ciudadanía riobambeña como por ejemplo falencias en el suministro de servicios básicos; por influencia de ciertas autoridades se ven pospuestos por hechos de carácter político, lo cual no es una prioridad informativa, pero que la prensa debe asistir por cumplir con los boletines de prensa que las autoridades envían a los medios.

### **1.3.2 Crítica sobre la aplicabilidad de la ética en Riobamba Stereo**

Esta radio se caracteriza por su Controversial Noticiero Visión, el mismo que se encarga de transmitir las noticias, así como también exponer, comentar y evaluar, haciendo énfasis en casos de corrupción, nepotismo y negligencia de las autoridades.

Otro punto importante de este medio es el espacio que se le da a la ciudadanía para que exponga sus puntos de vista, sobre los problemas que nos aquejan, por este motivo tanto los periodistas de este noticiero, como sus directivos y el medio de comunicación han sido objeto de amenazas y demandas. El noticiero Visión recibe diariamente muchas denuncias contra la administración municipal: una de ellas es un deplorable servicio del líquido vital, que se le ha pretendido tapar con soluciones parche, otro punto es el nepotismo y burocracia, pues antes el municipio contaba con seiscientos empleados, pero en esta administración cuenta con mil seiscientos. Cuando estas y otras denuncias referentes a la administración municipal se hicieron públicas, este medio de comunicación recibió la visita de autoridades seccionales quienes solicitaban que se baje el tono de las denuncias, porque de lo contrario retirarían la publicidad que tenía el gobierno seccional en esta emisora, al negarse a bajar el tono por parte de los periodistas, la publicidad del organismo regional fue retirada.

Hace algunos años una autoridad local estuvo inmiscuida en un acto de corrupción muy sonado, que también fue denunciado en este medio, como respuesta a esto uno de los periodistas recibió la propuesta de esta autoridad quién a cambio de su silencio le pagaría

seiscientos mil sucres mensuales, pero el periodista lo rechazó. De igual forma una vez que se realizó una denuncia de un grupo político que infringió la ley, este grupo se acercó donde el dueño de la estación radial para ofrecer dinero a cambio de la salida de uno de los periodistas, caso que también fue denunciado. Otra denuncia de narcotráfico fue el caso NUTRINAT, y por esta razón uno de los delincuentes que ya salió de prisión ha amenazado de muerte a periodistas de este medio.

Los periodistas deportivos también han dado espacio para denuncias en su programa, una de ellas fue un caso de corrupción en la Federación Deportiva de Chimborazo, su presidente de ese entonces siguió juicio a este medio, pero la radio ganó en tres instancias y recibió apoyo del pueblo riobambeño, mas no de los gremios periodísticos.

Este es un medio que en la mayoría de sus actividades aplica la ética periodística y cuenta con un Código de Ética, al realizar esta investigación, sus archivos y documentos fueron facilitados sin ningún tipo de recelo.

### **1.3.3 Crítica sobre la aplicabilidad de la ética en Diario La Prensa**

El diario La Prensa en sus quince años de vida ha sido un aporte importante para el periodismo de la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo. Al recibir varios reconocimientos por su labor periodística y social por parte de diversos organismos, este medio es miembro de la SIP Sociedad Interamericana de Prensa y también forma parte del Proyecto de Chapultepec (Compromiso de los periodistas muertos en Colombia y Latinoamérica)

Sus periodistas y directivos consideran que hay que ser solventes económicamente para poder ser libres, pues si se tiene publicidad de la empresa privada, no necesitará publicidad de organismos públicos, que son los que por lo general son denunciados.

Ventajosamente este medio de comunicación al tener acogida de la ciudadanía no depende de la publicidad de entidades públicas, evitando de este modo las presiones tan comunes a cambio de colocar propaganda de organismos seccionales.

Al denunciar actos de nepotismo, corrupción, inoperancia, etc, este medio ha sido víctima de represalias y amenazas por parte de prefectos y alcaldes, pero la ética periodística ha

prevalecido, como indican sus periodistas y directivos: las autoridades estarán por el lapso de unos años, pero el diario y los medios de comunicación tienen toda una vida por delante.

Cada provincia tiene su idiosincrasia propia, medios y colores deben ir de acuerdo a cada ciudad y el tratamiento de la noticia se da de acuerdo a cada ciudad y los diarios locales son los que permanecerán frente a este mundo globalizado, pues el papel es el que marca la agenda más noticiosa.

La mentalidad de la ciudad se refleja en el periódico, si se mezclan estilos el diario no tiene personalidad, esto ocurrió cuando el diario El Comercio creó un diario para la región central del Ecuador llamado Mi Región y fracasó, probablemente por la carencia de originalidad y por la mezcla que tenía este medio.

Cualquier persona que ingrese a laborar en este medio impreso debe estar al tanto que para tener influencia y credibilidad el requisito es que nadie que se vincule con el periódico puede militar en un partido político.

En este medio se habla mucho sobre la ética y sus directivos se encargan de realizar charlas basadas en este tema, pues lo que se desea evitar a toda costa es que se carezca de ética en este medio de comunicación, pues sus periodistas, empleados y directivos la consideran primordial para el desarrollo de la labor periodística.

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

### **1.4.1 El papel del comunicador en TVS, como es y como debería ser**

Si bien es cierto, el medio de comunicación más frecuentado es la televisión, pues posee una ventaja sobre el resto de medios por ser un medio audiovisual, una imagen dice más que mil palabras, por tal motivo al hablar de periodistas, los más conocidos son los que laboran en canales de televisión, cuyo papel es el de llegar con información oportuna, veraz y objetiva a su público televidente.

Así como el ser periodista tiene ciertas garantías y derechos que ayuden a realizar su labor, como el libre acceso a las fuentes de información, también posee deberes que deben ser cumplidos a cabalidad, pues del manejo que éste de a la información dependerá la manera

de interpretar del público televidente. El comunicador social es el nexo entre el acontecer y la comunidad, sin olvidarse que las noticias no pertenecen a los medios de comunicación, sino a la ciudadanía. Un periodista está en la obligación de hablar el idioma oficial del país en que labora.

Tomando en cuenta que el comunicador social no debe estar sujeto a presiones de autoridades, dueños de medios, gente influyente, etc y luego de las investigaciones realizadas para la elaboración de este trabajo periodístico, se pudo percibir que el papel que cumplen los periodistas de TVS, se desarrolla de manera normal, pero la información que presentan en sus noticieros y en lo concerniente a la programación de este canal, se encuentran sujetos a ciertos formatos que posee este medio de comunicación, muchas veces influyen aspectos políticos, religiosos, etc de sus directivos, pero como indican los periodistas, les toca cumplir con esos formatos, pero en su mayoría procuran priorizar las noticias, y tratan de evitar que las actividades protocolarias influyan en la información que realmente necesita conocer la comunidad, evidentemente es más importante la emisión de cualesquier problema social que la difusión de una actividad de carácter protocolario, por otro lado necesariamente se debe cumplir por protocolo con los compromisos que se difunden por medio de boletines de prensa de organismos tanto locales como seccionales.

Al hablar con periodistas de este medio supieron manifestar varias situaciones por las que atravesaron al realizar labores periodísticas, uno de ellos comentó que se está convirtiendo en algo cotidiano la presión por parte de gente de poder hacia comunicadores y medios de comunicación con el fin de que no se publique información que comprometa negativamente a tal o cual persona o institución.

#### **1.4.2 El papel del comunicador en Riobamba Stereo, como es y como debería ser**

Está comprobado que el comunicador social por desempeñar un papel fundamental en la sociedad no puede ser neutral, pues la libertad de expresión es un derecho irrenunciable del hombre, y esta puede ser considerada como una obligación del periodista, pues comprende la libertad de información y opinión, esto ayudará a interpretar y orientar a las personas que sintonizan un medio de comunicación, y al hablar de la radio difusión estamos citando al medio más propicio para nobles finalidades y cuyo dinamismo exige una imagen clara de orientación en los actuales momentos contribuyendo eficazmente a robustecer la capacidad del pensamiento.

Al ser reconocidos como controversiales los periodistas de esta emisora radial, cualquier persona cree que su papel es demasiado fuerte para con las personas que cometen algo fuera de la ley, por más pequeño o insignificante que lo consideren las personas implicadas.

El papel de los periodistas de este medio es muy importante, primeramente hablan sin tapujos, muchas veces arriesgando su vida al decir la verdad, sin importarles las represalias a las que se exponen al hacer esto, su papel es fundamental ya que son transparentes al transmitir el acontecer noticioso, pues no solo transmiten noticias, sino que orientan a la ciudadanía y evalúan todo tipo de información.

El papel de los periodistas de este medio es el más completo, pues hacen una labor informativa, crítica y a su vez aplauden o cuestionan las actividades acertadas o equívocas de políticos, autoridades, etc.

Como en todo ámbito, en el de la comunicación social también existen falencias y lo único que tal vez deberían hacer los periodistas de este medio es bajarle el tono a cierto tipo de segmentos jocosos, que a pesar de que se realizan con el fin de reprochar ciertos errores de autoridades, de una manera u otra ofenden a ciertas personas y toda la gente se merece respeto a pesar de sus actitudes negativas. Porque los errores pueden ser criticados respetando los derechos de los demás, así como la integridad y vida privada de cada persona.

#### **1.4.3 El papel del comunicador en Diario La Prensa, como es y como debería ser**

Una de las obligaciones del periodista es la promoción del progreso de la educación y cultura de un país, evitando el sensacionalismo, y la manipulación de la información que recibe, pues esa información de una u otra manera formará cierto criterio e influirá en las personas que la lean. Es de vital importancia para un periodista evitar ataques o críticas en lo referente a grupos étnicos y su estilo de vida, se debe defender a capa y espada la libertad de expresión y de manera especial la competente a los sectores olvidados de nuestra nación. Otro aspecto importante es la defensa del ecosistema, de la soberanía, territorio, símbolos patrios, historia, cultura y tradiciones de la nación.

El periodista tiene como deber fomentar el respeto entre colegas, así como le está prohibido participar en actos opositores a la Unión Nacional de Periodistas. Y es obligación del periodista denunciar presiones políticas.

En vista de los deberes y derechos que tienen los comunicadores sociales, el rol que desempeñan los comunicadores del Diario la Prensa es acertado, pues al escribir noticias, generalmente tratan de hacerlo con expresiones propias de la idiosincrasia de esta ciudad y provincia.

Los editoriales de este medio son muy leídos, pues el diario por medio de sus editorialistas que son personas ilustres y preparadas, emite los criterios del medio de una manera frontal, diciendo las cosas como son sin importar que sean autoridades, o compadres de una autoridad, etc, pero siempre conservando la cordura y evitando insultos, porque parte de sus deberes es respetar a todas las personas. Lo que debe primar en los comunicadores es la transparencia como en este caso, lo que no se debe hacer es caer en el bajo juego de los insultos a otros medios de comunicación y esto deben tomar en cuenta los editorialistas, pues son pieza clave del criterio del medio impreso al que pertenecen.

Al hacer un análisis de la labor de los periodistas de este diario, a través de sus actividades de desarrollo comunitario y el valioso aporte a la educación nos damos cuenta de que el trabajo tanto de sus directivos como de sus periodistas y trabajadores en general es acertado porque está cumpliendo con los deberes de los comunicadores.

Desgraciadamente nadie está exento de recibir presiones, en este medio se dio una amenaza que hiciera una autoridad para que no se emita cierta información, posteriormente, este medio denunció este caso, basándose en los derechos de los periodistas.

# CAPÍTULO II

## **CAPÍTULO II**

### **Introducción**

La facultad de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja, modalidad a distancia desde Julio del 2007 arrancó con un programa de graduación titulado “El nivel ético de los medios de comunicación del Ecuador”, que como su nombre lo indica pretende analizar la aplicabilidad de la ética en el periodismo ecuatoriano, por esta razón se ha realizado una investigación tipo rompecabezas, es decir que cada participante de este programa investigará exhaustivamente un sector, en este caso una ciudad o provincia, para posteriormente armar una investigación total, aquí participan los egresados de esta rama, previo a la obtención del título de Licenciados en Comunicación Social investigan a lo largo del Ecuador este aspecto de los medios de comunicación y sus periodistas, directivos, así como también de la comunidad.

Este trabajo investigativo realizado en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, pretende revelar no únicamente la opinión de las personas encuestadas, que comprenden en su mayoría a personas enroladas con la comunicación social en los diferentes campos, así como también a gente que se desenvuelve en actividades diversas, a estudiantes que cursan diferentes carreras universitarias. El objetivo principal de la investigación rompecabezas es encontrar la realidad sobre la ética periodística en la ciudad de Riobamba y sus medios y lo primordial es analizar las falencias que detienen el normal desenvolvimiento de este valor tan importante que es la ética en cualesquier profesión pero aún más en el periodismo, para posteriormente dar alternativas y buscar soluciones, con el fin de que este intrínseco valor se mantenga y nunca deje de existir.

En lo referente a las entrevistas, estas se aplicaron únicamente a periodistas y directivos de los medios de comunicación asignados para la ciudad de Riobamba que son: Riobamba Stereo, TVS y Diario La Prensa, los comunicadores fueron entrevistados sobre el mismo tema que es la aplicabilidad de la ética, pero como todos sabemos la entrevista arroja resultados un poco más específicos que los resultados que nos dan las encuestas, se entrevistó al dueño del medio, director de noticias y cuatro periodistas tomando en cuenta a los más antiguos y controversiales, en total a seis personas por cada medio de comunicación.

## ENCUESTAS

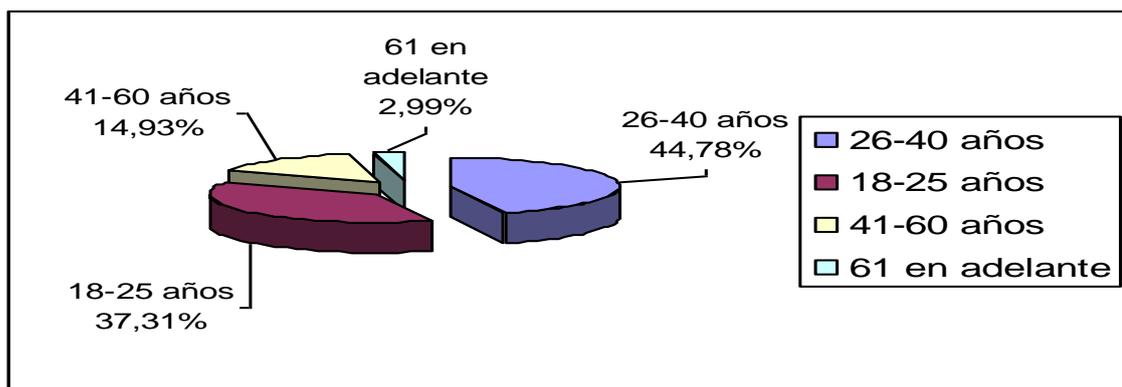
### A cerca de la aplicación de las encuestas

Esta investigación se realizó en los meses de Julio y Agosto en la ciudad de Riobamba a un grupo conformado por sesenta y siete (67) personas, número correspondiente a la muestra designada para esta ciudad, los encuestados poseen las características que se manifiestan a continuación, se han empleado gráficos y tablas al igual que en el desarrollo de este trabajo con el fin de lograr mayor comprensión:

#### Edad

Entre	Frecuencia	Porcentaje
26-40 años	30	44,78%
18-25 años	25	37,31%
41-60 años	10	14,93%
61 en adelante	2	2,99%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

#### Gráfico

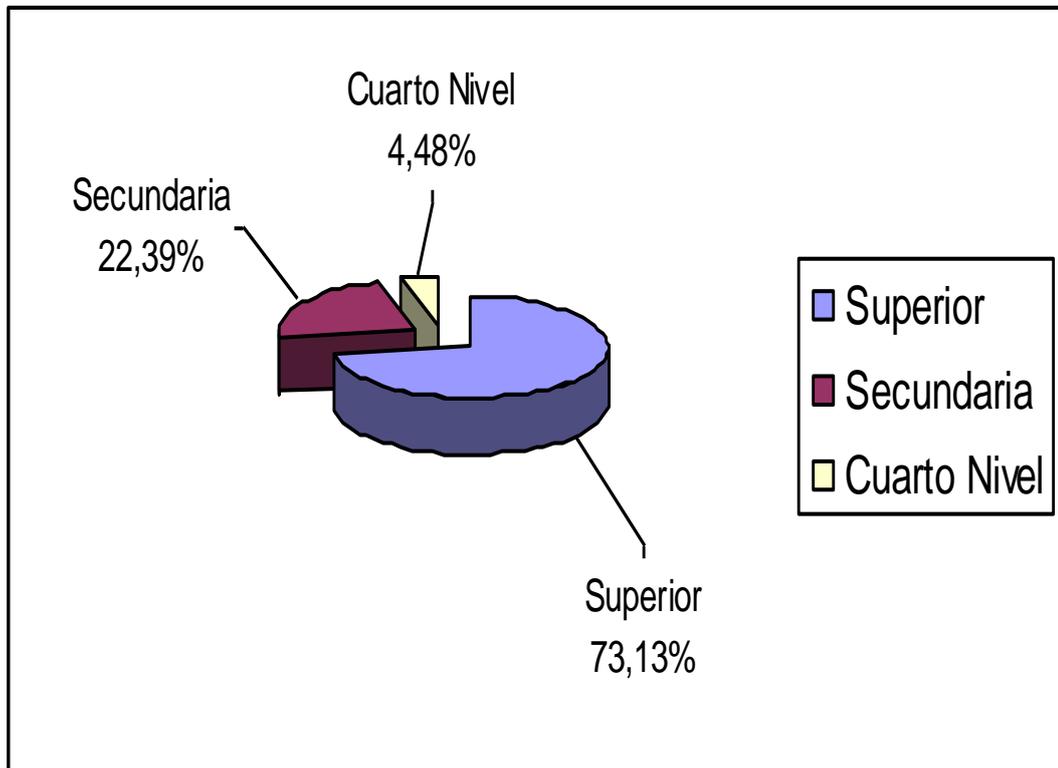


Los encuestados oscilan entre los veinte y seis y cuarenta años de edad (26 - 40), seguidos por los más jóvenes que pertenecen al grupo de dieciocho a veinte y cinco años (18 - 25), en tercer lugar se encuentran las personas de entre cuarenta y un hasta sesenta años (41 - 60) y finalmente existe una minoría conformada por miembros de sesenta y un años en adelante (61 en adelante).

### Instrucción

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Superior	49	73,13%
Secundaria	15	22,39%
Cuarto Nivel	3	4,48%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

### Gráfico

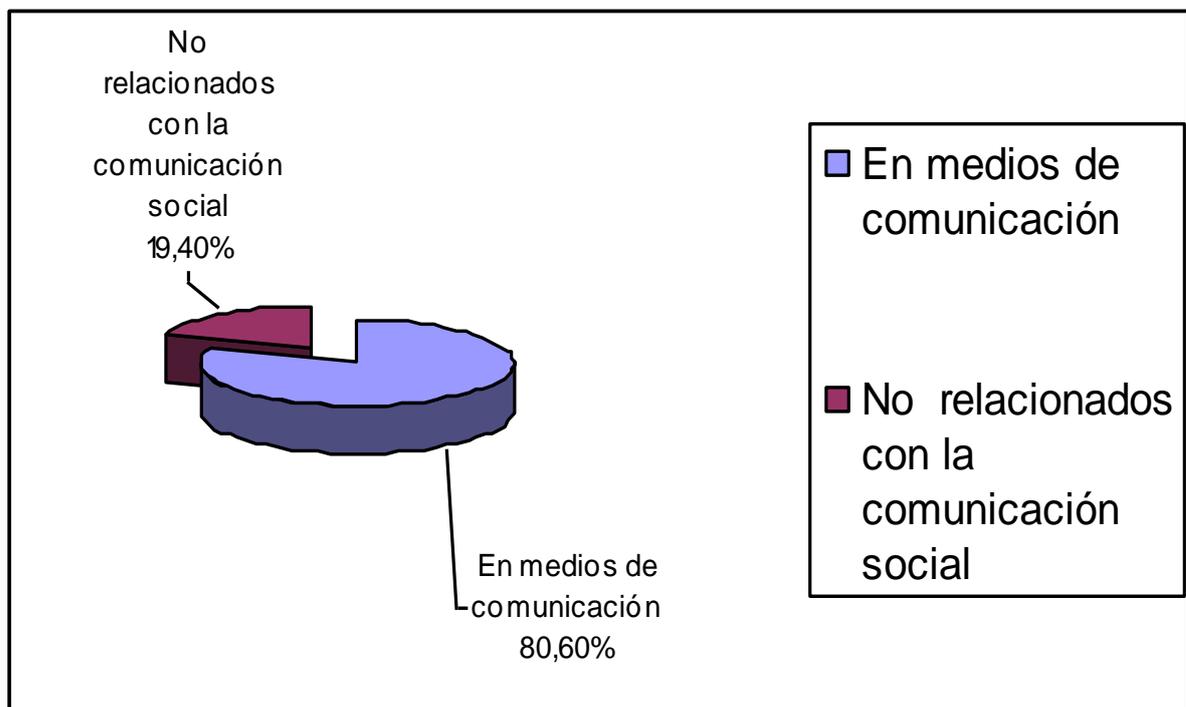


La mayoría de la muestra posee instrucción superior, esto es casi las tres cuartas partes, le sigue el grupo de las personas con instrucción secundaria y finalmente encontramos a un mínimo porcentaje de personas con estudios de cuarto nivel.

## Ocupación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En medios de comunicación	54	80,60%
No relacionados con la comunicación social	13	19,40%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

## Gráfico



Un poco más del ochenta por ciento de esta encuesta fue realizada a personas que laboran en medios de comunicación y casi el veinte por ciento de los encuestados no tienen ningún tipo de conexión con estos entes.

## DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

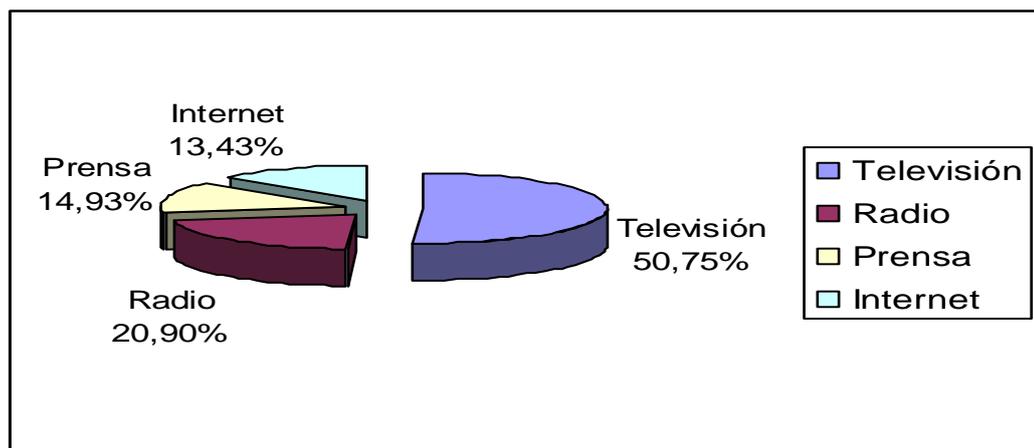
Pregunta número 1:

¿Qué medios de comunicación sintoniza o escucha usted?

Tabla pregunta número 1

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	34	50,75%
Radio	14	20,90%
Prensa	10	14,93%
Internet	9	13,43%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 1



De los 67 encuestados, 34 que equivalen al 50,75% sintonizan la televisión, 14 que corresponden el 20,90% escuchan la radio, 10 que pertenecen al 14,93% se inclinan por los medios escritos, y 9 que conforman el 13,43% prefieren el Internet. Más de la mitad de las personas que colaboraron con esta investigación muestran su marcada preferencia hacia la televisión por el hecho de ser un medio audiovisual, la radio a pesar de ser un medio que llega a sectores diversos no supera a la televisión y minoritariamente la gente lee la prensa escrita, por cuestiones de tiempo, así como el Internet que a pesar de llegar a todos los rincones y ser un medio de última tecnología se posesiona en último lugar puesto que no todas las personas tienen acceso a este medio. Cabe destacar que la televisión desde su aparición se ha posicionado como el medio de comunicación preferido, pues una gran ventaja de este medio es que combina la radio y la televisión en un solo mueble, otra ventaja es el tamaño de su pantalla que sin duda marcó una revolución en la comunicación y esa tendencia se mantiene hasta nuestros días a pesar de la evolución de la tecnología.

## PRENSA

### Pregunta número 2:

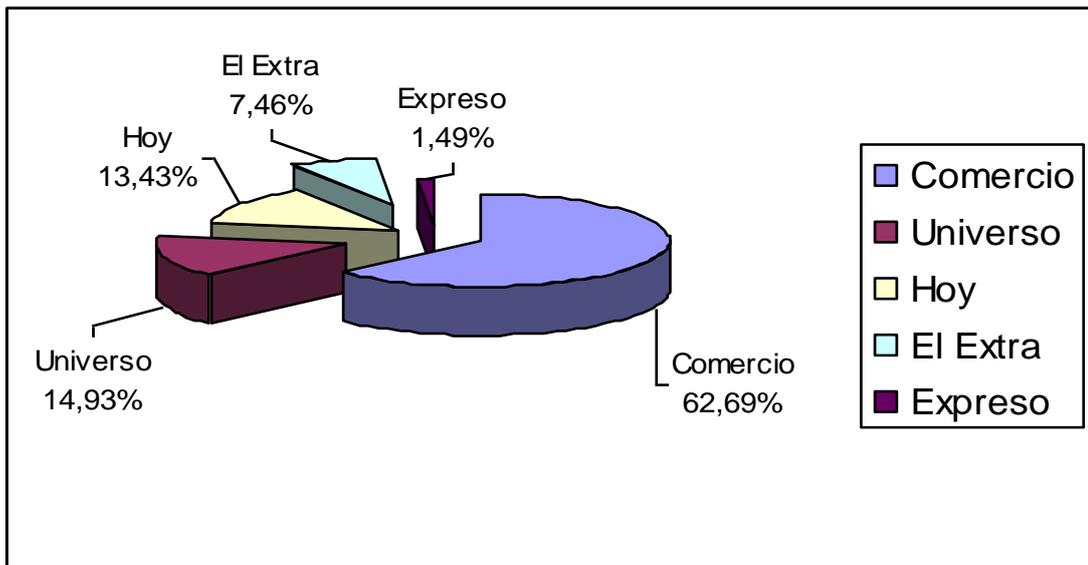
#### En el caso de periódico ¿cuál lee y compra?

Tabla pregunta número 2.1

#### Medios Nacionales

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	42	62,69%
Universo	10	14,93%
Hoy	9	13,43%
El Extra	5	7,46%
Expreso	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 2.1



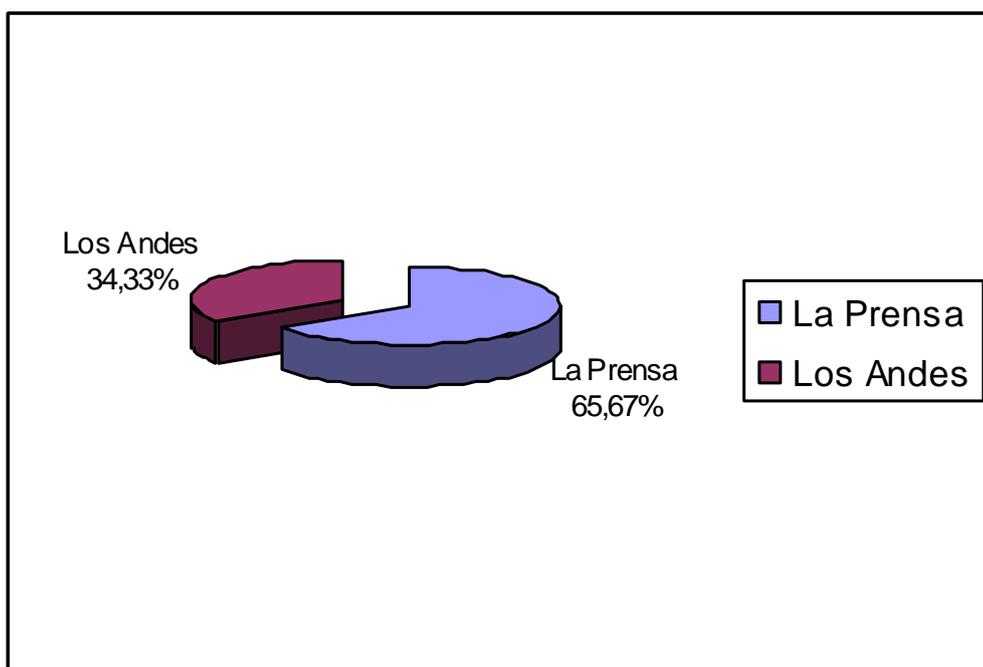
De los 67 encuestados, 42 que equivalen al 62,69% compran El Comercio, seguidos de un grupo de 10 personas correspondientes al 14,93% prefieren El Universo, 9 que conforman el 13,43% se inclinan por el diario Hoy, en tanto que 5 individuos que encierran el 7,46% adquieren el Extra, mientras que una sola persona, es decir el 1,49% lee El Expreso. Por medio de estos análisis se confirma que El Comercio es el diario más leído, pues esto obedece a que es uno de los diarios más antiguos de nuestro país, así como El Universo y El Hoy, además es muy influyente la importancia de sus editorialistas y reporteros, por otro lado nos damos cuenta claramente de que y a pesar de la crónica roja y las críticas que se emiten en el diario Extra, y de lo controversial que ha sido este medio, es el diario de mayor tiraje en nuestro país y por lo tanto es más vendido que el Expreso.

Tabla pregunta número 2.2

Medios Locales

Medio	Frecuencia	Porcentaje
La Prensa	44	65,67%
Los Andes	23	34,33%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 2.2



De las 67 personas encuestadas un número de 44 individuos que corresponden al 65,67% prefieren el diario La Prensa, en tanto que 23 personas equivalentes al 34,33%, se inclinan por el diario regional Los Andes. De esta manera se percibe claramente la amplia preferencia que tienen los lectores de la ciudad de Riobamba ante el diario La Prensa, argumentando su antigüedad, y mayor profundidad, señalan los encuestados que muchas veces hay más profundidad por el hecho de que el Diario La Prensa se dedica netamente a recopilar información de la ciudad de Riobamba y provincia de Chimborazo, mientras que el diario Los Andes por ser un diario regional cuenta con información de cinco provincias, este aspecto de medio regional es preferido por algunas personas, pero los riobambeños y chimboracenses se inclinan mayoritariamente a las noticias de su ciudad y provincia, además argumentan que en lo referente a noticias regionales y nacionales una buena opción son los diarios nacionales.

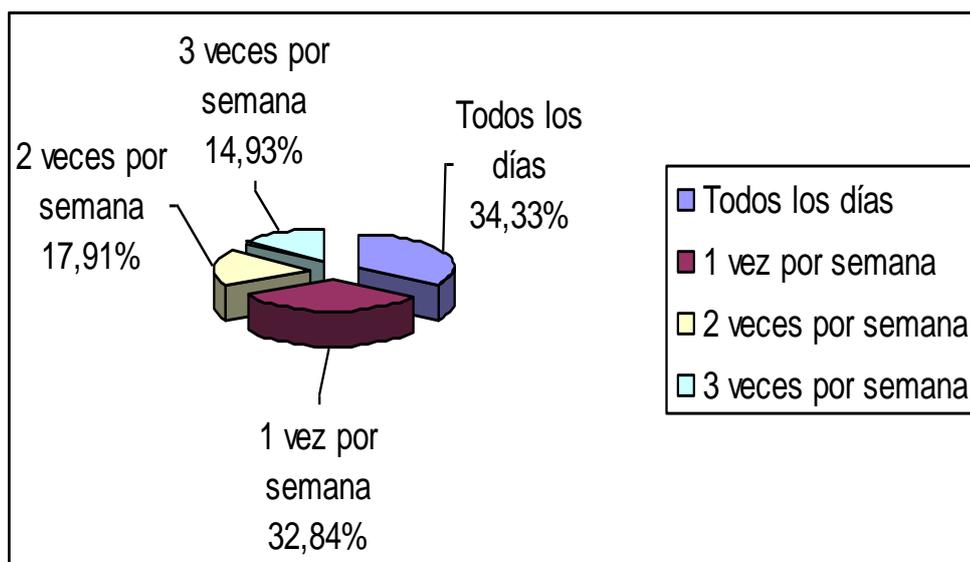
**Pregunta número 3:**

**Tomando en cuenta la respuesta anterior ¿con qué frecuencia compra el periódico?**

Tabla pregunta número 3

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	23	34,33%
1 vez por semana	22	32,84%
2 veces por semana	12	17,91%
3 veces por semana	10	14,93%
TOTAL	67	100%

Gráfico pregunta número 3



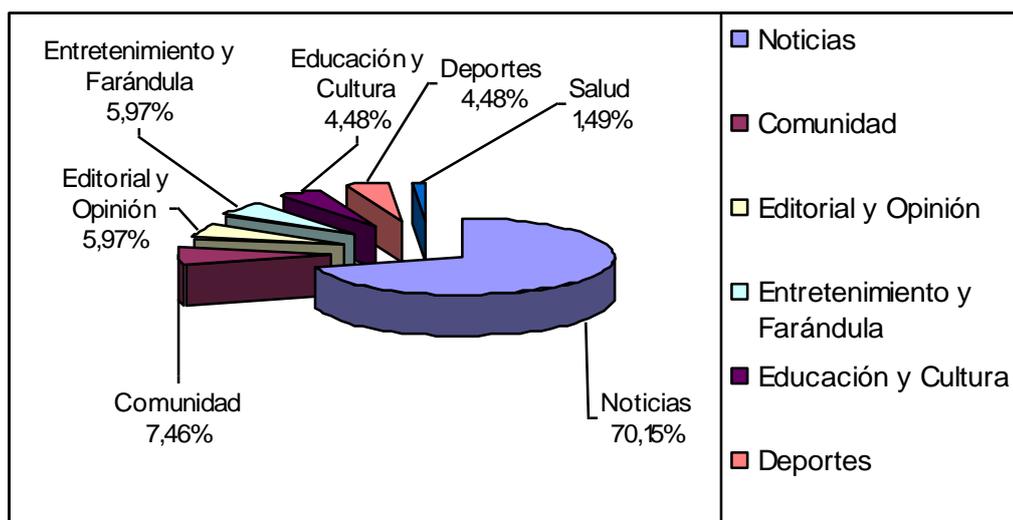
De los 67 encuestados 23 que equivalen al 34,33% adquieren el periódico diariamente, en tanto que 22 personas correspondientes al 32,84% lo hacen una vez por semana, un grupo de 12 individuos que representan el 17,91% lo compran dos veces por semana, mientras que 10 de ellos que encierran el 14,93% lo realizan tres veces por semana. Es importante indicar que casi el mismo porcentaje compra el periódico diariamente y una vez por semana, pues sumados estos dos grupos representan una mayoría considerable, cabe destacar que esta encuesta se realizó en su mayoría a personas vinculadas a la comunicación social y por esta razón se percibe que en el segundo grupo conformado por quienes adquieren el periódico dos y tres veces por semana.

**Pregunta número 4: ¿Qué partes del periódico consulta?**

Tabla pregunta número 4

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	47	70,15%
Comunidad	5	7,46%
Editorial y Opinión	4	5,97%
Entretenimiento y Farándula	4	5,97%
Educación y Cultura	3	4,48%
Deportes	3	4,48%
Salud	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 4



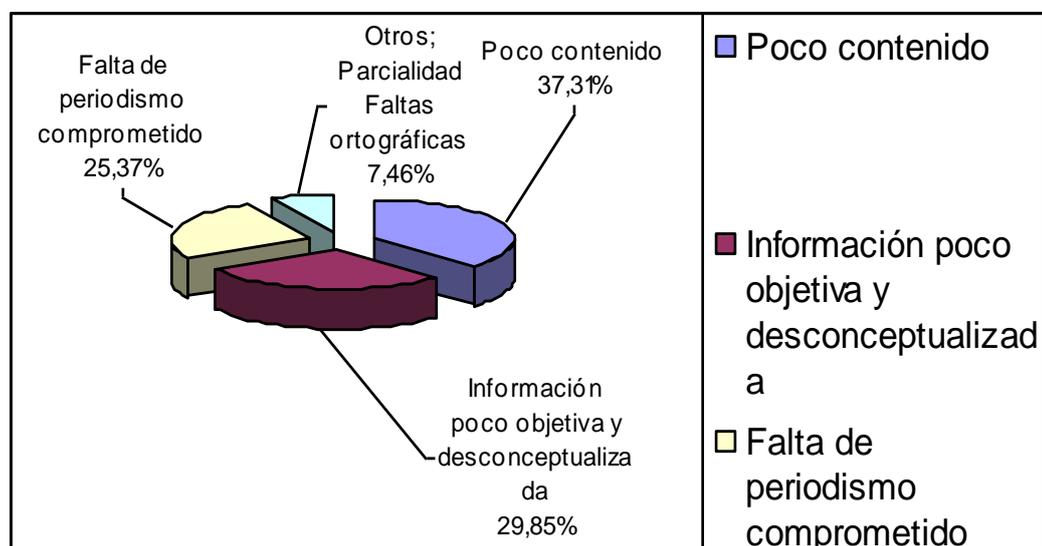
De los 67 encuestados 47 correspondientes al 70,15% consultan las noticias, 5 que pertenecen al 7,46% visitan la página de Comunidad, 4 personas equivalentes al 5,97% leen Editorial y Opinión, otros 4 equivalentes al 5,97% se inclinan por Entretenimiento y Farándula, 3 de los encuestados que conforman el 4,48% leen Educación y Cultura, mientras que solo 1 encuestado consulta Deportes. De esta manera se aprecia claramente que la mayoría consulta el periódico por las noticias, casi las tres cuartas partes, y en cantidades minoritarias se consultan el resto de secciones del periódico, lo lamentable es que de los lectores encuestados exista una clara preferencia hacia el Entretenimiento y la Farándula, que se encuentra sobre quienes se inclinan a leer sobre temas relacionados con Educación y Cultura, esto es algo negativo, puesto que se confirma que las personas se interesan cada vez menos por aprender sobre cultura general.

**Pregunta número 5: ¿Qué le desagrada de los medios escritos?**

Tabla pregunta número 5

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Poco contenido	25	37,31%
Información poco objetiva y desconceptualizada	20	29,85%
Falta de periodismo comprometido	17	25,37%
Otros; Parcialidad Faltas ortográficas	5	7,46%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 5



De los 67 encuestados: 25, correspondientes al 37,31% manifiesta que lo que le desagrada de los medios escritos es que tienen poco contenido, 20 que conforman el 29,85% alegan que les desagrada la información poco objetiva y desconceptualizada, 17 de ellos que equivalen el 25,37% consideran que lo negativo de los medios escritos es la falta de periodismo comprometido, 5 encuestados que encierran el 7,46% consideran que lo negativo de la prensa escrita son otros factores como: la parcialidad y las faltas ortográficas. Se aprecia claramente que los factores desagradables de los medios de comunicación son en su mayoría el poco contenido y la información poco objetiva y desconceptualizada, seguida de la falta de periodismo comprometido y de otros factores como la parcialidad y las tan mencionadas faltas ortográficas que no deberían existir en un medio de comunicación escrita bajo ningún concepto, peor aun en la actualidad que existen tantos avances tecnológicos y la mayoría de medios escritos utilizan programas en los que la ortografía es corregida de manera automática.

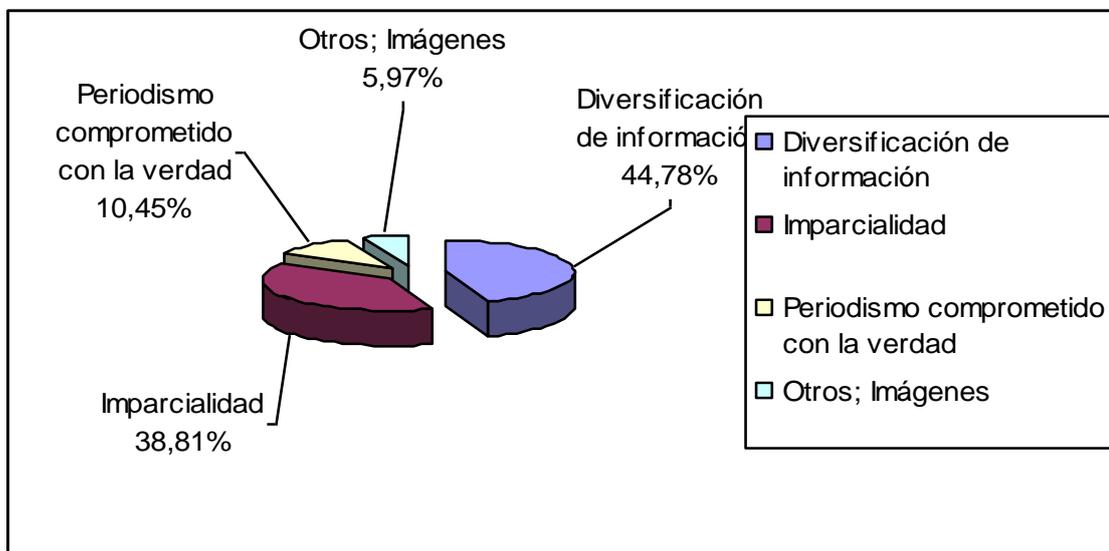
**Pregunta número 6:**

**¿Qué le agrada de los medios escritos?**

Tabla pregunta número 6

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diversificación de información	30	44,78%
Imparcialidad	26	38,81%
Periodismo comprometido con la verdad	7	10,45%
Otros; Imágenes	4	5,97%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 6



De los 67 encuestados 30, equivalentes al 44,78% consideran que lo que les agrada de los medios escritos es la diversificación de información, 26 de ellos que comprenden el 38,81% alegan que les agrada la imparcialidad, 7 que encierran el 10,45% se inclinan por el periodismo comprometido con la verdad y 4 personas que cubren el 5,97% alegan que les agradan otros factores como las imágenes. Se nota que casi la mitad de los encuestados manifiestan su simpatía por la diversificación de información puesto que si no les interesa un tema determinado encuentran otras opciones de información, seguidos de quienes gustan de la imparcialidad de la prensa escrita por ser un valor intrínseco de los medios de comunicación, a continuación están quienes sostienen que existe periodismo comprometido con la verdad que indudablemente será un complemento perfecto para cualesquier medio y posteriormente individuos que consideran que el fuerte de la prensa escrita son las fotografías e imágenes, esta es una ventaja que encontramos en los medios de comunicación escrita, que al parecer tiene menor importancia que los aspectos anteriores.

## TELEVISIÓN

### Pregunta número 7:

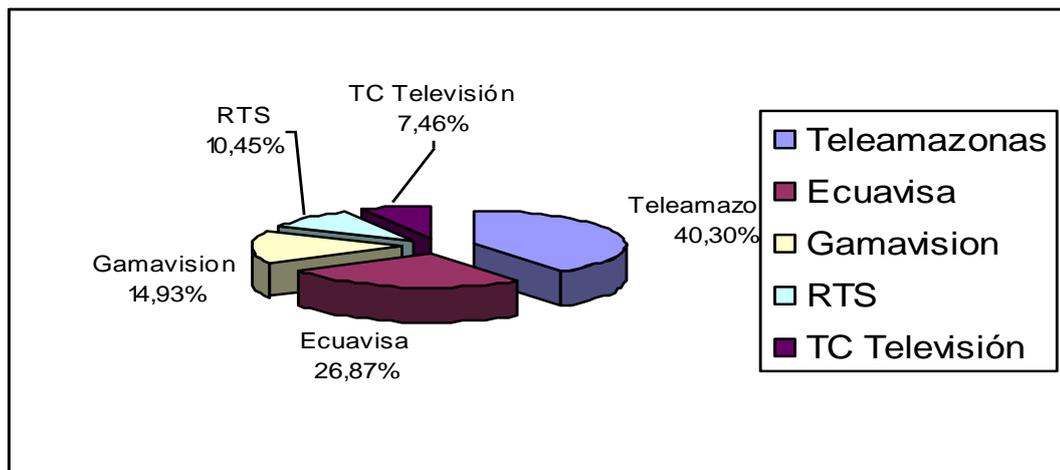
¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?

Tabla pregunta número 7.1

Medios Nacionales

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Teleamazonas	27	40,30%
Ecuavisa	18	26,87%
Gamavisión	10	14,93%
RTS	7	10,45%
TC Televisión	5	7,46%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 7.1



De los 67 encuestados 27 equivalentes al 40,30% sintonizan Teleamazonas, 18 que comprenden el 26,87% prefieren Ecuavisa, 10 correspondientes al 14,93% se inclinan por Gamavisión, 7 de ellos que suman el 10,45% observan RTS, y 5 que pertenecen al 7,46% optan por TC Televisión. Al analizar estos resultados vemos que Teleamazonas y Ecuavisa son los medios televisivos más sintonizados del país, esto obedece entre otros aspectos a que sus noticieros se han ganado la credibilidad de sus televidentes, seguidos de Gamavisión, RTS y TC Televisión, que poseen menor rating a pesar de su aceptación y de brindar espacios relacionados con programas de farándula, así como también cuentan con espacios abiertos a la ciudadanía que están abiertos para cualesquier denuncia y crónica roja.

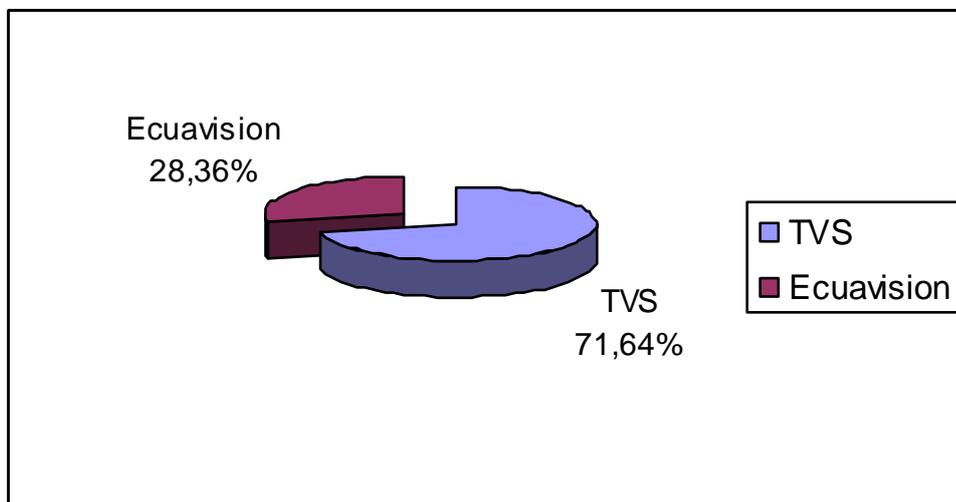
## Medios Locales

Tabla pregunta número 7.2

Medio	Frecuencia	Porcentaje
TVS	48	71,64%
Ecuavisión	19	28,36%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico Pregunta 7.2

## Medios Locales



De los 67 encuestados: 48 que comprenden el 71,64% prefieren sintonizar el canal riobambeño TVS, mientras que el grupo restante de encuestados conformado por 19 personas que son el 28,36% se inclinan por la programación de Ecuavisión. Se nota claramente que casi las tres cuartas partes de la muestra que participó en esta investigación prefiere TVS, argumentando que fue el primer canal de televisión con que contó la ciudad de Riobamba, y por ende la provincia de Chimborazo, también se argumenta que existe mayor nitidez en su señal televisiva, así como su antigüedad y mayor cobertura en la provincia de Chimborazo y también se enfatiza en el rating de sintonía que tienen especialmente los noticieros y programas controversiales como debates que son ya un fuerte de este medio de comunicación televisiva, como segunda opción y de manera minoritaria encontramos a los televidentes que prefieren Ecuavisión, argumentando que es un canal joven que a pesar de existir menos tiempo que el canal de la competencia también cuenta con programación variada, y sus noticieros son una nueva opción de información que muchas veces reemplazan a los medios de comunicación escrita.

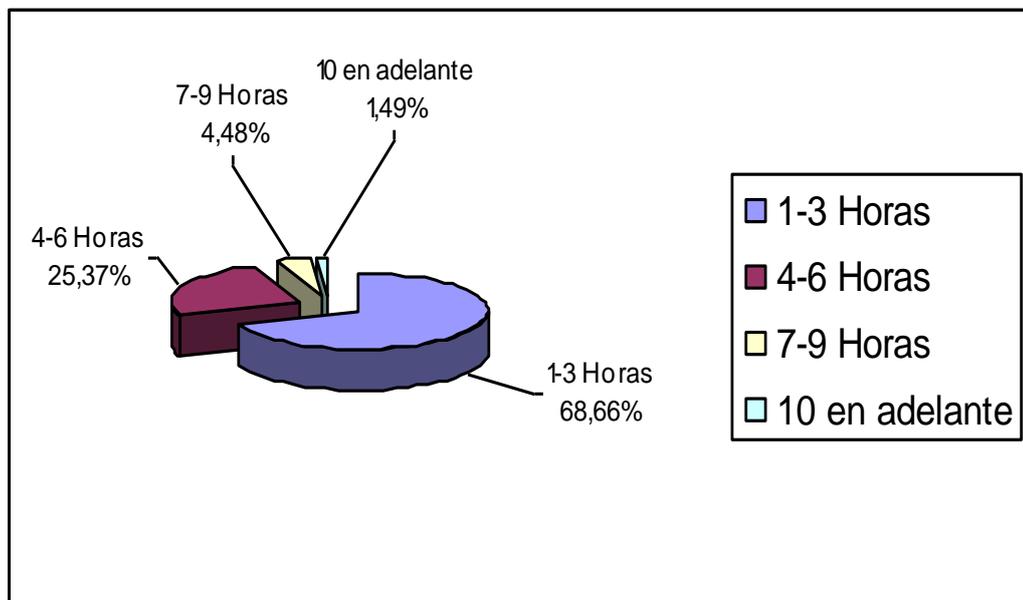
**Pregunta número 8:**

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

Tabla pregunta número 8

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1-3 Horas	46	68,66%
4-6 Horas	17	25,37%
7-9 Horas	3	4,48%
10 en adelante	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 8



De los 67 encuestados: 46 que comprenden el 68,66% pasan frente al televisor en un promedio diario de 1 a 3 horas, 17 equivalentes al 25,37% pasa de 4 a 6 horas frente al televisor, 3 que corresponden el 4,48% lo hacen de 7 a 9 horas y uno de ellos que pertenece al 1,49% lo hace de 10 horas en adelante. La gran mayoría de nuestros encuestados pasa frente al televisor de una a tres horas diarias, pues el mundo globalizado en el que vivimos nos exige estar informados y la televisión por ser un medio audiovisual nos permite no solo mirar y escuchar simultáneamente sino a captar de mejor manera lo que este medio transmite, seguido de este grupo se encuentra otro conformado por quienes pasan de cuatro a seis horas frente al televisor, en un número menor están quienes miran televisión de siete a nueve horas diarias y finalmente se encuentra quien dedica más de diez horas diarias a la televisión, este ultimo caso es aislado e inusual.

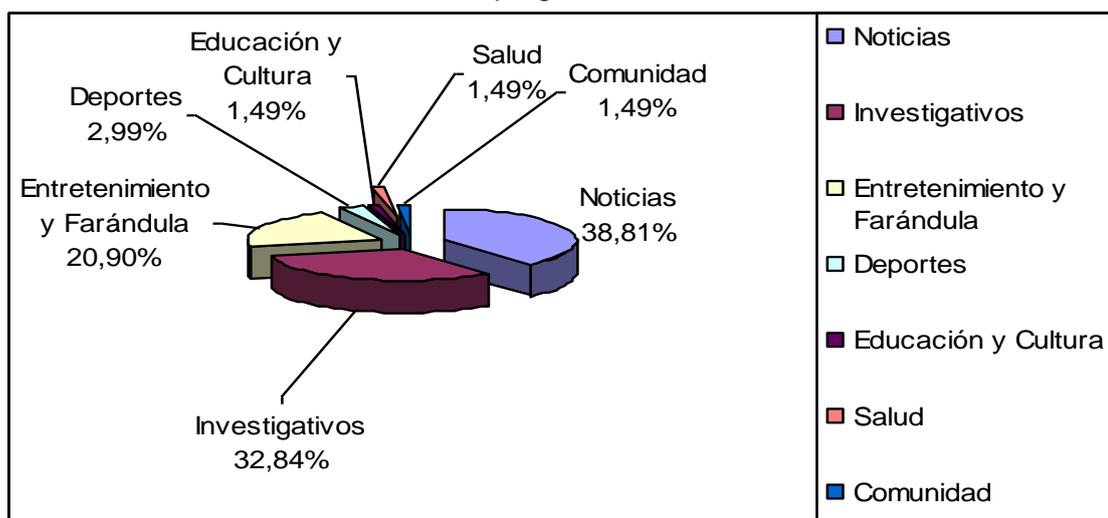
**Pregunta número 9:**

**¿Qué programas observa con mayor frecuencia?**

Tabla pregunta número 9

Programa	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	26	38,81%
Investigativos	22	32,84%
Entretenimiento y Farándula	14	20,90%
Deportes	2	2,99%
Educación y Cultura	1	1,49%
Salud	1	1,49%
Comunidad	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 9



De los 67 encuestados: 26 que implican al 38,81% prefieren observar Noticias, 22 pertenecientes al 32,84% observan Programas Investigativos, 14 equivalentes al 20,90% miran programas de Entretenimiento y Farándula, 2 que corresponden al 2,99% observan Deportes, 1 que conforma el 1,49% se inclina por los programas de Educación y Cultura, 1 perteneciente al 1,49% sintoniza programas de Salud, y 1 que representa el 1,49% mira programas relacionados con la Comunidad. Los programas más sintonizados son las Noticias y los Investigativos, lamentablemente son seguidos de los que encierran temas relacionados con Entretenimiento y Farándula que se conocen como “Prensa Rosa”, que aunque no deberían superar la atención de los televidentes que se inclinan por los Deportes, Educación y Cultura, Salud y Comunidad. Con esta estadística se demuestra claramente el desinterés de los televidentes por temas tan importantes como la Educación, Cultura, Salud y Comunidad.

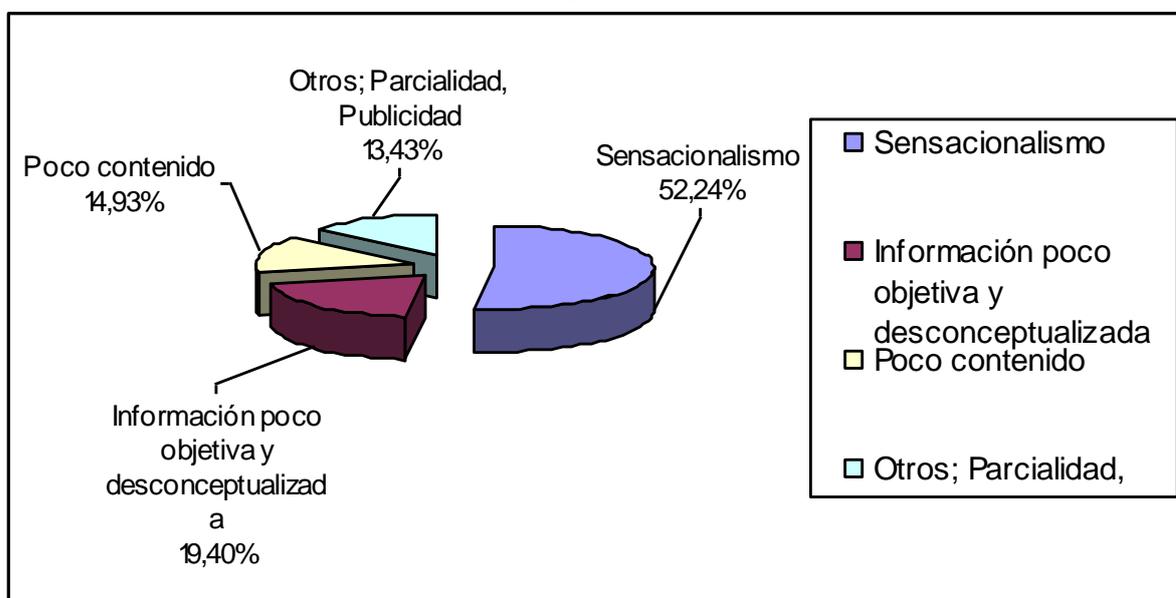
**Pregunta número 10:**

**¿Qué le desagrada de la televisión Nacional?**

Tabla pregunta número 10

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sensacionalismo	35	52,24%
Información poco objetiva y desconceptualizada	13	19,40%
Poco contenido	10	14,93%
Otros; Parcialidad, Publicidad	9	13,43%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 10



De 67 encuestados: 35 que equivalen al 52,24% considera que lo desagradable de la televisión nacional es el Sensacionalismo, 13 que pertenecen al 19,40% dicen que es la Información poco objetiva y desconceptualizada, 10 que son el 14,93% manifiestan que es el Poco contenido, 9 correspondientes al 13,43% consideran a otros factores negativos como la Publicidad y la Parcialidad. Más de la mitad de esta muestra se ha inclinado por señalar al sensacionalismo como factor negativo, seguido en menor proporción de quienes consideran que el aspecto negativo más sobresaliente de la televisión ecuatoriana es la Información poco objetiva y desconceptualizada, así como el Poco contenido que posee su programación y otros factores como la Parcialidad y la Publicidad, esta última factor vital para el desarrollo normal de un canal de televisión o de cualesquier medio de comunicación puesto que sin auspiciantes no hay programación.

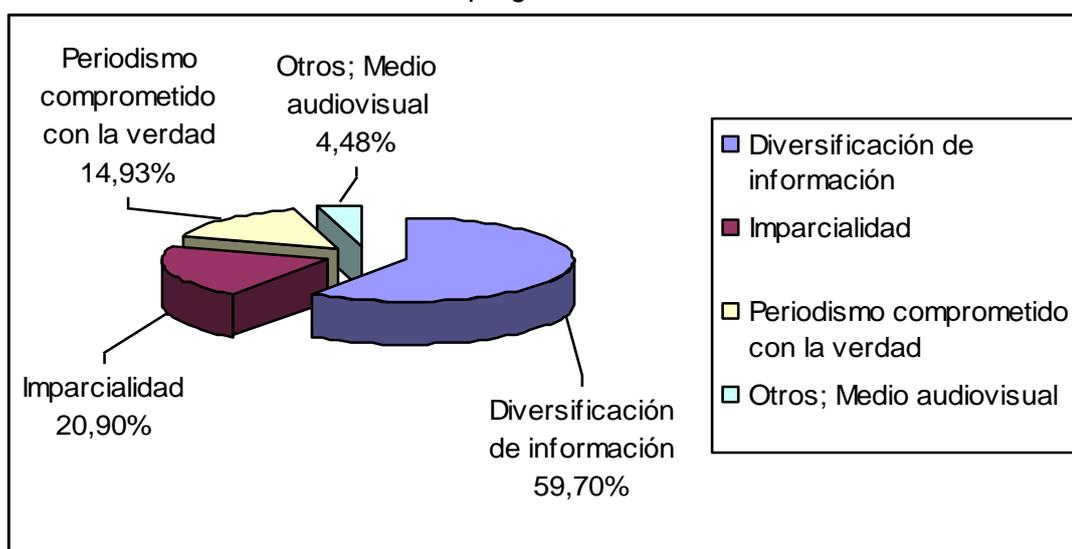
### Pregunta número 11:

#### ¿Qué le agrada de la televisión?

Tabla pregunta número 11

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diversificación de información	40	59,70%
Imparcialidad	14	20,90%
Periodismo comprometido con la verdad	10	14,93%
Otros; Medio audiovisual	3	4,48%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 11



De los 67 encuestados a 40 que son el 59,70% consideran que lo positivo de la televisión es la Diversificación de información, 14 de ellos que corresponden al 20,90% les agrada la Imparcialidad, a 10 que encierran el 14,93% les simpatiza el Periodismo comprometido con la verdad, 3 de ellos que conforman el 4,48% creen que les agrada la televisión por ser un medio audiovisual. Así nos damos cuenta de que más de la mitad de los encuestados consideran que el factor positivo de la televisión es la Diversificación de información, argumentando que existen varios noticieros seguido en menor proporción de quienes consideran que lo primordial es la Imparcialidad y consideran que en la actualidad el periodismo está cambiando porque los periodistas son más frontales, así como el Periodismo comprometido con la verdad por creer que los comunicadores sociales son ciudadanos comunes y corrientes pero que llevan una gran responsabilidad, en menor número encontramos a quienes consideran que lo agradable de la televisión es que es un medio audiovisual y es mucho más fácil captar lo que nos transmite.

## RADIO

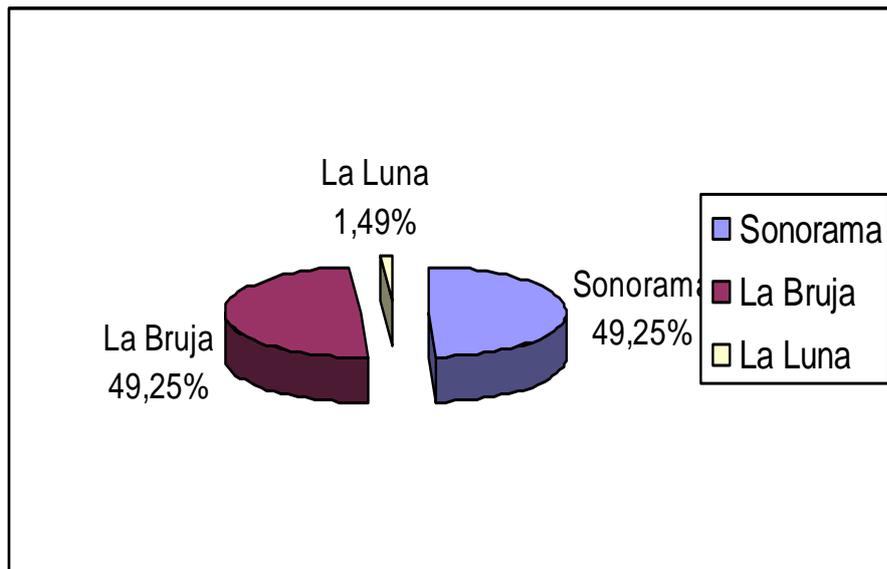
**Pregunta número 12:**  
**¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?**

Tabla pregunta número 12.1

Radios Nacionales

Radio	Frecuencia	Porcentaje
Sonorama	33	49,25%
La Bruja	33	49,25%
La Luna	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 12.1



De los 67 encuestados al responder sobre sus preferencias con respecto a las radios nacionales: 33 que corresponden al 49,25% sintoniza JC Radio La Bruja, otros 33 equivalentes también al 49,25% escuchan Sonorama, 1 individuo que comprende el 1,49% es radioescucha de La Luna. Existe un empate de preferencias entre las radios La Bruja que tiene un tinte juvenil muy marcado y la radio Sonorama que es preferida por gente de toda edad, nivel cultural y socioeconómico por contar con una programación variada que cubre las preferencias de casi todo público, sus programas noticiosos, investigativos, de entretenimiento, etc son su fuerte, en un número minoritario de preferencia se encuentra Radio La Luna que a pesar de ser una radio controversial no posee un buen rating en la ciudad de Riobamba.

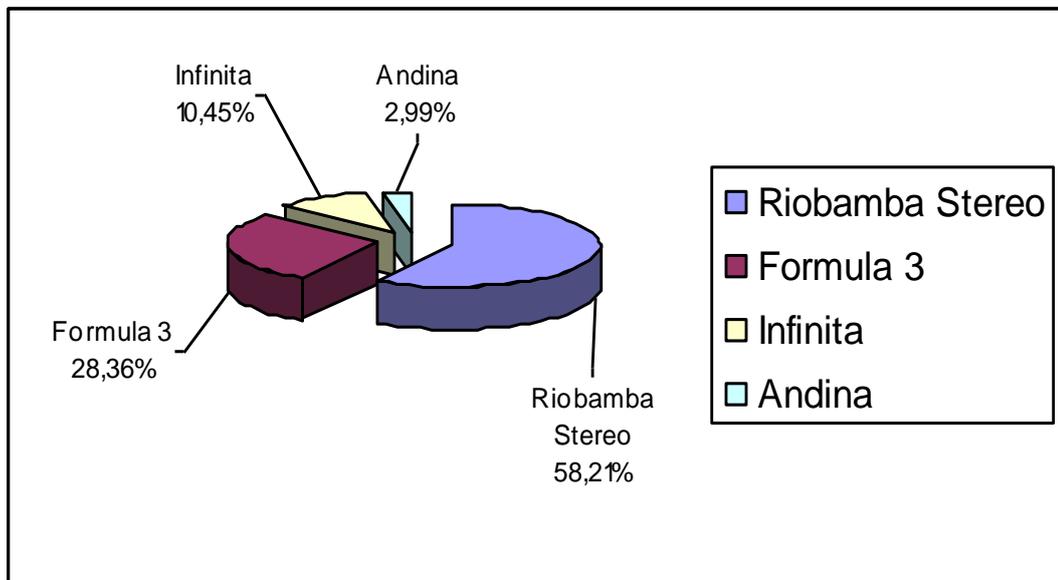
Tabla pregunta número 12.2

Radios Locales

Radio	Frecuencia	Porcentaje
Riobamba Stereo	39	58,21%
Formula 3	19	28,36%
Infinita	7	10,45%
Andina	2	2,99%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 12.2

Radios Locales



De 67 encuestados con respecto a su preferencia frente a las radios locales supieron manifestar lo siguiente: 39 que corresponden al 58,21% prefieren Riobamba Stereo, 19 que conforman el 28,36% sintonizan Fórmula 3, 7 que suman el 10,45% se inclinan por Radio Infinita y 2 que comprenden el 2,99% escuchan Andina. Se aprecia claramente la acogida que posee Riobamba Stereo según sus radioescuchas uno de los motivos de la inclinación hacia este medio es su controversial noticiero, a continuación encontramos a quienes prefieren escuchar Fórmula 3 por ser una emisora muy juvenil y a la vez clásica en la ciudad de Riobamba, y en menores proporciones encontramos a quienes se inclinan por Infinita y Andina que son radios que han aparecido en los últimos años pero que a pesar de su corta trayectoria cuentan con la preferencia en caso de Andina de las personas adultas y en el caso de Infinita por el público más joven.

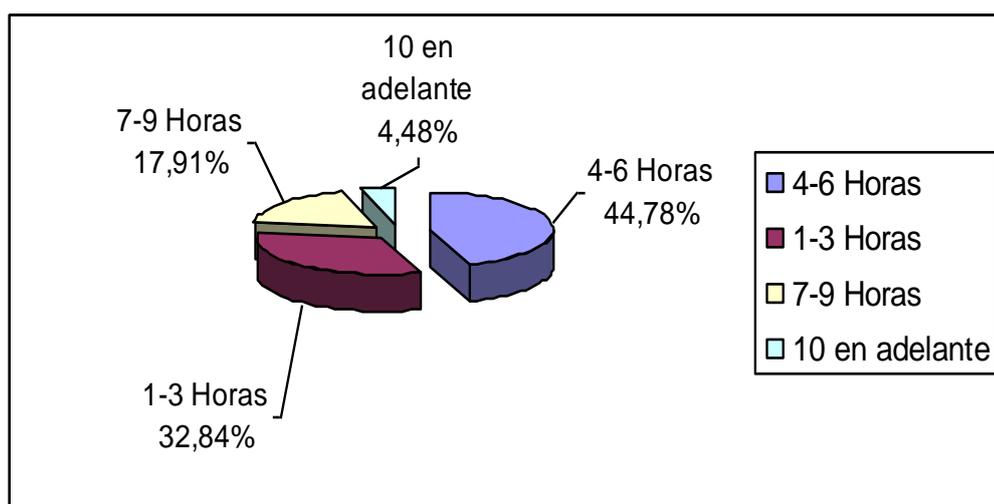
**Pregunta número 13:**

**De acuerdo a la respuesta anterior ¿qué tiempo escucha la radio?**

Tabla pregunta número 13

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
4-6 Horas	30	44,78%
1-3 Horas	22	32,84%
7-9 Horas	12	17,91%
10 en adelante	3	4,48%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 13



De 67 encuestados 30 equivalentes al 44,78% escucha la radio de 4 a 6 horas diarias, 22 correspondientes al 32,84% lo hace de 1 a 3 horas, 12 que encierran el 17,91% la escucha de 7 a 9 horas, y 3 que implican el 4,48% lo realiza de 10 horas en adelante. Casi la mitad de la muestra escucha la radio de cuatro a seis horas diarias, seguido casi uniformemente de quienes lo hacen de una a tres horas diarias, esto se debe a que la mayoría de los encuestados admiten que mientras realizan la mayoría de sus actividades diarias, es decir conducir, laborar, ir al gimnasio, etc las combinan escuchando la radio, después están quienes escuchan la radio de 7 a 9 horas diarias, argumentando también que al escuchar la radio se sienten acompañadas, mejor aun si se trata de programas investigativos o de noticieros; y en último lugar están quienes están escuchando este medio de diez horas diarias en adelante, argumentando que la radio es parte de su vida y que como la radio llega a los lugares más recónditos es más fácil llevarla a todo lado.

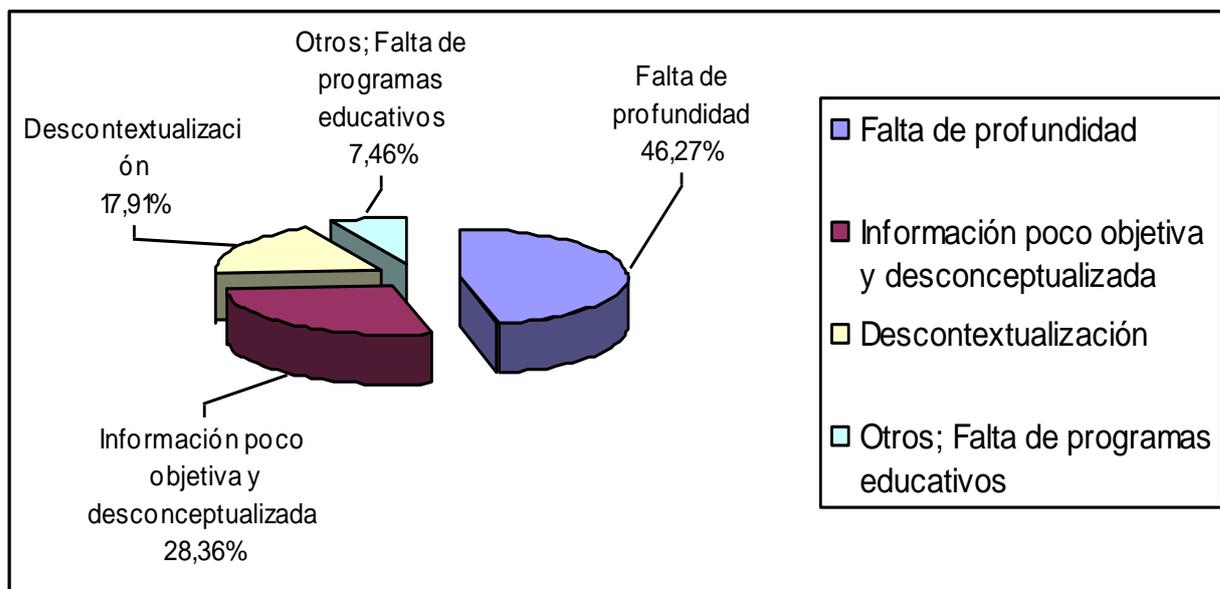
**Pregunta número 14:**

**¿Qué le desagradó de las radios Nacionales?**

Tabla pregunta número 14

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Falta de profundidad	31	46,27%
Información poco objetiva y desconceptualizada	19	28,36%
Descontextualización	12	17,91%
Otros; Falta de programas educativos	5	7,46%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 14



De los 67 encuestados 31 que equivalen al 46,27% opinan que lo que les desagradó de las radios es la Falta de profundidad, 19 que corresponden al 28,36% creen que es la información poco objetiva y desconceptualizada, 12 que encierran el 17,91% consideran que es la Descontextualización, mientras que 5 que conforman el 7,46% mencionan otros factores como la falta de programas educativos. Se nota el descontento por parte de los radioescuchas hacia la falta de profundidad en las noticias que se emiten en las radios en la mayoría de los casos, posteriormente están quienes consideran como aspecto negativo a la información poco objetiva y desconceptualizada, señalando los errores que diariamente se cometen en las radios, seguidos de quienes se refieren a la Descontextualización y finalmente aparecen quienes rechazan la Falta de programas educativos, pues creen que es una falencia imperdonable porque este tipo de espacios son de vital importancia.

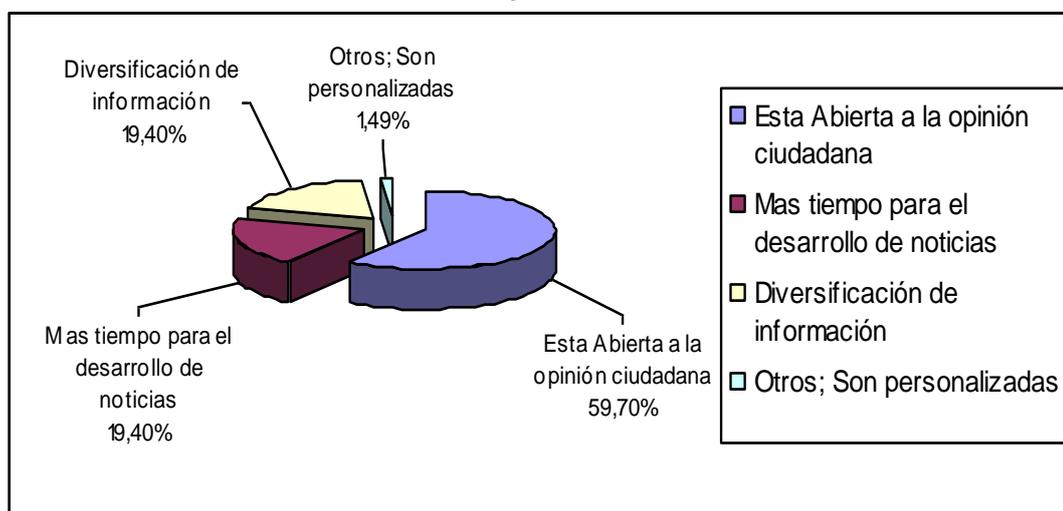
**Pregunta número 15:**

**¿Qué le agrada de las radios?**

Tabla pregunta número 15

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Esta Abierta a la opinión ciudadana	40	59,70%
Mas tiempo para el desarrollo de noticias	13	19,40%
Diversificación de información	13	19,40%
Otros; Son personalizadas	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 15



De los 67 encuestados al hablar sobre lo que les agrada de la radio respondieron lo siguiente: 40 que equivalen al 59,70% creen que lo que les simpatiza es que Está abierta a la opinión ciudadana, 13 que enmarcan al 19,40% dicen que es lo que les agrada es que hay Más tiempo para el desarrollo de noticias, 13 que corresponden al 19,40% opinan que la Diversificación de información, y 1 que comprende el 1,49% dice que son personalizadas. Así vemos claramente que una amplia mayoría considera que lo más agradable de la radio es que Está abierta a la opinión ciudadana y que este tipo de espacios tienen gran acogida, seguido de quienes consideran que existe Más tiempo para el desarrollo de noticias porque en otros medios no se profundiza mucho la información y en una proporción similar hay quienes consideran que les agrada la Diversificación de información por considerar importante el estar informados sobre diversos aspectos y finalmente se encuentra quien opina que el fuerte de las radios es que son personalizadas pues el radioescucha puede dar su opinión con una sola llamada.

## INTERNET

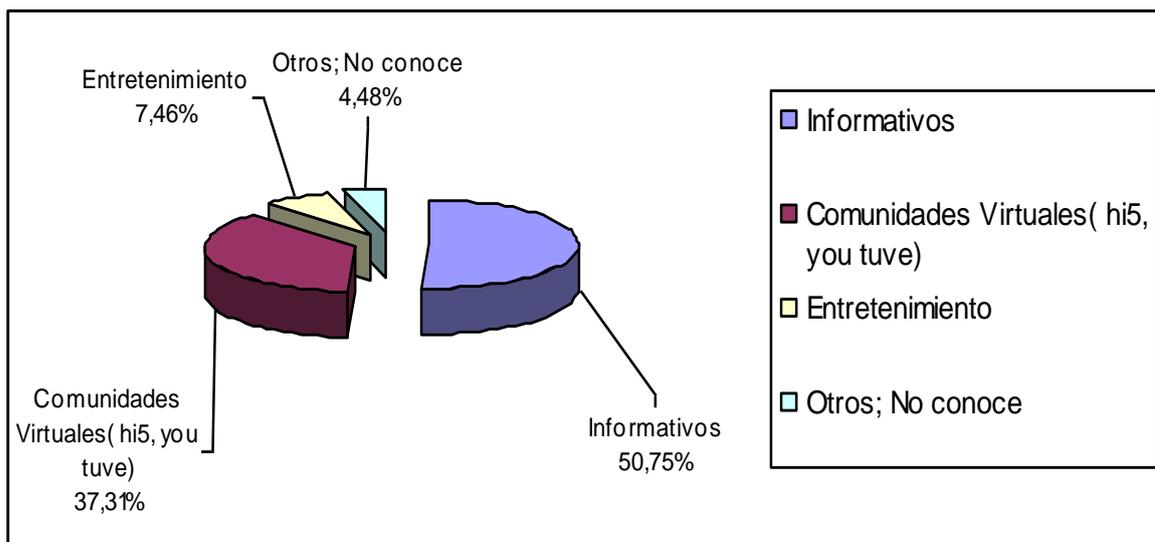
### Pregunta número 16:

¿Qué páginas o sitios visita con mayor frecuencia?

Tabla pregunta número 16

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Informativos	34	50,75%
Comunidades Virtuales( hi5, you tube)	25	37,31%
Entretenimiento	5	7,46%
Otros; No conoce	3	4,48%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 16



De los 67 encuestados al hablar sobre los sitios que visitan con mayor frecuencia en el Internet: 34 equivalentes al 50,75% respondieron Informativos, 25 que corresponden al 37,31% visitan las Comunidades Virtuales: hi5, you tube, 5 que implican el 7,46% se inclinan por el Entretenimiento, 3 que comprenden el 4,48% no conocen. Más de la mitad de la muestra se inclina por visitar en el Internet páginas informativas, seguidos de quienes navegan en comunidades virtuales como: you tube y hi5 por considerarlas puntos de encuentro con personas a nivel mundial con intercambios de fotografías y una comunicación más personalizada, seguidos de quienes buscan sitios de entretenimiento como los tan famosos juegos electrónicos en red y también se encuentra una minoría que a pesar de los avances tecnológicos no conoce estos sitios ya sea por motivos de edad o por factores socio-económicos.

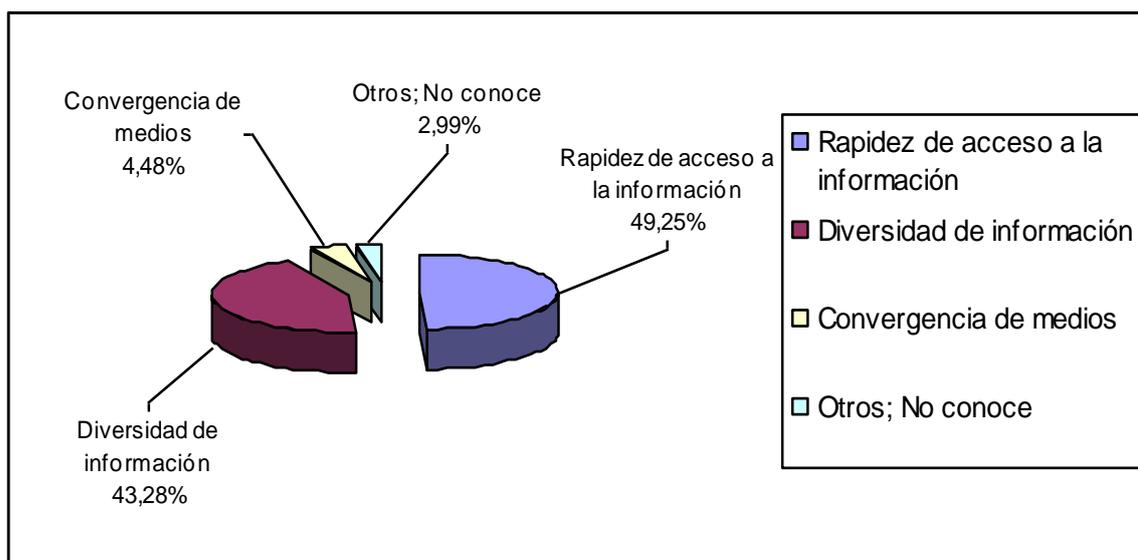
**Pregunta número 17:**

**¿Qué le agrada de Internet?**

Tabla pregunta número 17

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Rapidez de acceso a la información	33	49,25%
Diversidad de información	29	43,28%
Convergencia de medios	3	4,48%
Otros; No conoce	2	2,99%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 17



De las 67 personas encuestadas que colaboraron con esta investigación, 33 correspondientes al 49,25% consideran que lo que les agrada del Internet es la Rapidez de acceso a la información, 29 que pertenecen al 43,28% la Diversidad de información, 3 que comprenden el 4,48% la Convergencia de medios, 2 que equivalen al 2,99% no conoce. Se aprecia en estos gráficos que lo que consideran los encuestados como más importante del Internet es la Rapidez de acceso a la información porque en cuestión de segundos obtienen datos actualizados que buscando en libros les tardarían horas, seguido de la Diversidad de información relacionada con cualesquier tema porque se encuentra información al escoger, Minoritariamente se menciona la Convergencia de medios y pocas personas por razones socioeconómicas y culturales desconocen este medio por no tener acceso al mismo.

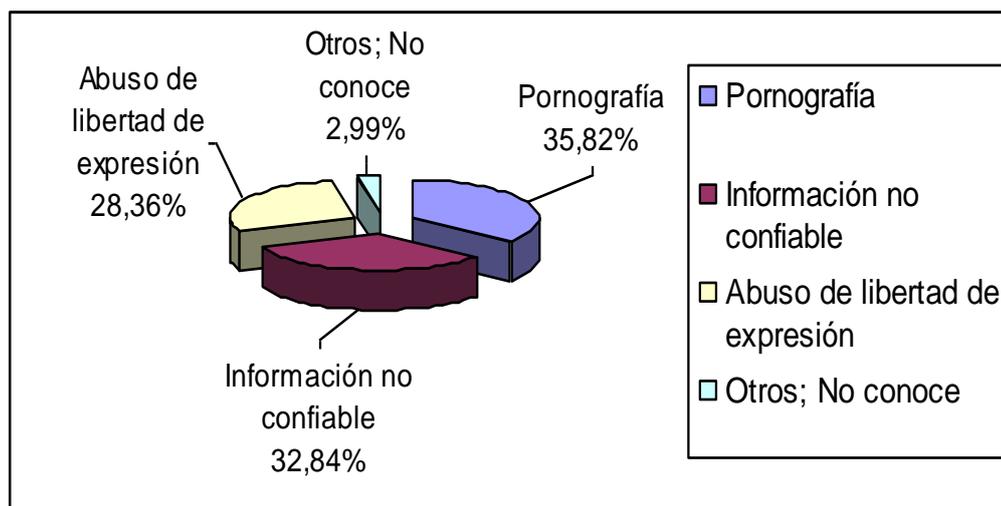
**Pregunta número 18:**

**¿Qué le desagrada de Internet?**

Tabla pregunta número 18

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Pornografía	24	35,82%
Información no confiable	22	32,84%
Abuso de libertad de expresión	19	28,36%
Otros; No conoce	2	2,99%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 18



De 67 encuestados 24 que corresponden el 35,82% respondió Pornografía, 22 que equivalen al 32,84% Información no confiable, 19 conforman el 28,36% Abuso de libertad de expresión, y 2 pertenecientes al 2,99% no conocen. Se aprecia claramente que casi de manera simultánea lo que desagrada del Internet a sus usuarios son las tres opciones: Pornografía porque lamentablemente toda persona sin restricción ingresa a presenciar imágenes que van contra la moral puesto que no se puede comprobar la edad o identidad de quienes ingresan a estos espacios, Información no confiable por contar con referentes a nivel mundial que nadie garantiza que sean reales y Abuso de libertad de expresión porque al ser tan fácil hacer publicaciones de manera anónima la gente aprovecha esta situación para hacer estafas, ofender a la gente, realizar clonaciones de identidad, etc, seguidas de una minoría que ignora el tema por no tener acceso a este medio de comunicación por razones tanto socioeconómicas como por aspectos culturales.

## RESPONSABILIDAD

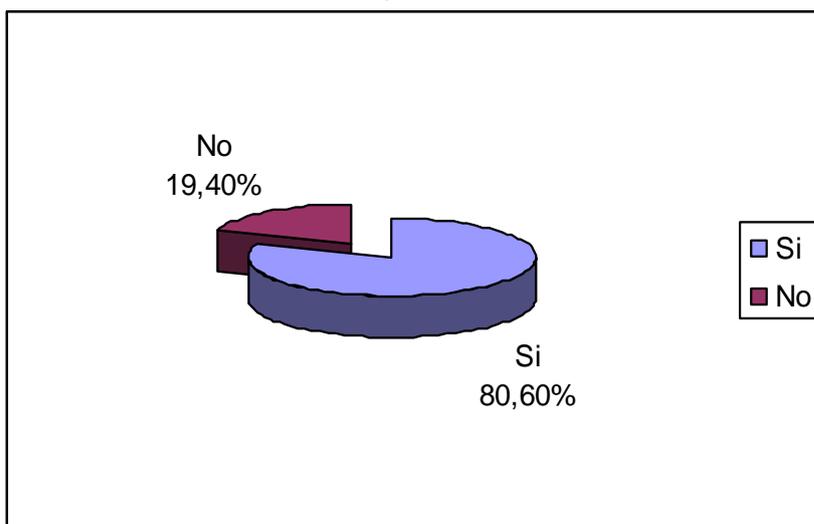
**Pregunta número 19:**

**¿Trabaja o ha trabajado Usted en un medio de comunicación?**

Tabla pregunta número 19

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	80,60%
No	13	19,40%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 19



De las 67 personas encuestadas que colaboraron con esta investigación: 54 que comprenden el 80,60% trabajan actualmente o en alguna ocasión han trabajado en medios de comunicación, los 13 restantes que corresponden al 19,40% no trabajan ni han trabajado en esta rama. Una mayoría notoria se dedica o ha dedicado a ejercer labores en medios de comunicación tanto televisiva, como radial, gente que trabajo en un diario digital y también en medios impresos, el resto de los encuestados no han estado enrolados en estas actividades. Por esta razón las preguntas 20.1, 20.2, 20.3 y 21 No aplican (N/A) a quienes no están o han estado inmersos laboralmente en medios de comunicación.

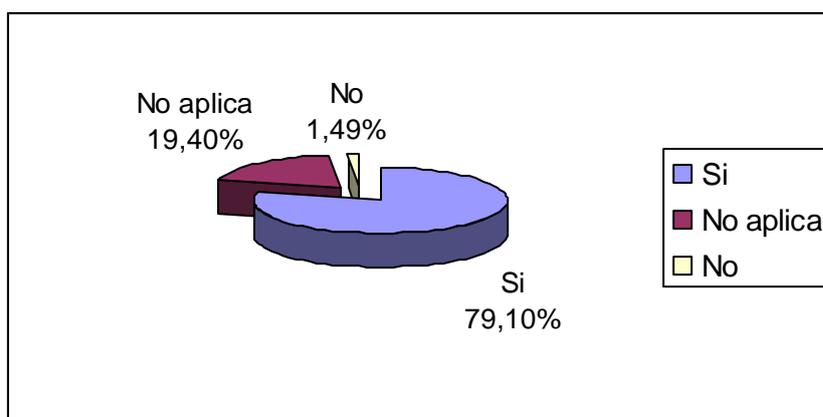
**Pregunta número 20:**

**20.1.-Esta 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)**

Tabla pregunta número 20.1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	53	79,10%
No aplica	13	19,40%
No	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 20,1



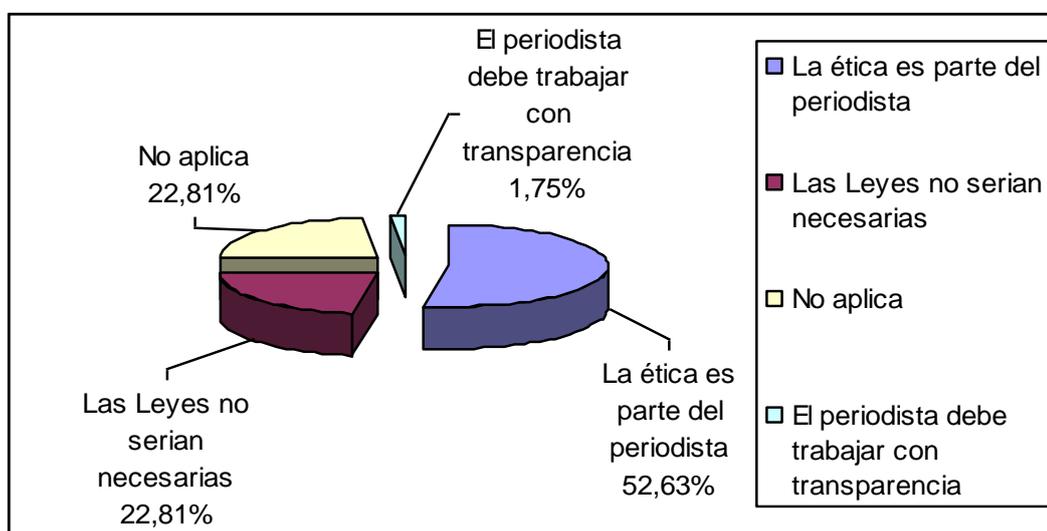
De los 67 encuestados: 53 que corresponden al 79,10% respondieron que Sí, 13 que pertenecen al 19,40% No aplican a esta pregunta, y 1 que corresponde al 1,49% respondió que No. Descontando a quienes no aplican para esta respuesta, nos damos cuenta de que casi todos los encuestados respondieron positivamente a esta pregunta, es decir están de acuerdo con esta expresión: " La ética no es una condición ocasional sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón"(Gabriel García Márquez) y solo alguien lo hizo negativamente, es lamentable que ese alguien no coincida con esa frase tan sabia y lo peor es que una persona que ha desempeñado cualesquier tipo de actividad relacionada con la comunicación social no esté consciente de la importancia de la ética en cualesquier ámbito y con mucho mayor énfasis en el sector periodístico por ser una profesión que encierra mucha responsabilidad.

## 20.2.- ¿Cuál es su interpretación de la frase?

Tabla pregunta número 20.2

Interpretación	Frecuencia	Porcentaje
La ética es parte del periodista	30	44,78%
Las Leyes no serian necesarias	13	19,40%
No aplica	13	19,40%
El periodista debe trabajar con transparencia	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 20.2



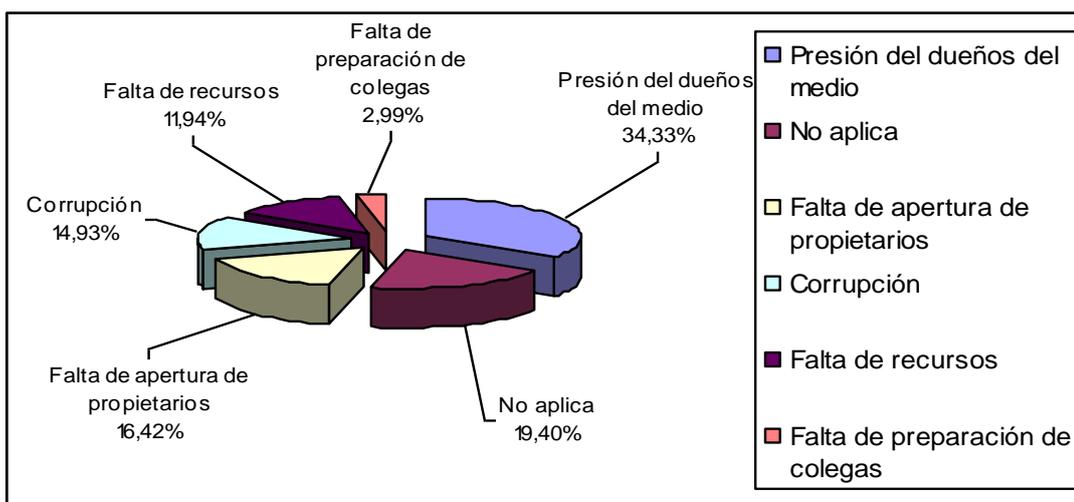
De los 67 encuestados 30 que comprenden el 44,78% dice que La Ética es parte del periodista, 13 correspondientes al 19,40% que Las leyes no serían necesarias, 13 que equivalen el 19,40% No aplican, y 1 que representa el 1,49% que El periodista debe trabajar con transparencia. Descontando a quienes No aplican la mayor parte de la muestra considera que con esta frase se pretende enfocar que La ética es parte del periodista, seguidos por quienes consideran que lo que esta frase desea transmitir es que las leyes no serían necesarias si se aplicaría la ética, por otra parte hay quienes creen que lo que se intenta decir es que el periodista debe trabajar con transparencia. Al analizar estos aspectos conjuntamente veremos que la ética es un valor intrínseco de todo ser humano y que si se aplicaría correctamente se tendría éxito y los códigos, leyes, etc estarían de sobra, para un periodista ser transparente e informar con veracidad se complementan y la aplicación de estos aspectos garantizará la realización de todo ser humano, así su profesionalismo en todo ámbito, con mayor énfasis el lo concerniente a la comunicación social que es algo de suma responsabilidad.

**20.3.- ¿Cuáles son los principales dilemas o problemas éticos que a enfrentado en el ejercicio profesional en un medio de comunicación? (Enumere 5)**

Tabla pregunta número 20.3

Problema	Frecuencia	Porcentaje
Presión del dueños del medio	23	34,33%
No aplica	13	19,40%
Falta de apertura de propietarios	11	16,42%
Corrupción	10	14,93%
Falta de recursos	8	11,94%
Falta de preparación de colegas	2	2,99%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 20.3



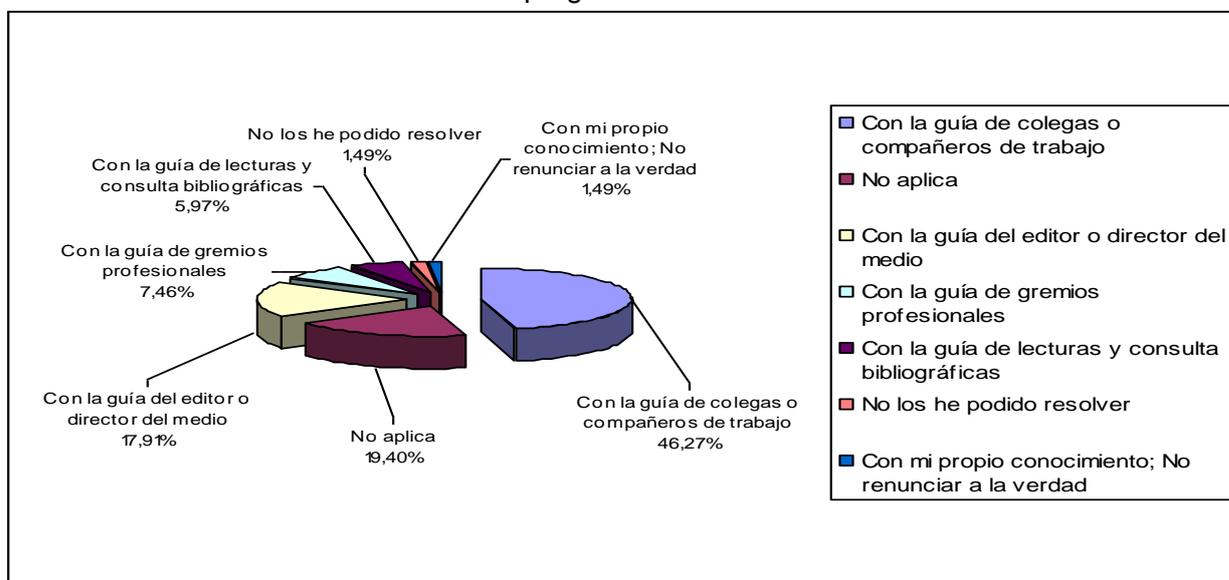
De los 67 encuestados 23 que equivalen el 34,33% respondieron que existe Presión de los dueños del medio, 13 correspondientes al 19,40% No aplican, 11 que pertenecen al 16,42% Falta de apertura de propietarios, 10 que comprenden el 14,93% Corrupción, 8 que son el 11,94% Falta de recursos, y 2 que conforman el 2,99% Falta de preparación de colegas. A parte de la fracción de encuestados que no aplican a esta pregunta se percibe mayoritariamente Presión de dueños de medios de comunicación que desgraciadamente es algo que prevalece, así como su falta de apertura pues muchas veces existen sus tendencias muy marcadas en donde no hay opción a cambios, seguidos de Corrupción que lamentablemente es algo de todos los días has en el ámbito periodístico, Falta de Recursos que no permite la independenciam y finalmente encontramos la Falta de preparación de colegas, es decir que las personas que trabajan en medios no están preparadas académicamente para cumplir a cabalidad su papel de comunicadores sociales.

**Pregunta número 21: ¿Cómo ha podido resolver esos dilemas o problemas éticos?**

Tabla pregunta número 21

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Con la guía de colegas o compañeros de trabajo	31	46,27%
No aplica	13	19,40%
Con la guía del editor o director del medio	12	17,91%
Con la guía de gremios profesionales	5	7,46%
Con la guía de lecturas y consulta bibliográficas	4	5,97%
No los he podido resolver	1	1,49%
Con mi propio conocimiento; No renunciar a la verdad	1	1,49%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 21



De los 67 encuestados 31 que equivalen al 46,27% respondieron que Con la guía de colegas o compañeros de trabajo, 13 que corresponden al 19,40% No aplican, 12 que pertenecen al 17,91% Con la guía del Editor o Director del medio, 5 que son el 7,46% Con la guía de gremios profesionales, 4 que encierran el 5,97% Con la guía de lecturas y consultas bibliográficas, 1 que representan el 1,49% no los he podido resolver, 1 que comprende el 1,49% Con mi propio conocimiento: no renunciar a la verdad. Mediante estos análisis se puede apreciar que la mayoría de los encuestados han resuelto los problemas éticos con la guía de colegas o compañeros de trabajo, seguidos de quienes lo has hecho con la guía del Editor o Director del Medio, luego se encuentran quienes los han resuelto con la guía de Gremios profesionales, después quienes los han resuelto con guía de lecturas y consultas bibliográficas, quienes no los han podido resolver y finalmente quienes manifiestan que resolvieron los dilemas éticos con su propio criterio: no renunciar a la verdad.

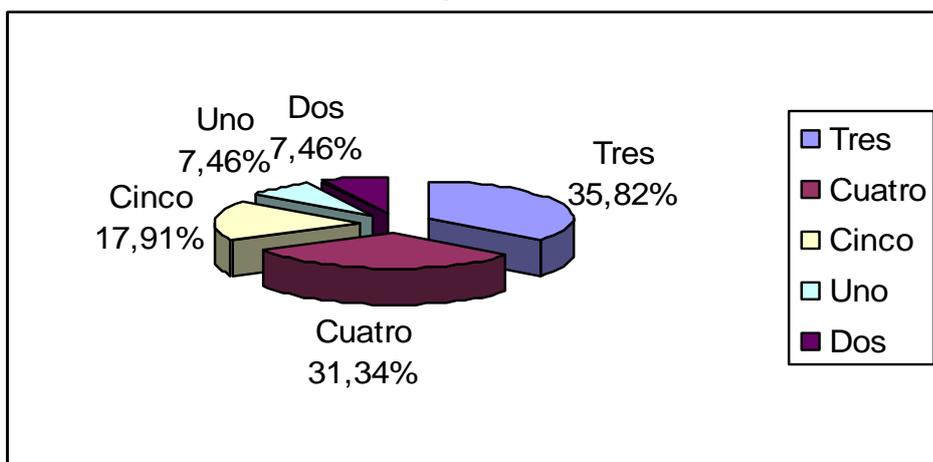
**Pregunta número 22:**

**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).**

Tabla pregunta número 22

Puntuación	Frecuencia	Porcentaje
Tres	24	35,82%
Cuatro	21	31,34%
Cinco	12	17,91%
Uno	5	7,46%
Dos	5	7,46%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 22



De los 67 encuestados 24 que comprenden el 35,82% respondieron el Tres, 21 que corresponden al 31,34% Cuatro, 12 que encierran el 17,91% Cinco, 5 que implican al 7,46% Uno y 5 que representan al 7,46% Dos. Los dos grupos mayoritarios consideran que los editores y directores de los medios de comunicación se preocupan de mantener la ética aplicando puntuaciones que corresponden a calificaciones entre medias y altas, seguidos de quienes le corresponden a la máxima calificación, y un empate entre quienes ponen calificaciones bajas. Es por esto que observamos claramente que esta muestra se inclina por considerar que falta por parte de directores y propietarios de medios más preocupación por mantener la ética en sus lugares de trabajo, puesto que como cabezas de estos entes ellos son los responsables de que se aplique tanto este valor como otros que son fundamentales.

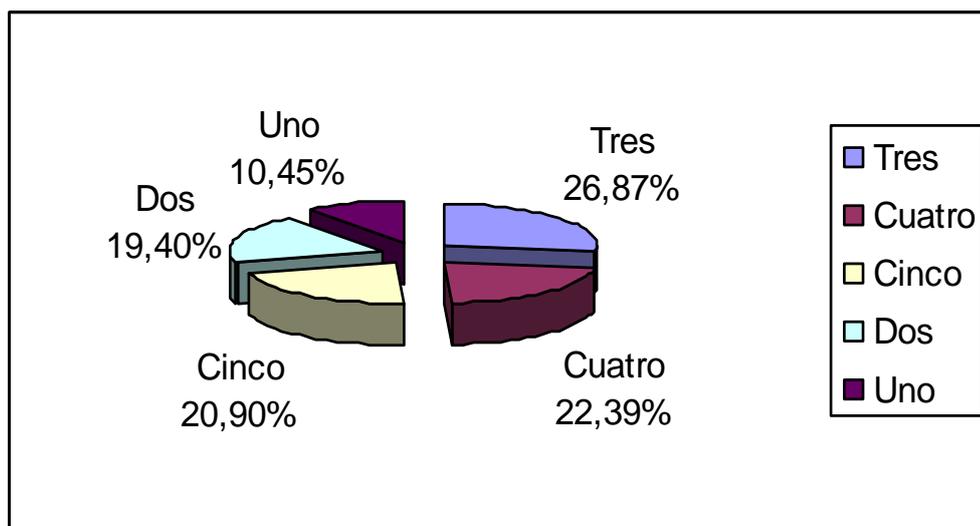
**Pregunta número 23:**

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

Tabla pregunta número 23

Puntuación	Frecuencia	Porcentaje
Tres	18	26,87%
Cuatro	15	22,39%
Cinco	14	20,90%
Dos	13	19,40%
Uno	7	10,45%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 23



De los 67 encuestados 18 que pertenecen al 26,87% respondieron Tres, 15 equivalentes al 22,39% Cuatro, 14 correspondientes al 20,90% Cinco, 13 que representan el 19,40% Dos, y 7 que constituyen el 10,45% Uno. Esto nos demuestra que la labor de asesoría que desempeñan los gremios periodísticos con respecto a temas éticos posee un grado de cumplimiento medio-alto que se considera satisfactorio, esto refleja el poder de los gremios porque si bien es cierto los sindicatos son entes muy unidos y que en el caso periodístico deben fortalecerse para no solo enfrentar sino también concienciar a sus miembros sobre la importancia de la ética y otros aspectos fundamentales en este campo, esto se verá reflejado en todas y cada una de las actitudes de sus miembros; únicamente menos de la mitad de los encuestados le otorgan bajas calificaciones a la labor asesora que imparten los gremios periodísticos.

**Pregunta número 24:**

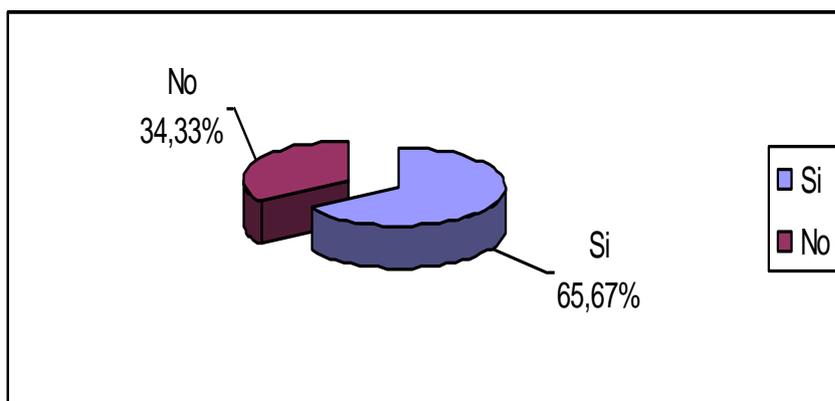
**Conteste si o no a las siguientes afirmaciones:**

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

Tabla pregunta número 24.a

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	65,67%
No	23	34,33%
<b>TOTAL</b>	67	100%

Gráfico pregunta número 24.a



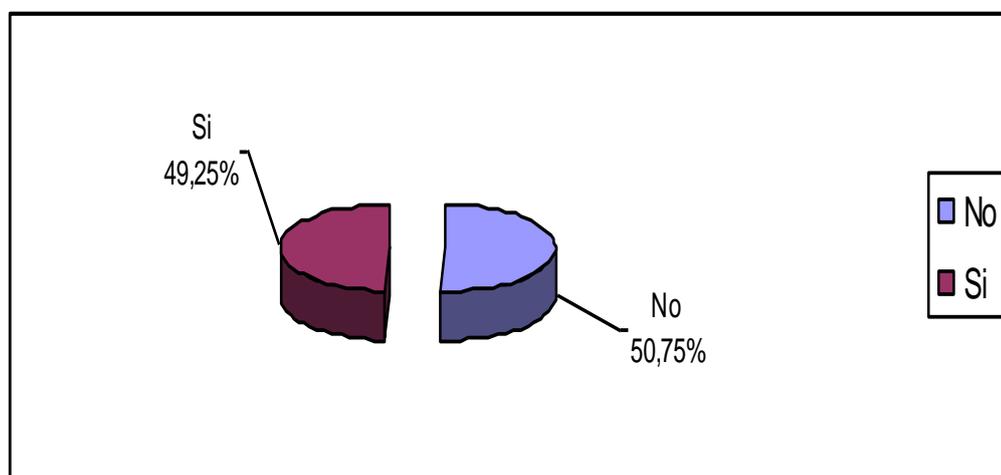
De los 67 encuestados 44 individuos correspondientes al 65,67% respondieron que El periodista Sí puede ejercer el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabajar en un medio de comunicación, y 23 personas que significan el 34,33% dijeron que el periodista No puede ejercer el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabajar en un medio de comunicación. Esto refleja que desgraciadamente a pesar de no ser ético la mayoría de encuestados opinan que un periodista puede trabajar en un medio de comunicación y simultáneamente desenvolverse como relacionador público, mientras que un poco más de la tercera parte de los individuos que participaron en esta investigación consideran que un comunicador social no puede laborar como relacionador público al mismo tiempo por no considerarlo correcto, esto implicaría un cruce de actividades que no llevarían al normal desenvolvimiento ni de la actividad periodística, ni de la de relacionador público .

**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.**

Tabla pregunta número 24.b

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	34	50,75%
Si	33	49,25%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 24.b



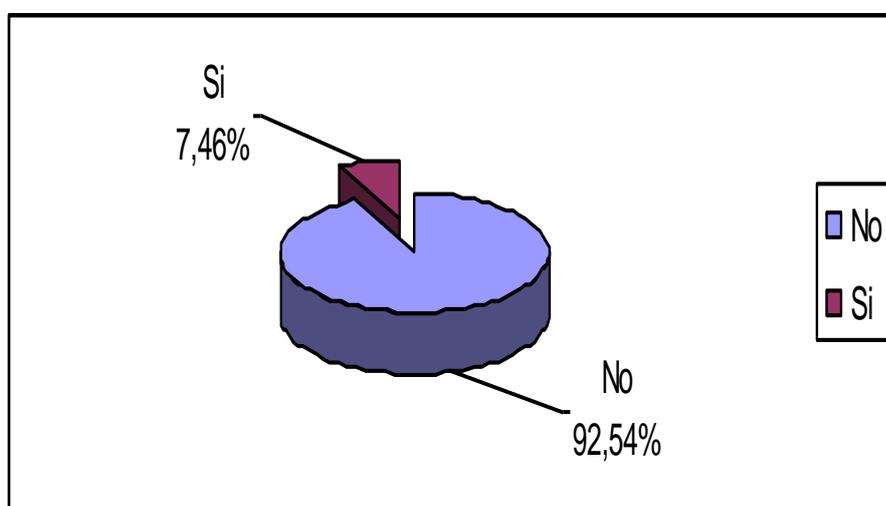
De los 67 encuestados 34 equivalentes al 50,75% respondieron que No Existe conflicto cuando el periodista ejerce el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabaja en un medio de comunicación, sea en instituciones gubernamentales o en empresas relacionadas con sus fuentes., y 33 correspondientes al 49,25% dijeron que Sí 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. Esta respuesta casi tiene un empate, pero cabe destacar que lamentablemente la mayoría de la muestra considera que no existe ningún tipo de conflicto si una persona que labora como periodista en un medio de comunicación se desempeña como relacionador público del mismo, esto es un error garrafal puesto que precisamente por ser dos funciones que si bien es cierto se complementan, son muy delicadas y precisamente por cuestiones de ética no se debe desempeñar estas funciones simultáneamente; el siguiente grupo cree que existirán inconvenientes si el periodista y relacionador público de un medio son la misma persona puesto que cada uno desempeñará sus funciones de manera más indicada al dedicarse a una actividad específica sin inmiscuirse en actividades ajenas.

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

Tabla pregunta número 24.c

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	62	92,54%
Si	5	7,46%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 24.c



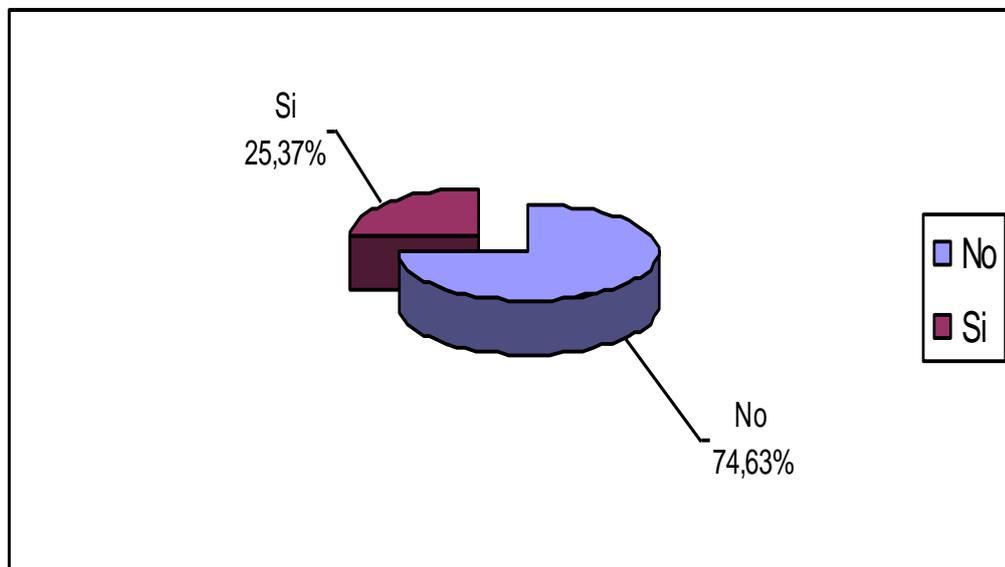
De los 67 encuestados 62 que representan al 92,54% respondieron que El periodista No puede recibir obsequios y dádivas de las fuentes aun en montos elevados, y 5 personas correspondientes al 7,46% dijeron que El periodista Sí puede recibir obsequios y dádivas de las fuentes aun en montos elevados. A pesar de que esta pregunta es muy obvia y que casi todos quienes colaboraron con esta encuesta respondieron negativamente, es preocupante que aun una minoría considera que los comunicadores sociales pueden recibir obsequios y dádivas de las fuentes aun en montos elevados, esto es lamentable puesto que se esperaba que todos los encuestados nieguen esta posibilidad, porque a simple vista se puede percibir que es una opción que va en contra de la ética no solo del comunicador social sino de todo ser humano, independientemente de la actividad en la que se desenvuelve. Esta es una pequeña muestra de que los valores van en decadencia, se esperaba una respuesta del cien por ciento que rechace esta opción sencillamente por sentido común. Consideremos también que quienes colaboraron con esta investigación son personas adultas, y en su mayoría están o en algún momento han estado relacionadas con actividades en medios de comunicación.

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

Tabla pregunta número 24.d

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	50	74,63%
Si	17	25,37%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 24.d



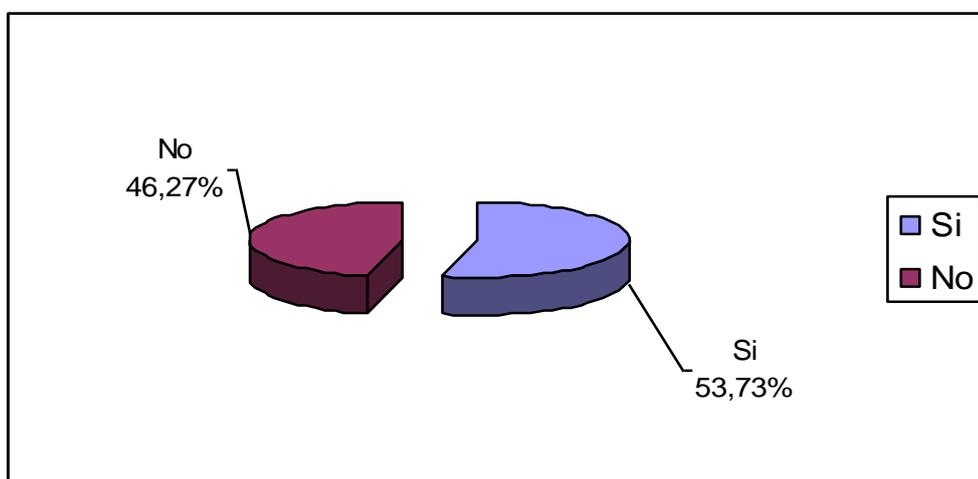
De 67 encuestados 50 individuos que representan al 74,63% respondieron que un periodista No puede militar en un partido político sin que eso afecte su trabajo, y 17 personas que corresponden al 25,37% respondieron que un periodista Sí puede militar en un partido político sin que eso afecte su trabajo. A pesar de que se puede ver claramente que la mayoría de esta muestra está en desacuerdo con que un comunicador social participe en un partido político y considera que esto afectará su trabajo como periodista, aún existe un grupo de personas que cree que la participación de un periodista en política no afecta su labor como comunicador, esto es lamentable puesto que sin necesidad de análisis no es algo ético que un periodista participe en política o que un político intervenga en actividades periodísticas, como hemos visto últimamente que ciertos periodistas aprovechando de la popularidad con la que cuentan han decidido inmiscuir en la política, muchos de ellos con éxito pero otros sin mayores resultados, lo importante en cualesquier ámbito es dedicarse a una sola cosa y realizar las labores a conciencia, preparándose para eso.

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

Tabla pregunta número 24.e

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	53,73%
No	31	46,27%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 24.e



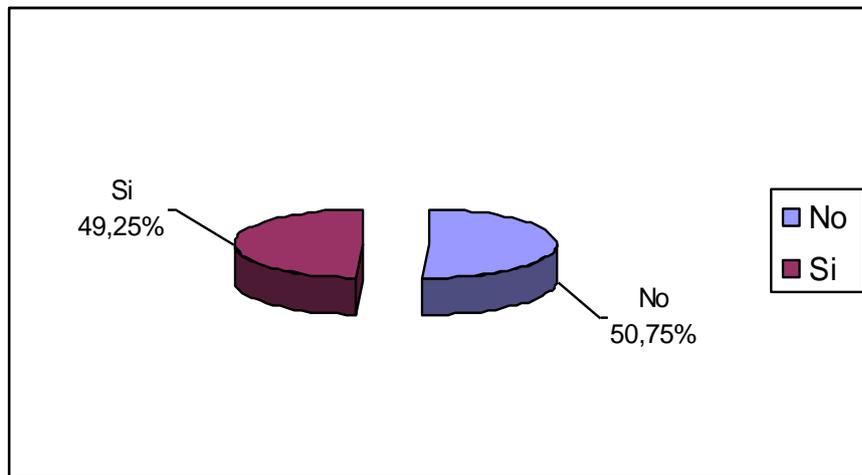
De 67 encuestados 36 personas equivalentes al 53,73% respondieron que Sí Es legítimo que el periodista introduzca su opinión en las noticias que le corresponde escribir, y 31 individuos correspondientes al 46,27% dijeron que No es legítimo que el periodista introduzca su opinión en las noticias que le corresponde escribir. Al ver estos resultados nos damos cuenta de que más de la mitad de la muestra consideran normal que el periodista introduzca su opinión en las noticias que le corresponde escribir puesto que alegan que la labor del periodista no es únicamente de transmitir las noticias sino orientar a la comunidad no necesariamente con parcialidad pero de una manera justa, en tanto que un grupo menor a este cree que es totalmente ilegítimo que el comunicador social agregue sus puntos de vista al referirse a un acontecimiento por considerar que el periodista debe limitarse a dar una noticia, pues sería anti-ético dar un criterio y se estaría infringiendo en la transparencia que debe primar en un comunicador social, a cada persona le corresponde interpretar la noticia como ella considere conveniente y de ninguna manera los comunicadores sociales o propietarios de medios de comunicación deberán violar la transparencia y la parcialidad.

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

Tabla pregunta número 24.f

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	34	50,75%
Si	33	49,25%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 24.f



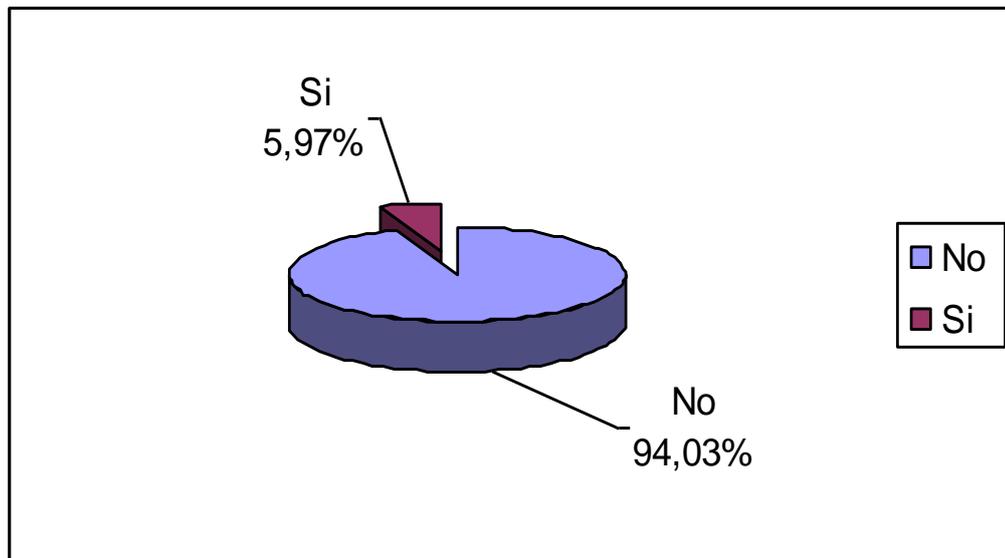
De los 67 encuestados 34 individuos que corresponden al 50,75% respondieron que los medios de comunicación en donde laboran o que conocen No cuentan con códigos de ética que se conocen y aplican correctamente, y 33 personas que representan al 49,25% respondieron que los medios de comunicación en donde trabajan o que conocen Sí poseen códigos de ética que son conocidos y aplicados de manera correcta. Es decir que casi existe un empate de criterios pero a pesar de eso sigue siendo la mayor parte de quienes colaboraron en esta investigación la que opina que los medios de comunicación donde laboran o que conocen no cuentan con Códigos de ética y por ende no se los aplica, mientras que un poco menos de la mitad de la muestra cree que los medios de comunicación poseen Códigos de ética, los mismos que son aplicados de manera satisfactoria. Este punto es fundamental en la investigación pues al hablar de ética en los medios de comunicación se debe partir de un código y para aplicarlo se lo debe conocer, así como después de conocerlo se debe hacer un seguimiento para que este sea empleado de una manera correcta que repercuta en el nivel ético de los periodistas, pero sin olvidar que lo fundamental es predicar con el ejemplo.

**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.**

Tabla pregunta número 24.g

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	63	94,03%
Si	4	5,97%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 24.g



De las 67 personas encuestadas que colaboraron con esta investigación; 63 de ellos que corresponden al 94,03% respondieron que No 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, y 4 personas que significan el 5,97% consideraron que Sí 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. A pesar de que casi todos los encuestados consideran como negativo que el periodista exagere u olvide ciertos detalles de los hechos para que su nota tenga mayor impacto o interese a más audiencia, es lamentable que una minoría considere esto como legítimo, ya que notablemente no es lo correcto, porque a veces el olvido de un mínimo detalle o la exageración de cualesquier situación por insignificante que parezca puede cambiar totalmente el sentido de una noticia y la delicada labor que desempeña un comunicador le obliga a trabajar bajo las normas de la ética.

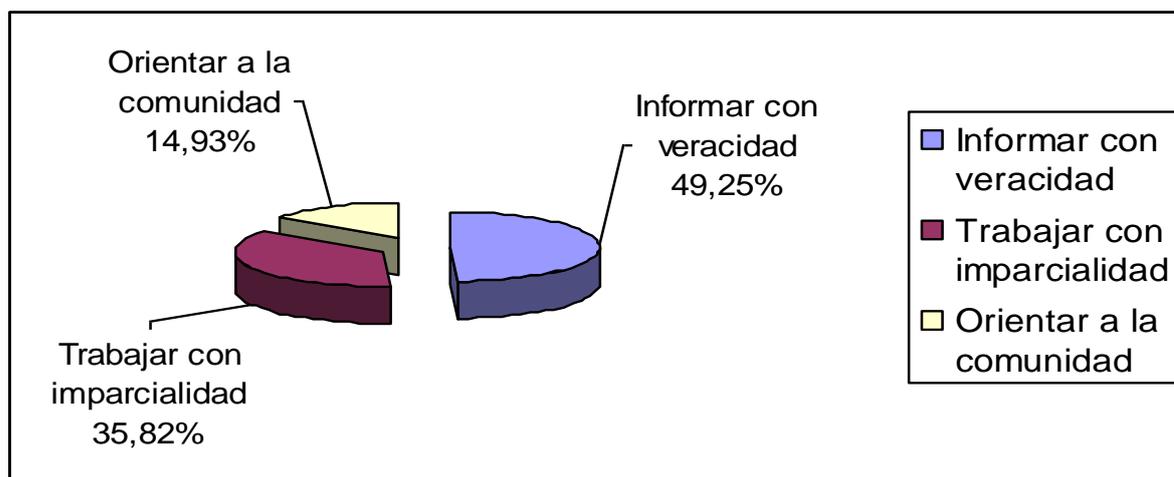
**Pregunta número 25:**

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

Tabla pregunta número 25

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Informar con veracidad	33	49,25%
Trabajar con imparcialidad	24	35,82%
Orientar a la comunidad	10	14,93%
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 25



De 67 personas que colaboraron con esta encuesta 33 individuos que equivalen al 49,25% respondieron que la ética en el periodismo sirve para Informar con veracidad, 24 encuestados que corresponden al 35,82% dijo que la ética en el periodismo sirve para Trabajar con imparcialidad, y 10 personas que significan el 14,93% manifestaron que el papel de la ética en el periodismo es Orientar a la comunidad. Así nos damos cuenta de que los encuestados coincidieron en su mayoría al considerar que la ética en el periodismo sirve para Informar con veracidad es por eso que se habla de la transparencia sin exagerar ni omitir detalles, como segunda y tercera instancia los encuestados dieron otras funciones de la ética en el periodismo que son: trabajar con imparcialidad, es decir sin hacerse a ninguna parte siendo neutrales y justos y la última opción fue orientar a la comunidad, alegando que se debe ser muy cautelosos para manejar la información, orientando a la comunidad pero evitando caer en provocaciones o pretendiendo controlar a la sociedad, pues el periodista debe perseguir el bien común.

## ENTREVISTA

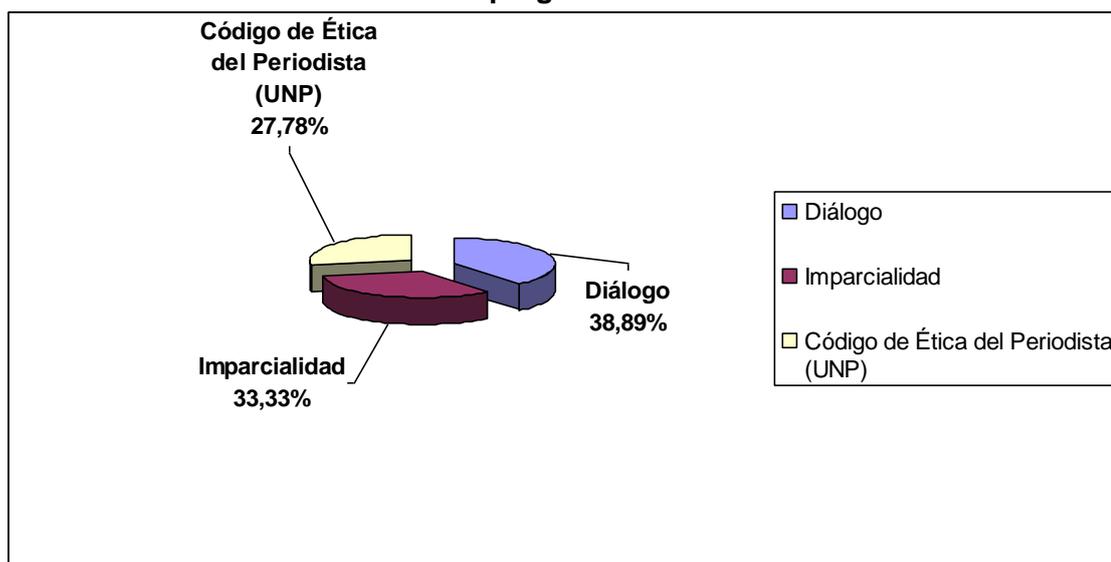
### Pregunta número 1:

¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación? (APLICADA A DIRECTORES DE MEDIOS Y A PERIODISTAS)

Tabla pregunta número 1

Instrumento Ético	Frecuencia	Porcentaje
Diálogo	7	38,89%
Imparcialidad	6	33,33%
Código de Ética del Periodista (UNP)	5	27,78%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 1



De 18 comunicadores entrevistados 7 que equivalen al 38,89% respondió que el instrumento que utiliza es el Diálogo, 6 que corresponden al 33,33% dijo que la imparcialidad, 5 que significan el 27,78% manifestó que su instrumento ético es el Código de Ética del Periodista Ecuatoriano que lo emite la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador. Así nos damos cuenta de que en esta muestra el código o instrumento ético más utilizado es el Diálogo, seguidos de quienes consideran a la imparcialidad como herramienta ética y finalmente se encuentran quienes coinciden con regirse al Código de Ética del Periodista de la UNP.

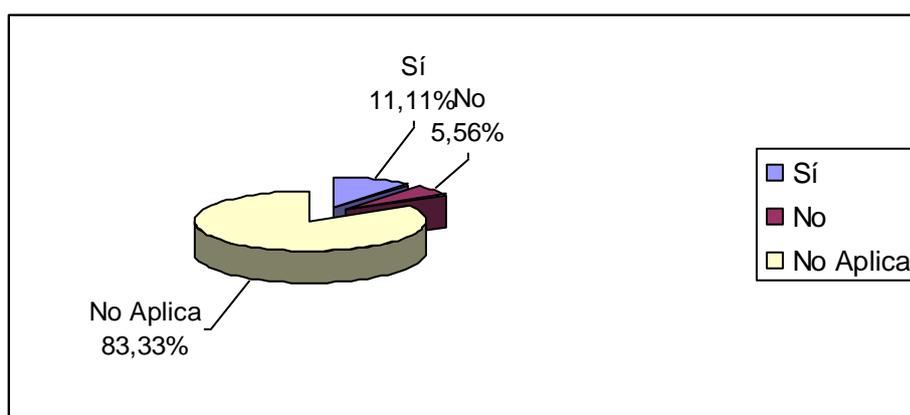
## Pregunta número 2:

### Sus periodistas conocen el código ético del medio (APLICADA ÚNICAMENTE A LOS DIRECTORES DE MEDIOS)

Tabla pregunta número 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	2	11,11%
No	1	5,56%
No Aplica	15	83,33%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 2



Esta pregunta fue aplicada únicamente a los Directores de los medios, es decir a tres personas, por lo que no aplican el resto de los 15 entrevistados correspondientes al 83,33%, de los e 3 directores entrevistados 2 que equivalen al 11,11% respondieron que los periodistas del medio a su cargo Sí conocen el código ético del mismo, y el director restante que corresponde al 5,56% dijo que sus periodistas No tienen conocimiento de un código ético del medio porque no existe un código interno, sino que se basan en un código general. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de los directores afirma que sus periodistas tienen conocimiento del código interno.

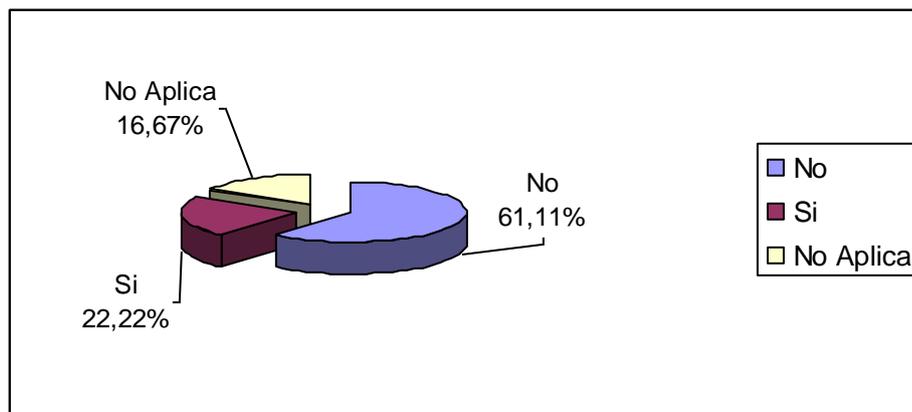
**Pregunta número 3:**

**¿Conoce usted el código ético del medio?  
(APLICADA A PERIODISTAS)**

**Tabla pregunta número 3**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	11	61,11%
Si	4	22,22%
No Aplica	3	16,67%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 3**



Esta pregunta fue aplicada únicamente a los Periodistas, es decir a 15 personas, por lo que no aplican el resto de los entrevistados que son los 3 directores, de 15 periodistas entrevistados 11 que equivalen al 61,11% respondieron que No conocen el código ético del medio en que laboran, 4 periodistas corresponden el 22,22% afirmaron que Sí tienen conocimiento del código ético del medio. Así apreciamos claramente que la mayoría de los periodistas desconoce un código ético del medio para el que trabaja, y únicamente una minoría afirma conocerlo.

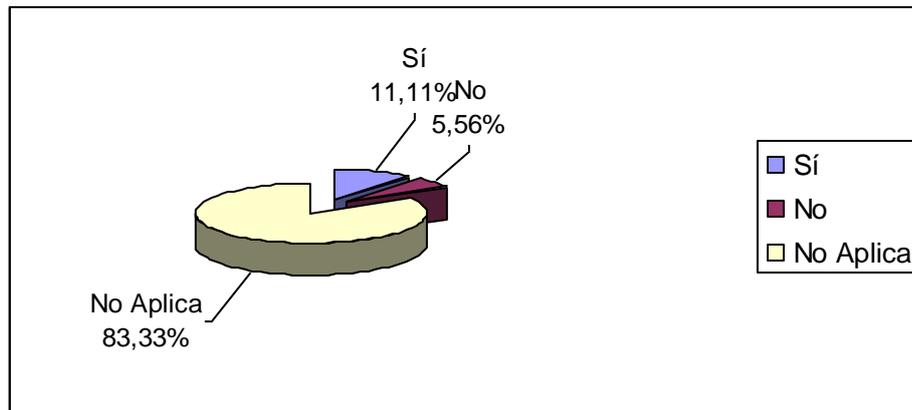
**Pregunta número 4:**

**¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética?  
(APLICADA ÚNICAMENTE A LOS DIRECTORES DE MEDIOS)**

**Tabla pregunta número 4**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	2	11,11%
No	1	5,56%
No Aplica	15	83,33%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 4**



Esta pregunta fue aplicada únicamente a los Directores de los medios, es decir a tres personas, por lo que no aplican el resto de los 15 entrevistados, de los 3 directores entrevistados 2 que equivalen al 11,11% respondieron que cuando los periodistas ingresan a su medio Sí se les entrega un código de ética, y el director restante que corresponde al 5,56% dijo que sus periodistas cuando ingresan a laborar en el medio a su cargo No reciben ningún código de ética. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de los directores afirma que sus periodistas reciben un código de ética al ingresar a su medio.

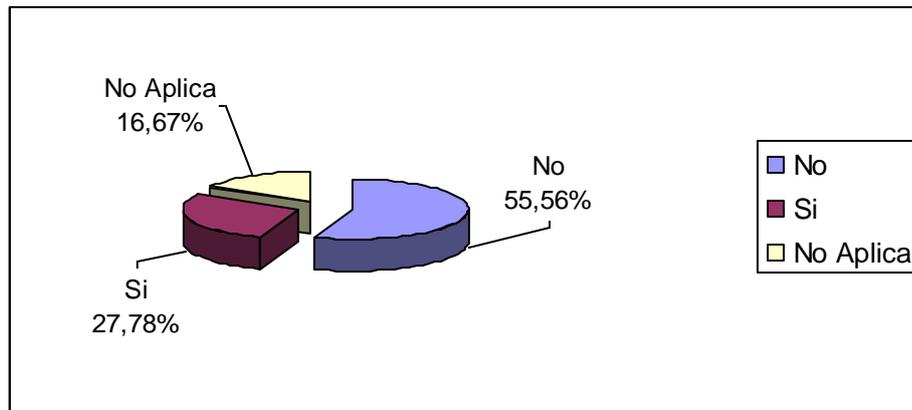
**Pregunta número 5:**

**¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?  
(APLICADA ÚNICAMENTE A PERIODISTAS)**

**Tabla pregunta número 5**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	10	55,56%
Si	5	27,78%
No Aplica	3	16,67%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 5**



Esta pregunta fue aplicada únicamente a los Periodistas, es decir a 15 personas, por lo que no aplican el resto de los entrevistados que son los 3 directores, de 15 periodistas entrevistados 10 que equivalen al 55,56% respondieron que cuando ingresaron a trabajar en el medio No se les entregó ningún código de ética, 5 periodistas corresponden el 27,78% afirmaron que Sí recibieron un código ético al empezar a trabajar en el medio. Así apreciamos claramente que la mayoría de los periodistas no recibió un código ético al iniciar sus labores en el medio y únicamente una minoría afirma haberlo recibido.

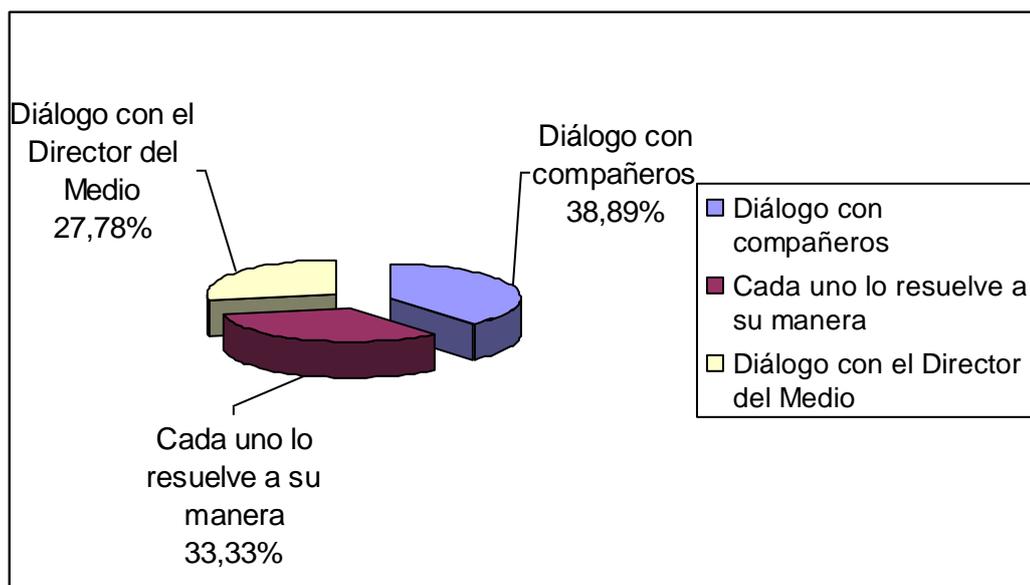
**Pregunta número 6:**

**¿Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (APLICADA A DIRECTORES Y PERIODISTAS)**

**Tabla pregunta número 6**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diálogo con compañeros	7	38,89%
Cada uno lo resuelve a su manera	6	33,33%
Diálogo con el Director del Medio	5	27,78%
<b>TOTAL</b>	18	100%

**Gráfico pregunta número 6**



De 18 comunicadores entrevistados 7 que equivalen al 38,89% respondió que suelen resolver dilemas éticos mediante el Diálogo entre compañeros, 6 que corresponden al 33,33% dijo que cada periodista resuelve el dilema ético a su manera, y 5 que significan el 27,78% manifestó que el rato que se desea enfrentar un dilema ético establece un Diálogo con el Director del Medio. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la solución más utilizada para enfrentar dilemas éticos es el Diálogo, seguidos de quienes resuelven a su manera estos dilemas y finalmente se encuentran quienes coinciden con dialogar con el Director del Medio.

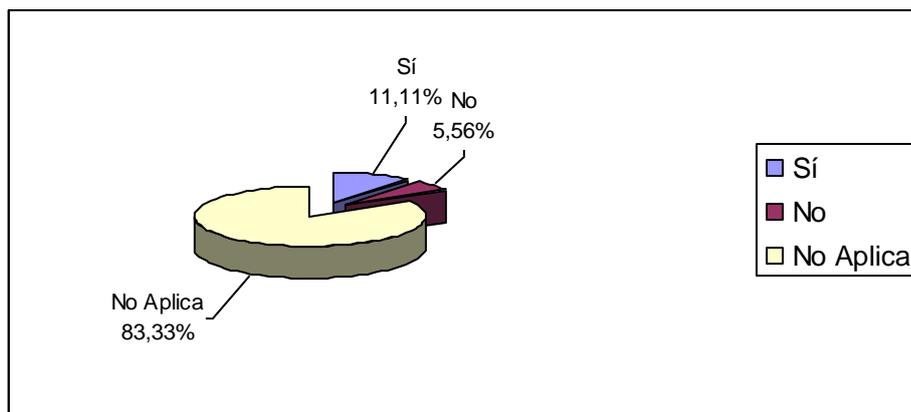
**Pregunta número 7:**

**Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos.  
(APLICADA ÚNICAMENTE A DIRECTORES DEL MEDIO)**

**Tabla pregunta número 7**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	2	11,11%
No	1	5,56%
No Aplica	15	83,33%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 7**



Esta pregunta fue aplicada únicamente a los Directores de los medios, es decir a tres personas, por lo que no aplican el resto de los 15 entrevistados, de los 3 directores entrevistados 2 que equivalen al 11,11% respondieron que los periodistas a su cargo Sí les plantean dilemas éticos, y el director restante que corresponde al 5,56% dijo que sus periodistas No le plantean directamente a él, sino que entre todos los periodistas tratan de enfrentar estos dilemas. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de los directores afirma que sus periodistas les comunican cuando se da algún dilema ético, mientras que solo uno afirmó lo contrario.

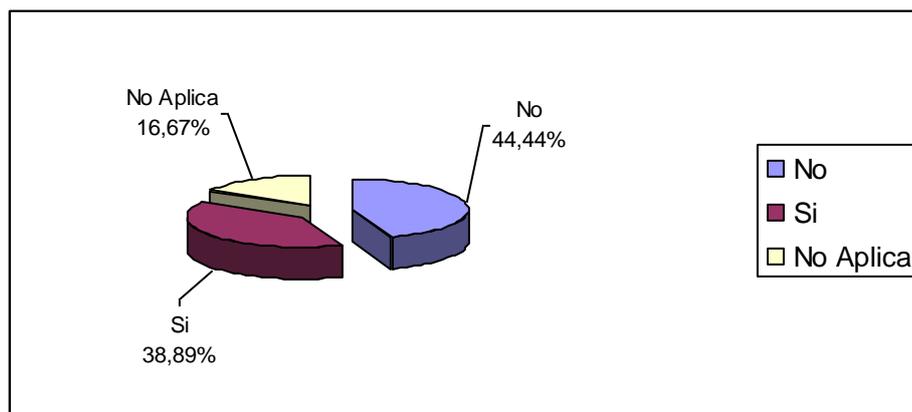
**Pregunta número 8:**

**¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?  
(APLICADA ÚNICAMENTE A PERIODISTAS)**

**Tabla pregunta número 8**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	8	44,44%
Si	7	38,89%
No Aplica	3	16,67%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 8**



Esta pregunta fue aplicada únicamente a los Periodistas, es decir a 15 personas, por lo que no aplican el resto de los entrevistados que son los 3 directores, de 15 periodistas entrevistados 8 que equivalen al 44,44% refirieron que el director del medio No les ha ayudado a resolver los dilemas éticos, 7 periodistas corresponden el 38,89% afirmaron que su Director Sí les ha ayudado a resolver los dilemas éticos. Así apreciamos que existe una división casi equitativa en la que la mayoría de los periodistas no ha recibido ayuda por parte del Director para resolver un dilema ético, y la minoría afirmó haber tenido la colaboración del Director del Medio al momento de enfrentar un dilema ético.

## PREGUNTAS QUE FUERON APLICADAS TANTO A LOS DIRECTORES DE LOS MEDIOS COMO A LOS PERIODISTAS

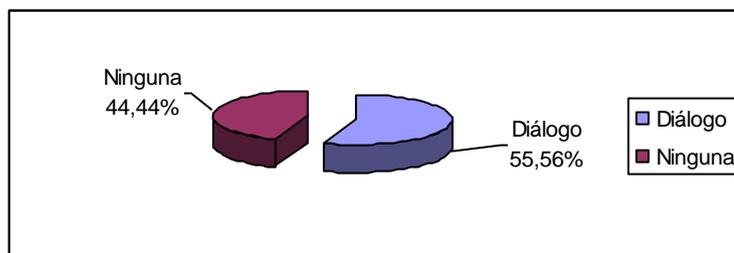
Pregunta número 9:

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

Tabla pregunta número 9

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Diálogo	10	55,56%
Ninguna	8	44,44%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 9



De 18 comunicadores entrevistados 10 que equivalen al 55,56% respondieron que la política más utilizada para resolver un dilema ético es el Diálogo, mientras que 8 comunicadores que corresponden al 44,44% manifestaron que no existe ninguna política establecida para resolver un dilema ético. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la política existente en los medios para enfrentar dilemas éticos es el Diálogo, seguidos de quienes afirmaron que no existe ninguna política para enfrentar esos casos.

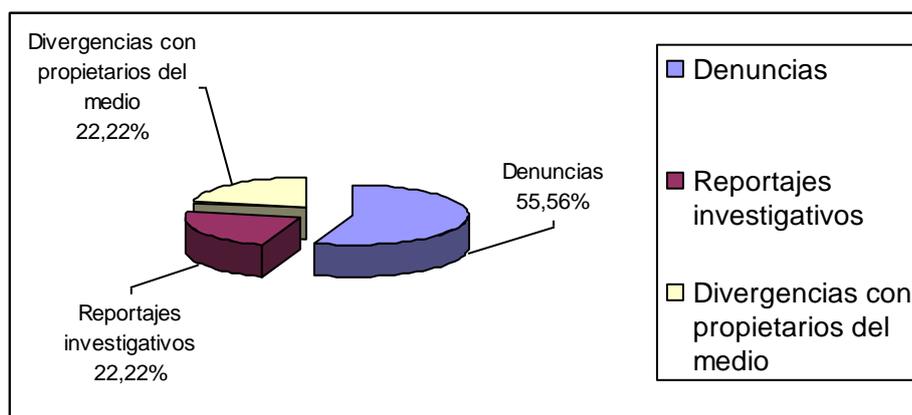
**Pregunta número 10:**

**¿Qué casos recuerda usted que le han implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico?**

**Tabla pregunta número 10**

<b>Opinión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Denuncias	10	55,56%
Reportajes investigativos	4	22,22%
Divergencias con propietarios del medio	4	22,22%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 10**



De 18 comunicadores entrevistados 10 que equivalen al 55,56% respondió que los casos que le llevaron a enfrentar un dilema ético fueron Denuncias, 4 que corresponden al 22,22% se refirió a Reportajes investigativos, y otros 4 que también significan el 22,22% manifestó haber tenido divergencias con los propietarios del medio. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de los periodistas se inmiscuyó en un dilema ético por hacer denuncias, seguidos de quienes estuvieron inmersos en dilemas éticos por haber realizado Reportajes investigativos y por tener divergencias con los propietarios del medio.

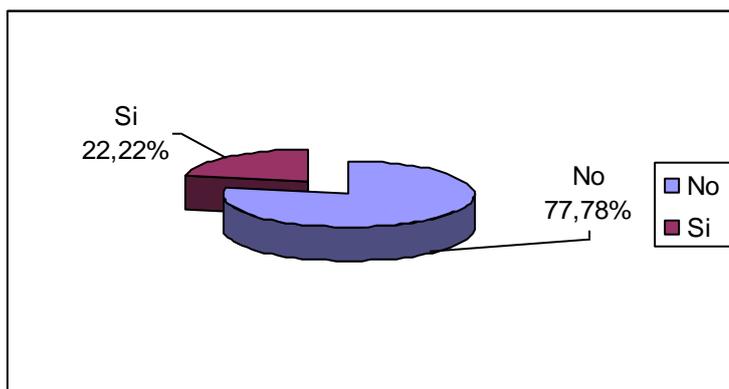
**Pregunta número 11:**

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

**Tabla pregunta número 11**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	14	77,78%
Si	4	22,22%
<b>TOTAL</b>	18	100%

**Gráfico pregunta número 11**



De 18 comunicadores entrevistados 14 que equivalen al 77,78% respondieron que la ética es una herramienta que No se utiliza frecuentemente en el ejercicio periodístico en nuestro país, mientras que 4 comunicadores que corresponden al 22,22% manifestaron que la ética Sí se usa con frecuencia. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de comunicadores afirma que la ética no se aplica usualmente en el periodismo ecuatoriano.

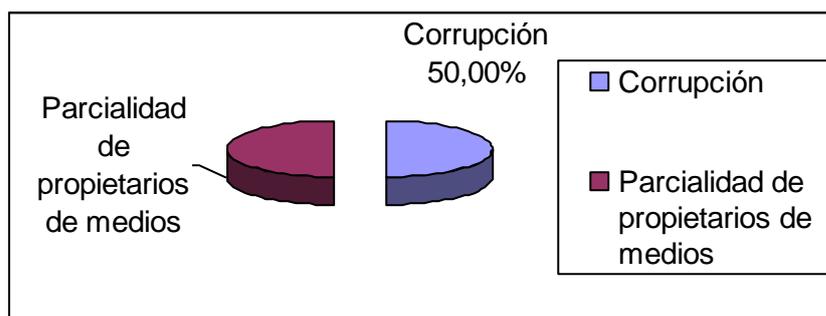
### Pregunta número 11.1

¿Por qué?

Tabla pregunta número 11.1

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Corrupción	9	50,00%
Parcialidad de propietarios de medios	9	50,00%
<b>TOTAL</b>	18	100,00%

Gráfico pregunta número 11.1



De 18 comunicadores entrevistados 9 que equivalen al 50,00% respondió que considera que la ética es una herramienta que no se la utiliza frecuentemente porque existe parcialidad de parte de los propietarios de medios, y el otro 50,00% afirmó que la ética no es una herramienta que se la utiliza frecuentemente por la corrupción. Así nos damos cuenta de que en esta muestra existe una división totalmente equitativa en lo referente a las 2 respuestas obtenidas por parte de las dieciocho personas que colaboraron con esta encuesta, y las opiniones se dividen en dos partes iguales, tanto quienes consideran que la ética no es utilizada con frecuencia por culpa de la corrupción, así como la otra mitad que considera que el motivo es la parcialidad que ejercen los propietarios de medios de comunicación de nuestro país.

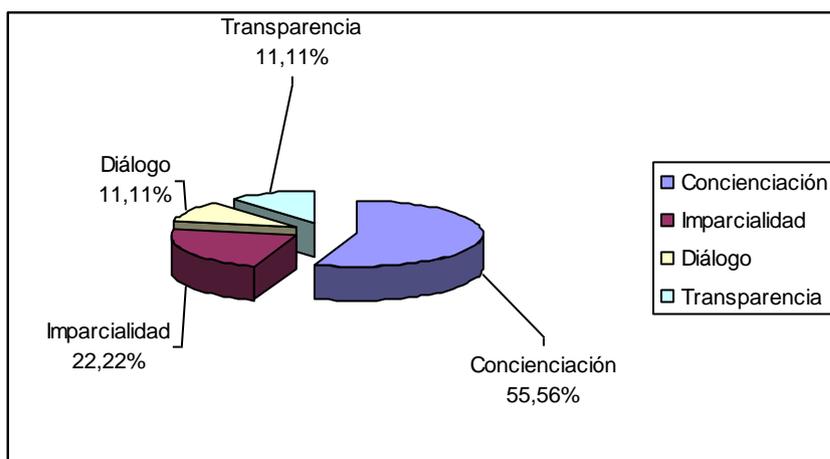
**Pregunta número 12:**

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

**Tabla pregunta número 12**

<b>Opinión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Concienciación	10	55,56%
Imparcialidad	4	22,22%
Diálogo	2	11,11%
Transparencia	2	11,11%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 12**



De 18 comunicadores entrevistados 10 que equivalen al 55,56% respondió que para hacer frente a los dilemas éticos de una mejor manera se necesita Concienciación, 4 que corresponden al 22,22% se refirió a la Imparcialidad, 2 que representan el 11,11% manifestaron que la Transparencia, y otros 2 que también significan el 11,11% manifestaron que el Diálogo. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de los comunicadores habló de la Concienciación como primera opción, seguidos de quienes nombraron a la Imparcialidad y finalmente en porcentajes iguales aparecieron opciones como el Diálogo y la Transparencia.

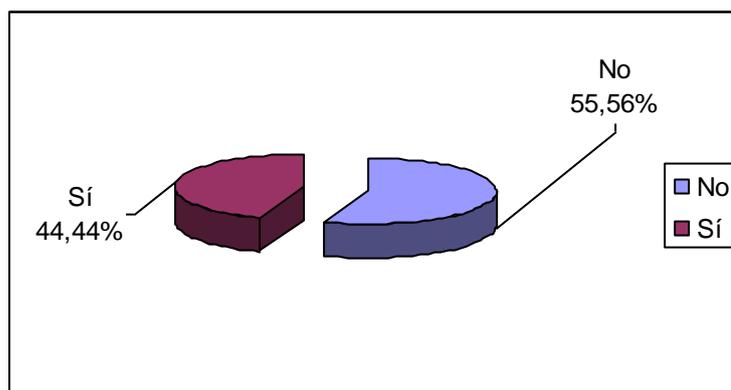
**Pregunta número 13:**

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

**Tabla pregunta número 13**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	10	55,56%
Sí	8	44,44%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 13**



De 18 comunicadores entrevistados 10 que equivalen al 55,56% respondieron que el medio para el que trabajan No cuenta con un programa o propuesta de capacitación permanente acerca de la ética, mientras que 8 comunicadores que corresponden al 44,44% manifestaron que su medio de comunicación Sí tiene un programa o propuesta de capacitación permanente en lo referente a la ética. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de comunicadores afirma que el medio para el que laboran no posee una propuesta de capacitación permanente en lo relacionado con la ética y una parte inferior de los encuestados afirma que sí se lo capacita frecuentemente con lo relacionado a temas éticos y el periodismo.

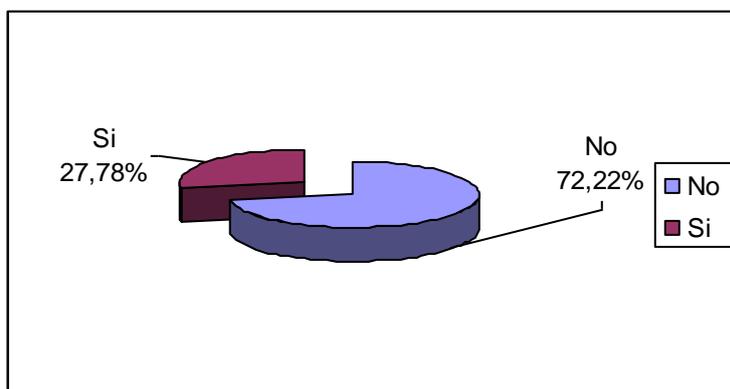
**Pregunta número 14:**

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

**Tabla pregunta número 14**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	13	72,22%
Si	5	27,78%
<b>TOTAL</b>	18	100%

**Gráfico pregunta número 14**



De 18 comunicadores entrevistados 13 que equivalen al 72,22% respondieron que los códigos establecidos No guían el trabajo periodístico, mientras que 5 comunicadores que corresponden al 27,78% manifestaron que los códigos establecidos Sí guían el trabajo periodístico. Así nos damos cuenta de que en esta muestra la mayoría de comunicadores afirma que los códigos establecidos no guían el trabajo periodístico y un grupo minoritario considera que los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.

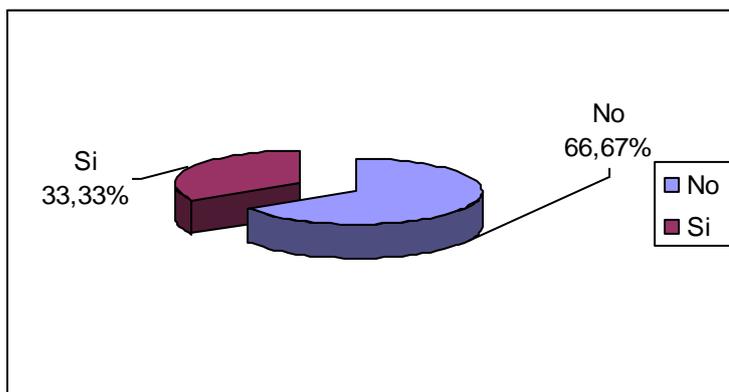
**Pregunta número 15:**

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

**Tabla pregunta número 15**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	12	66,67%
Si	6	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico pregunta número 15**



De 18 comunicadores entrevistados 12 que equivalen al 66,67% respondieron que los medios de comunicación No trabajan bajo los lineamientos de la ética periodística, mientras que 6 comunicadores que corresponden al 33,33% manifestaron que los medios de comunicación Sí trabajan bajo los lineamientos de la ética. Así vemos que en esta muestra la mayoría de comunicadores afirma que los medios de comunicación No trabajan bajo los lineamientos de la ética y un grupo minoritario considera que los medios de comunicación laboran positivamente bajo los lineamientos de la ética.

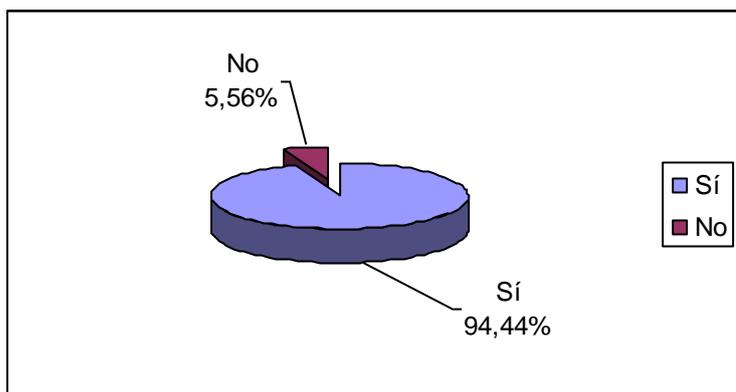
**Pregunta número 16:**

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

**Tabla pregunta número 16**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	17	94,44%
No	1	5,56%
<b>TOTAL</b>	18	100%

**Gráfico pregunta número 16**



De 18 comunicadores entrevistados 17 que equivalen al 94,44% respondieron que la ética Sí esta en riesgo en nuestro país, mientras que únicamente un comunicador, que corresponde al 5,56% opina que la ética No está en riesgo en el Ecuador. Así vemos que en esta muestra la mayoría de comunicadores afirma que efectivamente la ética está en riesgo en nuestro país, mientras que una pequeña minoría cree que la ética no corre riesgo en el Ecuador.

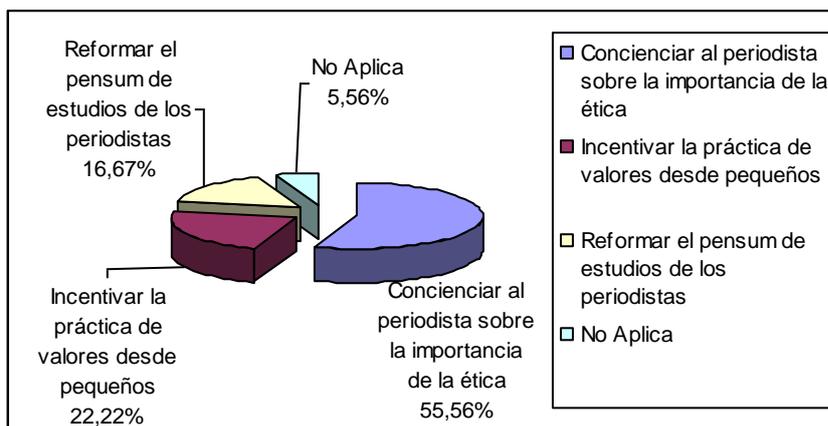
### Pregunta número 16.1

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

Tabla pregunta número 16.1

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Concienciar al periodista sobre la importancia de la ética	10	55,56%
Incentivar la práctica de valores desde pequeños	4	22,22%
Reformar el pensum de estudios de los periodistas	3	16,67%
No Aplica	1	5,56%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Gráfico pregunta número 16.1



De 18 comunicadores entrevistados, a la pregunta anterior que cuestiona si la ética se encuentra en riesgo en nuestro país solo una persona respondió negativamente, y considerando que la pregunta actual aplica únicamente a las personas que respondieron positivamente a la pregunta anterior, no es aplicable a la persona que respondió negativamente, es decir no aplica el 5,56% de la muestra, de 17 encuestados 10 que representan al 55,56% respondieron que lo que se debería hacer para que la ética no esté en riesgo en nuestro país es Concienciar al periodista sobre la importancia de la ética, 4 que implican el 22,22% considera que se debe incentivar la práctica de valores desde pequeños, y 3 equivalen al 16,67% respondió que se debe reformar el pensum de estudios de los periodistas. La mayoría de los encuestados coincidieron con que lo necesario para que la ética no esté en riesgo en el periodismo es Concienciar al periodista sobre la importancia de la ética, seguidos de quienes consideran que se debe incentivar la práctica de valores desde la infancia, y una minoría coincidió con que se debe reformar el pensum de estudios que se dan a los periodistas en las universidades.

# CAPÍTULO III

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS**

#### **3.1 Antecedentes: ¿Qué se conocía sobre la aplicabilidad de la ética en los medios TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba antes de iniciar esta investigación?**

##### **3.1.1 TVS**

Al hablar de TVS estamos refiriéndonos al primer canal de televisión abierta que tuvo la ciudad de Riobamba, tanto el canal como su noticiero han sufrido cambios y han ido evolucionando, esto ha sido positivo, pues antes de iniciar esta investigación se tenía un concepto de un canal de tinte evangélico cristiano, motivo por el cual se creía que era sumamente delicado que sus periodistas y reporteros puedan abordar denuncias y temas controversiales como la prostitución, el narcotráfico y situaciones de esta índole. En lo referente a la aplicabilidad de la ética en este medio de comunicación se tenía una idea clara a partir de que el público tenía la opción de opinar y este medio contaba con espacios abiertos al público dedicados a no únicamente presentar problemas sociales, sino a buscar soluciones a los mismos, en estos programas se apreciaba claramente la imparcialidad, pues en ese tipo de programas se daba apertura tanto a los denunciantes como a los acusados, esto daba una idea de que el equipo de trabajo de este medio laboraba aplicando la ética.

##### **3.1.2 Riobamba Stereo**

El controversial Noticiero Visión de Riobamba Stereo es una prueba de que sus periodistas son muy frontales, en el año 2006 se publicó en un diario local una lista de personas que decían ser víctimas de injurias calumniosas por parte de los periodistas que conforman este noticiero, en esta lista constaban políticos, autoridades, funcionarios públicos, así como también personas enroladas con el arte y la cultura de la provincia de Chimborazo, hecho que daba a notar la inconformidad de estas personas con el tipo de periodismo que se practica en este medio. Luego de publicada esta lista, los periodistas procedieron a exponer sus argumentos en su espacio radial, aquí citaron los motivos por los que cada una de estas personas se sintieron ofendidos, que en su mayoría eran denuncias que salieron a la luz en el Noticiero Visión en contra de los presuntos perjudicados. Los comunicadores de

Riobamba Stereo expresaron que si bien es cierto su misión es informar, pero que se debe informar con ética y parte de la ética es decir la verdad y presentar las cosas tal y como son, sin importar que se estén denunciando a autoridades o grupos de poder.

### **3.1.3 Diario La Prensa**

En este medio escrito que a pesar de no ser el más antiguo de la ciudad de Riobamba es el diario local más leído en la ciudad y provincia de acuerdo a las encuestas, en lo referente a lo que se conocía sobre la aplicabilidad de la ética en este medio previamente al inicio de esta investigación se tenía una idea clara del manejo de la ética porque al revisar cierto tipo de artículos de temas sociales muy delicados, así como también el contenido de sus editoriales pudimos apreciar que a pesar de abordar temas referentes a problemas sociales sus publicaciones se mantenían al margen de interferir en situaciones comprometedoras o excesos que significarían el incumplimiento de la ética. Esto ha sido de vital importancia para que la imagen que proyecta este medio escrito se mantenga dentro de lo normal y eso repercute en el criterio que se forma la gente con respecto a quienes laboran en este diario, pues si sus periodistas aplican la ética correctamente, el medio al que sirven gozará de credibilidad. Otra pauta sobre la aplicabilidad de la ética en este medio eran las actividades que realiza este medio que bien pueden ser su carta de presentación puesto que lo que buscan es dar solución a problemas sociales, tratando de incentivar a la niñez, juventud y personas de edad adulta a no caer en los vicios mediante actividades recreativas, deportivas y culturales.

## **3.2 Supuesto Uno: ¿la colaboración para esta investigación por parte de los medios TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba fue positiva?**

### **3.2.1 TVS**

Al solicitar por escrito a TVS el permiso y la colaboración para la realización de esta investigación, la respuesta fue positiva por parte de su presidente ejecutivo: Tlgo. Marcelo Pino, y del Director de Noticias MsC. Luis Caminos, quienes agradecieron que se tome en cuenta a este medio para realizar esta investigación, posteriormente se trabajó con los periodistas, reporteros, camarógrafos, etc, quienes se sometieron a entrevistas y encuestas, cabe destacar que a pesar de que la mayoría de los periodistas no quisieron ser grabados, decidieron colaborar pero únicamente se me permitió tomar nota, precisamente porque esta tesis aborda un tema delicado como es la ética y un tema de esta índole genera

indudablemente respuestas un poco controversiales y comprometedoras, que preferentemente se las maneja confidencialmente para evitar probables conflictos o represalias por quienes se podrían sentir afectados con esas declaraciones, acotaron que desgraciadamente cuando alguien de ellos laboraba en otro medio, han existido amenazas por parte de políticos y autoridades y que en algunos casos tuvieron que dejar de laborar como periodistas por haber emitido noticias que desfavorecen a alguien.

### **3.2.2 Riobamba Stereo**

A pesar de la fama de controversial que tienen tanto la emisora radial Riobamba Stereo como sus periodistas, desde el inicio de este trabajo existió total apertura por parte de su propietario: Lcdo. Mario Brito Zúñiga, así como también del Director de Noticias Lcdo. Ignacio Ramos Mancheno, quienes autorizaron de manera inmediata se me permita hacer esta investigación, los periodistas de esta radio fueron muy puntuales en sus declaraciones y no tuvieron ningún problema con que se graben las entrevistas, es más al referirse a los dilemas éticos que habían enfrentado mencionaron a los implicados con nombres y apellidos, inclusive se mencionaron procesos legales que enfrentaron periodistas de este medio, quienes dieron sus argumentos detalladamente, al igual que me hicieron la entrega de una copia el código de ética de la Unión Nacional de Periodistas UNP, que es el instrumento ético con el que ellos laboran, y ha sido de mucha ayuda para esta investigación, por otro lado también se ofrecieron a darme copias de las emisiones de su noticiero que fueron las más cuestionadas, tuve acceso a documentos sobre la creación de este medio y como ha ido evolucionando a pesar de las amenazas que han enfrentado sus periodistas, pues argumentan que la verdad no siempre triunfa pero como periodistas conscientes se debe hacer lo posible para que se haga justicia en todo sentido, y que la corrupción y el soborno desaparezcan al menos en el ámbito de tanta responsabilidad como es el de la comunicación social en donde debe primar la transparencia.

### **3.2.3 Diario La Prensa**

Este medio escrito colaboró exitosamente con esta investigación, su Directora Ing. Lucy Freire de Lalama quién manifestó que es un honor para el Diario La Prensa que la Universidad Técnica Particular de Loja lo haya tomado en cuenta para esta investigación que aborda un tema de vital importancia en el periodismo como es la ética, de igual manera la Ing. Freire no tuvo problema alguno en que la entrevista que se le hiciera sea grabada, por otro lado sus periodistas según indicaron prefirieron que únicamente se tome nota de las entrevistas que se les aplicaron argumentando que se estaban abordando temas de suma

delicadeza y que a pesar de que ellos están conscientes del trabajo que realizan, existen grupos de poder que pueden sentirse afectados y que prefieren evitar problemas. También tuve acceso a documentos sobre reconocimientos, actividades y un poco de datos históricos a cerca de la creación de este medio, los mismos que fueron de mucha ayuda para esta investigación.

De manera general se concluye con el cumplimiento del Primer Supuesto en el caso de los tres medios de comunicación investigados, puesto que existió la colaboración requerida para que esta tesis pueda ser realizada.

**3.3 Supuesto Dos: si los resultados son negativos se considerará que los medios TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba no trabajan éticamente.**

#### **3.3.1 TVS**

En lo referente a TVS los resultados de esta investigación nos dicen que a pesar de que lo que les agrada a sus televidentes es la diversificación de información que nos brinda este medio a través de sus noticieros, también existe conformidad con la apertura que tiene su audiencia para realizar denuncias, así como también los servicios sociales que han tenido excelentes resultados, la parte negativa es que esos mismos televidentes alegan su descontento por la excesiva apertura que este medio audiovisual les brinda a los políticos en época de campaña, generando de esta forma un sensacionalismo excesivo al momento de abordar estos temas, tampoco consideran ético el dar apertura a personas que desean denunciar cosas intrascendentes como por ejemplo el descontento de una madre de familia porque su hija no fue la ganadora en un evento de belleza, porque no es ético que un medio de comunicación de un espacio para que se emitan este tipo de cosas, el fin tanto del medio como de sus periodistas debe ser informar y orientar a la ciudadanía, persiguiendo el bien común. Por otra parte sus periodistas alegan que no se realizan actividades que refuercen la aplicación tanto de la ética como otros valores fundamentales en el periodismo y otro punto importante es la falta de diálogo entre directivos y periodistas. Esto nos revela que la aplicación de la ética no se cumple totalmente.

### **3.3.2 Riobamba Stereo**

Este medio a través de su noticiero se ha ganado la credibilidad de sus radioescuchas, y eso lo revela el ranking de sintonía con el que cuenta. Al analizar los motivos por los cuales la ciudadanía prefiere informarse mediante esta emisora es por el periodismo transparente y frontal que se maneja, además se menciona la preparación de sus comunicadores y su singular manera de hacer noticias como también la apertura que se brinda a la ciudadanía para realizar denuncias y lo que más se destaca es el periodismo investigativo. Lo que parte de la ciudadanía considera negativo sobre este medio de comunicación es la manera jocosa con la que se critica y cuestiona a funcionarios públicos que no cumplen con sus deberes, porque si bien es cierto se debe reprochar y criticar lo que no está bien pero tampoco se debe exceder en ofensas y de forma burlesca ridiculizar a la gente. A pesar de estas observaciones por parte de la ciudadanía los periodistas de este medio se encuentran conformes con las charlas sobre ética que se realizan continuamente en esta emisora, cabe destacar que de los medios visitados, este es el único que contó con un código de ética al que se rige. Así diremos que en este medio la ética se cumple pero no totalmente.

### **3.3.3 Diario La Prensa**

Al analizar los resultados de esta investigación con relación al Diario La Prensa, encontramos a sus lectores satisfechos con la aplicabilidad de la ética en este medio escrito, lo único que criticaron fue la publicación de fotografías de personas fallecidas, por no considerarlo ético y añadieron que en estos casos los comunicadores no deben pensar únicamente en vender sus ejemplares y tener primicia, sino que también deben ponerse en el lugar de los familiares y amigos de la víctima, a nadie le agrada que salga publicada en un diario la imagen desgarradora de su hermano que se suicidó. Si bien es cierto sus periodistas y editores están conformes con la aplicabilidad de la ética en este medio, pero consideran como negativa la falta de talleres y actividades que los capaciten en temas relacionados con la ética periodística y cómo enfrentar dilemas éticos de una manera adecuada, pues según manifiestan es de vital importancia tratar estos temas y estar preparados para lo que podría ocurrir. Así diremos que la ética se cumple pero que falta algo para que sea totalmente satisfactoria.

De los resultados obtenidos en el supuesto dos referente a que los medios TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba no trabajan éticamente, se comprueba el cumplimiento parcial de este supuesto.

### **3.4 Supuesto Tres: ¿las encuestas realizadas arrojan recomendaciones positivas para la aplicabilidad de la ética en los medios TVS, Riobamba Stereo y Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba?**

#### **3.4.1 TVS**

En este medio las recomendaciones arrojadas por las encuestas para la aplicabilidad de la ética fueron positivas puesto que se lograron recopilar sugerencias como la creación de talleres, charlar o actividades relacionadas con la ética periodística, mayor diálogo y apertura por parte de dirigentes y directivos del medio, también se recomienda no dar mayor cobertura a noticias netamente protocolarias en las que intervienen autoridades, ni dar tanta apertura a los políticos en época de campaña, sino priorizar las denuncias que realizan sus televidentes y los reportajes relacionados con problemas sociales que son los que realmente interesan a la comunidad. Así como también en el aspecto técnico se sugiere la ampliación de su cobertura para llegar a más personas, refiriéndose específicamente a las comunidades indígenas que ni siquiera cuentan con la señal de los canales de televisión nacionales, y no por su condición social deben estar desinformados, puesto que parte de la ética periodística es informar a la ciudadanía.

#### **3.4.2 Riobamba Stereo**

En el caso de esta emisora radial encontramos varias recomendaciones positivas tanto de sus radioescuchas que sugieren que se siga dando apertura a la ciudadanía para que realice denuncias y emita su criterio al aire para de esa forma continuar haciendo ese periodismo frontal y transparente sin importar quien pueda sentirse afectado, por otra parte se sugirió que se baje el tono a ciertos comentarios y que se maneje de manera más cautelosa lo indignados que se puedan sentir no solo como periodistas sino como ciudadanos al momento de encontrar irregularidades. La sugerencia que dan los periodistas que laboran en este medio es que se tome muy en cuenta desde a una persona que se la da la frecuencia de una emisora radial, observando su grado de preparación y que por lo menos alguien que decide inmiscuirse en el ámbito de la comunicación social tenga cultura general, y ser más exigentes aún con los periodistas a quienes se contrata, que sea gente honesta, no sobornable. Otra recomendación es que los gremios de periodistas no sean politizados, que siempre sean electos democráticamente, porque desgraciadamente la política está muy contaminada y el periodismo por ningún motivo deberá mezclarse con la política. Los códigos de ética de la Unión Nacional de Periodistas UNP deberán ser

revisados minuciosamente, y que su contenido sea aprendido y aplicado por todos quienes ejerzan la profesión de comunicadores sociales

### **3.4.3 Diario La Prensa**

En este medio impreso una de las recomendaciones que hicieron los lectores para la aplicabilidad de la ética en este medio es que sus periodistas tengan mucha cautela con no publicar imágenes muy crudas, porque lo que primero miran quienes leen el periódico son la imagen y el título del artículo. Los periodistas de este medio a parte de hablar de la importancia del diálogo y la creación de actividades a nivel profesional que refuercen el conocimiento de instrumentos éticos en donde se compartan experiencias y opiniones de periodistas que enfrentaron este tipo de situaciones y la manera en que lograron salir de ellas, las mismas que serán de mucha ayuda al momento de resolver dilemas éticos, de los que ningún periodista se encuentra exento. Otro aspecto que se mencionó fue la autoeducación que debe tener un comunicador social, porque en un mundo globalizado como el nuestro todo ciudadano y con mayor razón un periodista debe ser autodidacta y multifacético, es decir debe estar preparado para abordar cualesquier tipo de temas puesto que su labor requiere mucha responsabilidad.

En el tercer supuesto podemos comprobar que las personas encuestadas sugieren arrojan recomendaciones positivas en vista de que todas ellas mejorarían la actividad periodística en los medios motivo de la presente investigación.

# CAPÍTULO IV

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO**

#### **4.1 Definición de los resultados de la investigación**

##### **4.1.1 TVS**

El trabajo de investigación relacionado con este medio televisivo nos conduce a reflexionar sobre la falta de aplicabilidad de la ética periodística, porque muchas veces se aprovecha la particularidad de este medio (imagen y sonido) para polemizar situaciones sin trascendencia, no obstante en cuestiones verdaderamente relevantes se cierra el paso a la cobertura por aspectos de varia índole.

Este instrumento de comunicación influye notablemente en el público por sus características, ejerciendo cierto tipo de presión mediante sus imágenes, por esta razón es el preferido de la comunidad al momento de realizar denuncias o transmitir noticias por considerarlo más convincente a través de imagen y sonido que en un medio que solamente nos brinda una de las dos posibilidades.

##### **4.1.2 Riobamba Stereo**

En el caso de esta radio la situación se presenta de una manera favorable, puesto que a pesar de las críticas que enfrenta por parte de las personas que son cuestionadas en este medio por sus actos, cuenta con la credibilidad y aprobación de la mayor parte de la ciudadanía riobambeña, de igual manera existe satisfacción de sus periodistas con la forma de manejar y enfrentar los dilemas éticos, así como también con la apertura y apoyo que tienen no solo entre periodistas, sino también con los directivos de este medio, generando así un ambiente de camaradería y respeto.

Por otro lado parte de la ciudadanía no concuerda con la forma un tanto burlesca que existe al momento de cuestionar a las autoridades. La población riobambeña se encuentra a gusto con la apertura que brinda esta emisora radial para expresar su opinión.

### **4.1.3 Diario La Prensa**

En este medio impreso que si bien es cierto ha contribuido notoriamente con los riobambeños y chimboracenses a través de sus actividades.

En los resultados que nos brinda esta investigación encontramos que a pesar de existir conformidad por parte de sus lectores y periodistas se cuestiona cierto tipo de imágenes de crónica roja que se publican, otro punto negativo es la apertura que se brinda a los políticos en época de campaña, dedicando gran parte de su espacio tanto a propaganda como a entrevistas de esta índole, tema que es rechazado por la ciudadanía.

## **4.2 Relación de los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista**

### **4.2.1 TVS**

Respecto al artículo 17 que dice: “El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país”; en el proceso de investigación se pudo constatar que TVS lo cumple a cabalidad a través de su programa “Chimborazo por dentro” en donde se presentan alternativas para el rescate de nuestra identidad por medio de reportajes relacionados con cultura, historia y valores. Por otro lado se encontró que en el CAPÍTULO II: De la Calidad de los Programas, al revisar el Artículo 56 que dice: “Toda publicidad de empresas, entidades o actividades nacionales o extranjeras que transmitan las estaciones deberán elaborarse en el país con personal ecuatoriano”; en este canal se transmite mucha publicidad en la que participan únicamente personas extranjeras, incumpléndose de esta manera el artículo citado. María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo se refieren a que en 33 códigos de ética periodística de diferentes países se citan normas sobre contenidos de la información, que abarcan a los que rechazan noticias y comentarios que favorezcan algún tipo de discriminación, por ejemplo el código egipcio considera que se debe dar información privilegiada sobre: conservación de todo el territorio nacional, prosecución de la evolución hacia el socialismo, democracia como único marco de trabajo, construcción del Egipto árabe, promoción de la paz del mundo y defensa de la libertad de prensa.

De esta manera vemos que si bien es cierto al hablar del África y de un país sumamente religioso y conservador como Egipto, existen códigos éticos en la rama periodística relacionados de cierta manera con la calidad de los programas, en el Ecuador con mayor razón se debe hacer cumplir el Código Ético de los Periodistas en lo referente a este punto, que es fundamental en el desarrollo tanto de los medios de comunicación como de la formación de nuestros ciudadanos.

#### **4.2.2 Riobamba Stereo**

En este medio se mencionó al Artículo 39, que dice: “Toda estación radiodifusora o televisora goza de libertad para realizar sus programas y, en general para el desenvolvimiento de sus actividades comerciales y profesionales, sin otras limitaciones que las establecidas en la Ley”. Se cita este artículo puesto que en una ocasión personeros del Ilustre Municipio de Riobamba retiraron la publicidad que esta entidad tenía en Riobamba Stereo porque un funcionario municipal, recibía críticas y cuestionamientos por parte de los periodistas de esta emisora. Sobre este tema tan importante que es la libertad de la que goza un periodista para hacer su programa, el código de las Naciones Unidas hace referencia de la siguiente manera: “La libertad de información y prensa es un derecho fundamental del hombre y la piedra de toque de todas las libertades reconocidas. Esta libertad estará tanto mejor salvaguardada si con un esfuerzo serio de voluntad el personal de prensa y de información no deja nunca que se debilite el sentimiento de la propia responsabilidad y se percata cada vez más profundamente de la obligación moral que incumbe de ser sincero y de aspirar a la verdad”.

Cabe destacar también que el código ético de periodistas de Suiza dice que: “del derecho del público a conocer los hechos y opiniones proviene el conjunto de deberes y derechos de los periodistas”. De esta forma diremos que es fundamental la libertad para emitir programas, porque se encierra la libertad de prensa, que es un factor fundamental para la ética periodística.

El Artículo 22 que dice: “ 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”. Se conoció que muchas veces los periodistas de este medio no han contado con el apoyo de la FENAPE al atravesar cierto tipo de

persecuciones dentro de su desempeño profesional. También debemos considerar que veinte y nueve códigos de ética periodística a nivel mundial nos hablan de los deberes gremiales, pues erradamente se pretendería dar una buena imagen a los receptores si no existe armonía entre colegas, por ejemplo el código inglés trata sobre la importancia de asociarse, velar por su buen nombre, contribuir a las tareas comunes, el respeto a normas jurídicas y asociativas de la profesión, es decir, lo importante que es interactuar y mantener una buena relación entre colegas. Los códigos griego y nigeriano rechazan difamaciones hacia colegas, en los códigos chileno y venezolano también se habla de la solidaridad que debe existir para con los colegas que sufrieran persecución. Así nos damos cuenta de lo importante que es la unión entre colegas y lo fundamental de la despolitización de los gremios periodísticos.

#### **4.2.3 Diario La Prensa**

Se cita al Artículo 29 que dice: “El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las Fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión”. En una ocasión una autoridad provincial pretendió amedrentar a periodistas de este medio con amenazas por haber publicado una noticia que cuestionaba la labor de esta persona, por tal razón el diario denunció este hecho ante la FENAPE. El Artículo 8 que dice: “El periodismo está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y medio ambiente”. El diario realiza constantemente actividades relacionadas con la preservación de nuestro ecosistema. El bien común y el periodista están ligados de manera intrínseca, puesto que tanto los medios de comunicación como los periodistas se deben a la sociedad, y por ello veinte y tres códigos éticos periodísticos a nivel mundial hacen referencia a este tema, en Francia su código nos dice que: “el periodista debe situar el interés general sobre los intereses particulares”, el código de la UNESCO también hace referencia a este punto manifestando lo siguiente: “ La información es un bien social... las normas profesionales prescriben al periodista el respeto total de la comunidad nacional”. En Bélgica e Israel se cataloga al periodista como un “servidor del interés general”.

No únicamente por lo que dicen los códigos éticos sino por ser un deber moral, los periodistas y medios de comunicación deben tener como prioridad el bien común, puesto que son ciudadanos y desempeñan un rol muy delicado y de mucha responsabilidad en la sociedad, independientemente del lugar en el que se desempeñen.

### **4.3 Análisis, explicación y argumento de un tema periodístico en el que no se cumple el Código de ética.**

#### **4.3.1 Análisis**

Al revisar la sección de crónica roja del Diario La Prensa, muchas veces encontramos imágenes muy crudas, las mismas que están generalmente acompañadas por títulos de tinte amarillista que por su contenido logran llamar la atención de los lectores, pretendiendo mostrar la realidad sobre la violencia y decadencia de valores por los que atraviesa nuestra sociedad. Al revisar esta sección del medio impreso mencionado encontramos fotografías desgarradoras de cuerpos sin vida, de personas que se han suicidado o que han sido heridas por delincuentes o muchas veces en riñas, producto de los efectos del alcohol o la droga.

#### **4.3.2 Explicación**

Al ser el diario La Prensa el que goza con mayor aceptación en la provincia de Chimborazo, siendo el medio impreso más vendido, si bien es cierto la crónica roja no realiza ningún aporte a la cultura y al bien común. Muchas personas consideran que la crónica roja es parte de nuestra realidad, y a más de eso está comprobado que el sensacionalismo vende, una imagen dice más que mil palabras, no importa lo cruda que resulte pero mientras llame la atención y produzca ganancias tendrá éxito. Estas imágenes son reales y queramos o no aceptarlo, lamentablemente forman parte de nuestra dura realidad. El simple hecho de que un medio de comunicación cuente con un espacio de crónica roja muchas veces puede ser objeto de cuestionamiento.

#### **4.3.3 Argumento**

Por más desagradable y anti ético que nos parezca el contenido de la sección de crónica roja del diario La Prensa, mínimo sentido de consideración con cualesquier persona sin importar cuan crueles fueron sus acciones y que se lo haya catalogado como el más despreciable de los delincuentes, todo ser humano y su familia merecen respeto, sería bueno que quienes captan, publican y escriben sobre esas macabras imágenes se pusieran por un instante en el lugar de los parientes o amigos de las víctimas. Se describen los asesinatos o sanguinarias muertes detalladas de manera escalofriante, pensamos que no es malo publicar los acontecimientos, lo reprochable es olvidar que somos seres humanos que no nos encontramos exentos de sufrir una desgracia.

**CAPÍTULO V**

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Conclusiones**

1. No todos los medios poseen un código ético al cual regirse y como consecuencia de ello sus periodistas desconocen los derechos y deberes de los comunicadores sociales.
2. Los periodistas consideran que la ética está en riesgo en nuestro país ya que no existe el debido control al momento de dar una frecuencia radial o televisiva o dar espacio a un medio impreso.
3. La credibilidad que tiene la comunidad hacia los medios se está perdiendo por la falta de profesionalismo de ciertos comunicadores sociales que por no laborar con ética crean una mala imagen de los periodistas.
4. No existe unión ni el respaldo necesario entre organizaciones de periodistas porque los comunicadores sociales alegan que muchas veces los gremios están politizados.
5. Una de las falencias es la falta de preparación a cerca de temas relacionados con la ética de los periodistas tanto en las universidades como en los medios de comunicación.
6. El incumplimiento del código de ética profesional por parte de los medios de comunicación en varios de sus artículos, especialmente en lo relacionado con su programación.
7. Falta de interés en tratar temas relacionados con la ética periodística por parte tanto de los propietarios de los medios como de los periodistas.

## 5.2 Recomendaciones

1. Que todos los medios de comunicación del país cuenten con un código de ética y que sea distribuido y analizado con sus periodistas.
2. Establecer requisitos básicos a las personas que pretenden ser propietarias de medios de comunicación para otorgar una frecuencia, porque esto implica una gran responsabilidad.
3. Realizar un seguimiento sobre la labor que desarrollan los periodistas desde que inician sus actividades y si alguien comete una falta grave sancionarlo de inmediato basándose en el código de ética
4. Despolitizar los gremios de periodistas, con el fin de garantizar un trabajo transparente.
5. Revisar el pensum de estudios en las facultades de Comunicación Social, poniendo énfasis en temas éticos y realizar una capacitación permanente sobre la ética periodística en los medios de comunicación.
6. Revisar la programación que se emite en los medios y controlar que se cumplan los artículos establecidos en la Ley.
7. Concienciar tanto a propietarios de medios como a periodistas y comunidad en general sobre la importancia de la ética en la vida de todo ser humano y de manera especial en el ejercicio profesional de un comunicador social.

## BIBLIOGRAFÍA

- BALLE Francis, **Comunicación y sociedad, evolución y análisis comparativo de los medios**, Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1994.
- BERLO David, **El Proceso de la comunicación**, Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1969.
- COLEGIO DE PERIODISTAS DE PICHINCHA, "Código de Ética Profesional", Quito, 2003.
- CRESPI Irving, **El Proceso de opinión pública**, Ariel Comunicación, España, 2000.
- CUESTA Ubaldo, **Psicología Social de la Comunicación**, Edición Cátedra, Madrid, 2000.
- AJENJO Alberto, **Dirección y Gestión de Proyectos**, Editorial RA-MA, Madrid, 2000.
- GRIJELMO Alex, **El estilo del periodista**, Ediciones Taurus, Madrid, 1997.
- GUTIERREZ Juan, **Periodismo de opinión**, Editorial Paraninfo, Madrid, 1984.
- HERRAN María Teresa y RESTREPO Javier Darío, **Ética para periodistas**, TM Editores, Bogotá, 1995.
- IGLESIAS Francisco, **Marketing Periodístico**, Ariel Comunicación, España, 2001.
- MACIONIS John y PLUMMER Ken, **Sociología**, Traduc. Del ing. por Roberto Garvía y Celia Valiente, Prentice Hall, Madrid, 1999.
- REARDON Kathleen, **La Persuasión en la comunicación**, Editorial Paidós Comunicación, España, 1991.
- SALTOS Napoleón y VÁSQUEZ Lola, **Ecuador: su realidad**, Fundación José Peralta, Artes Gráficas Silva, Quito, 1998.
- TANNEN Débora, **Yo no quise decir eso**, Editorial Paidós Comunicación, España, 1999.
- TAUFIC Camilo, **Periodismo y lucha de clases, la información como forma de poder político**, Editorial Nueva Imagen, México, 1987.
- TOUSSAINT Florence, **Crítica de la información de masas**, Editorial Trillas, México, D.F., 1997.
- VILLAMARÍN José, **Síntesis de la historia universal y de la comunicación social y el periodismo**, Editorial Radmandí, Quito, 1997.

## PÁGINAS WEB

[www.utpl.edu.ec](http://www.utpl.edu.ec)

[www.uasb.edu.ec](http://www.uasb.edu.ec)

[www.unisek.edu.ec](http://www.unisek.edu.ec)

[www.unl.edu.ec](http://www.unl.edu.ec)

[www.riobambastereo.com](http://www.riobambastereo.com)

[www.laprensa.com.ec](http://www.laprensa.com.ec)

[www.diariolosandes.com.ec](http://www.diariolosandes.com.ec)

[www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)

[www.hoyonline.com.ec](http://www.hoyonline.com.ec)

[www.elpais.es](http://www.elpais.es)

[www.revistas.sim.ucm](http://www.revistas.sim.ucm)

[www.fao.org](http://www.fao.org)

[www.ecuavisa.com](http://www.ecuavisa.com)

[www.teleamazonas.com](http://www.teleamazonas.com)

[www.presidencia.gov.ec](http://www.presidencia.gov.ec)

[www.municipioderiobamba.gov.ec](http://www.municipioderiobamba.gov.ec)

[www.flacso.org](http://www.flacso.org)

[www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.unesco.org.ec](http://www.unesco.org.ec)

[www.comisionanticorrupcion.gov.ec](http://www.comisionanticorrupcion.gov.ec)

[www.revolucionciudadana.org](http://www.revolucionciudadana.org)

[www.participacionciudadana.gov.ec](http://www.participacionciudadana.gov.ec)

[www.masterperiodismocientifico.org](http://www.masterperiodismocientifico.org)

[www.academiaperiodismo.org](http://www.academiaperiodismo.org)

[www.tvyvideo.com](http://www.tvyvideo.com)

[www.ecuadorinmediato.com](http://www.ecuadorinmediato.com)

**ANEXOS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

*La Universidad Católica de Loja*

## Escuela de Comunicación Social

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

### A. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad:.....Ciudad: .....

Título:.....Ocupación:.....

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

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

### **PRENSA**

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

#### Nacionales

#### Locales

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

- A) La Prensa
- B) Los Andes

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**

- A) Ecuavisa
- B) Gamavisión
- C) Teleamazonas
- D) Telesistema
- E) TC Televisión

#### **Locales**

- A) Ecuavision
- B) TV Sultana
- C)

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?
- | <b>Nacionales</b>                    |  | <b>Locales</b>     |                          |
|--------------------------------------|--|--------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> A) La Luna  |  | A) Riobamba Stereo | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Sucre    |  | B) Infinita        | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Sonorama |  | C) Andina          | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> D) La Bruja |  | D) Fórmula 3       | <input type="checkbox"/> |
13. De acuerdo a la respuesta anterior. ¿Qué tiempo escucha la radio?
- A) 1 – 3 horas
  - B) 4 – 6 horas
  - C) 7 – 9 horas
  - D) 10 en adelante
14. ¿Qué le desagrada de las radios nacionales?
- A) Falta de profundidad
  - B) Información poco objetiva y desconceptualizada
  - C) Descontextualización
  - D) Otros.....
15. ¿Qué le agrada de las radios?
- A) Diversificación de información
  - B) Más tiempo para el desarrollo de las noticias
  - C) Está abierta a la opinión ciudadana
  - D) Otros.....

**INTERNET**

16. ¿Qué páginas o sitios visita con mayor frecuencia?
- A) Informativos
  - B) Comunidades virtuales (hi 5, You Tube)
  - C) Blogs
  - D) Entretenimiento
  - E) Otros.....
17. ¿Qué le agrada de la Internet?
- A) Convergencia de medios
  - B) Diversidad de información
  - C) Rapidez de acceso a información
  - D) Otros.....
18. ¿Qué le desagrada de Internet?
- A) La pornografía
  - B) Información no confiable
  - C) El abuso de la libertad de expresión en algunos sitios
  - D) Otros.....

**RESPONSABILIDAD**

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

SI

NO

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

SI

NO

Cuál es su interpretación de la frase

.....

.....

.....

¿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) .....

21. ¿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)

.....  
.....

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

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

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

24. Conteste Sí o No a las siguientes afirmaciones

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

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

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

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

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

SI  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!**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**TEMÁTICAS DE LAS ENTREVISTAS**

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

## DIRECTOR Y PERIODISTA

9. ¿Qué políticas hay en el medio para resolver los dilemas éticos?
10. ¿Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico.
11. De lo que puede percibir en el entorno, el ejercicio periodístico en el Ecuador. Usted considera que la ética es una herramienta que se la utiliza frecuentemente.

SI

NO

¿Por qué?.....

12. ¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera?
13. ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?
14. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.
15. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación. ¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?
16. ¿La ética está en riesgo en el país?

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

## **ENTREVISTAS REALIZADAS A PERIODISTAS DE TVS**

### **ENTREVISTA # 1**

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

No hay algo establecido pero de acuerdo a la investigación se maneja la ética.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

No

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

No

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

Se lo resuelve y discute en el Departamento de noticias, entre todos los compañeros implicados mediante el diálogo.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí

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

Ninguna, solo el diálogo

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

En las elecciones anteriores se mostraron ciertos intereses políticos por parte de los directivos de este medio, pretendiendo influenciar en la información.

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

No

**¿Por qué?**

Está a la vista principalmente en radios que se deben a intereses particulares.

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

Preparación académica y que los dueños de los medios sepan algo de Comunicación.

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

No

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

No hay códigos

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

No

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

Sí

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

Los gremios de periodistas deberían capacitar más a los periodistas en el nivel Ético.

Periodista TVS.

## ENTREVISTA # 2

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

Imparcialidad.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

No

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

No

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

El Director de noticias, analizando el problema.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí

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

El diálogo.

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

Cuando laboraba en otro medio, un miembro de la policía intentó sobornarme para que no presenten tomas en donde este individuo cometía una falta, el dueño del medio no permitió que este reportaje salga al aire.

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

No

**¿Por qué?**

Casi siempre los medios se van a favor de las conveniencias de los dueños de los medios.

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

La independencia entre las noticias y los dueños de los medios de comunicación.

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

No

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

No se aplican, máximo el 20 o 30 %.

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

Algunas ocasiones

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

Sí

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

Esto debe venir desde el inicio, el hogar y la educación.

Periodista TVS.

### **ENTREVISTA # 3**

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

Respeto, transparencia, credibilidad.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

No tiene.

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

No

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

Se trata internamente con el dueño del canal.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

No he tenido ningún problema grave.

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

Diálogo.

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

No he tenido problemas realmente graves, lo típico, que la gente que está cometiendo una falta no desea que se le filme y ese tipo de cosas.

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

No

**¿Por qué?**

La ética lamentablemente se va a un lado por preferencias y favores políticos.

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

Es un problema cultural, se necesita preparación de ética en las aulas.

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

No

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

No hay ningún código.

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

No

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

Sí

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

El diálogo y tratar de cambiar la cultura desde pequeños.

Periodista TVS.

## **ENTREVISTA # 4**

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

Investigación, triangulación de fuentes

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Es la imparcialidad

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí

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

Depende del problema se lo dialoga con el Director de Noticias o con el Presidente ejecutivo.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

Confrontación de fuentes.

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

No me he encontrado inmerso en este tipo de dilemas porque he tratado de siempre manejarme profesionalmente.

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

No

**¿Por qué?**

Todo está sujeto al interés comercial y político de las instituciones.

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

El cambio de actitud del periodista.

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

Muy poco

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

No, muy poco.

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

No

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

Sí

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

Dejar de lado la corrupción.

Periodista TVS.

## **ENTREVISTA REALIZADA AL DIRECTOR DE NOTICIAS DE TVS**

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

Se rigen por el código ético del periodista, en el canal nunca se ha diseñado.

**2.-Sus periodistas conocen el código ético del medio?**

No tenemos código en el canal.

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

Se imponen periodistas y la cabeza no ha hecho ningún código ético.

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

Se resuelve con círculos de análisis, entre quienes pertenecen al departamento de noticias.

**5.-Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos?**

Sí, a diario, es como pelear contra una plaga, hay mucha presión y chantaje en los dos últimos años

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

El diálogo, se analiza el problema y se dan soluciones.

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

Casi me cuesta el puesto hacer una caricatura referente a una autoridad local que no cumple con sus funciones y esta autoridad cuestionó mi libertad de expresión verbalmente.

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

No

**¿Por qué?**

Hay muchos periodistas que son sicarios de la información, sacan solo lo que les conviene, solo lo malo y no plantean problemas, informan cuando hay algo de por medio.

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

Respetar la ley básicamente.

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

Nunca desde la cabeza, por iniciativa de los periodistas asisten a capacitaciones.

**11.-Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

La planificación está muy bien hecha pero nadie la respeta.

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

Tenemos una lucha diaria contra eso pero no se cumple.

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

Está resquebrajada y con el tiempo ella y los periodistas van a desaparecer.

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

Deberían reformar la formación del periodista, se debe empezar con los códigos de ética y no con redacción en las universidades, estamos desde atrás hacia delante, pues no sirve de nada hablar bien si no se sabe pensar.

Luis Caminos Vargas

Máster en Docencia Universitaria

Labora 5 años en este medio

Director de Noticias de TVS

## ENTREVISTAS APLICADAS A PERIODISTAS DE RIOBAMBA STEREO

### ENTREVISTA # 1

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

Ética, profesionales que permiten las leyes en los medios de comunicación.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Si, estamos basados en el periodismo e imparcialidad

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

No, se rige a la visión del dueño del medio.

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

Enfrentarse en conjunto: dueño, directores, y periodistas mediante el diálogo.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

Reuniones semanales de análisis.

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

El Ex Presidente de la Federación Deportiva de Chimborazo le siguió juicio a la Radio, básicamente por las noticias emitidas en el noticiero, la radio ganó las tres instancias.

**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?**

Sí

**¿Por qué?**

Se la utiliza frecuentemente pero es mal empleada en el país y no se la cumplirá a cabalidad porque no hay periodistas capacitados.

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

Primero que en los medios de comunicación exista gente preparada para ser Comunicador, que se de a gente responsable el puesto de comunicador social.

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

Análisis diario, semanal y compromiso social.

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí y son la base para tener credibilidad.

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

No todos, muy pocos

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

Sí

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

Concienciación de propietarios de medios y de quienes ejercen espacios de Comunicación.

Carlos Roberto Andino,  
Licenciado en Comunicación Social  
labora 14 años en este medio.

## ENTREVISTA # 2

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

Entrevista, diálogo, conversación, dar oportunidad a la defensa, investigación Previa.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Sí.

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí.

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

Manejar de acuerdo a la ética sin compromisos.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

Reuniones semanales y diálogo.

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

La corrupción existente en la FEDECH por parte de su ex presidente que fue denunciada en este medio, existió apoyo para la radio por parte de la ciudadanía, mas no por parte de los gremios periodísticos.

En otra ocasión el presidente de un club deportivo nos ofendió a los periodistas con palabras muy groseras y cuando denunciemos este hecho en nuestra programación, el tuvo que pedir disculpas a AER, pues no podíamos permitir que se nos falte al respeto.

**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?**

Muy poco, contados.

**¿Por qué?**

La ética profesional queda de lado y prevalece el dinero.

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

Poner los principios antes que intereses personales.

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

Análisis semanal.

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí pero hacen falta modificaciones.

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

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

No, no llegan a mucho.

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

Sí por la corrupción.

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

No mezclar el trabajo profesional con asuntos políticos ni sociales.

Gerardo Zavala, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, labora 6 años en este medio.

### ENTREVISTA # 3

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

Moral, respeto y profesionalismo

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Si.

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí.

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

Director de la radio, el gerente y se utiliza como primera opción el diálogo.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

Diálogo, reunión y exposición de todas las partes.

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

El caso de corrupción en la FEDECH por parte de su ex presidente que desgraciadamente sigue laborando en esa institución a pesar de que la radio ganó el proceso legal.

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

No.

**¿Por qué?**

Porque los periodistas se venden.

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

Preparación y concienciación de los periodistas.

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

Sí

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí.

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

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

No.

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

Sí

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

Concienciación, el honor de la persona es lo más importante.

William Zavala, estudiante de Comunicación Social, labora 5 años en este medio.

## **ENTREVISTA REALIZADA AL DIRECTOR DE NOTICIAS DE RIOBAMBA STEREO**

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

Se toman en cuenta los principios de la Constitución que son: libertad de expresión, código de ética profesional, radiodifusión nacional AER con autonomía en cada núcleo.

**2.-Sus periodistas conocen el código ético del medio?**

Pocos

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

Como empresa no, se sobreentiende que ya se prepararon.

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

Se reúnen el gerente, el director y alguien de noticias, se lo analiza abiertamente.

**5.-Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos?**

Sí, algunas veces cuando está de por medio un cliente de la radio o una autoridad.

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

Diálogo y documentación.

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

Un grupo político ofreció dinero a cambio de mi salida de este medio de comunicación.

El Municipio ofreció poner publicidad en la radio a cambio de que se baje el tono a las críticas al alcalde en el noticiero.

**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?**

En pocos medios y en pocas personas.

**¿Por qué?**

Por la carencia de valores

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

Tres cosas:

- 1.- Respeto y apoyo al periodismo por parte de toda la sociedad.
- 2.- Depende del criterio de los propietarios del medio, respeto a la vigencia y libertad de la democracia.
- 3.- Formación de las personas en lo ético y profesional.

Mezclando estas tres recomendaciones se obtendrán excelentes resultados.

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

No, pero tenemos un diálogo general cada semana.

**11.-Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí, depende que se lo usen.

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

Muy pocos.

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

Sí

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

Actuar con transparencia basados en su propia conciencia, implica el riesgo de que Telemazonas sea un canal vetado y que RTS tenga mucha publicidad.

Luis Ignacio Ramos Mancheno  
Licenciado en Comunicación Social  
Labora 12 años en este medio  
Director de Riobamba Stereo

## ENTREVISTAS APLICADAS A PERIODISTAS DE DIARIO LA PRENSA

### ENTREVISTA # 1

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

Informar con transparencia.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Si

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí

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

Se lo resuelve investigando y dialogando entre compañeros.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

El diálogo.

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

Generalmente los políticos desean que se publiquen únicamente eventos sociales a los que ellos asisten y eso no es ético.

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

No

**¿Por qué?**

Porque cada vez existe menos honestidad en la gente.

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

Preparación y valores.

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

Sí.

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí

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

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

Depende, hay buenos y malos.

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

Sí

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

Valores éticos, morales y honestidad.

Periodista Diario La Prensa.

## ENTREVISTA # 2

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

Ir a la fuente y ser imparciales

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Si

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí

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

Generalmente se dialoga entre todos porque somos un equipo.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

Autoevaluarse.

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

Inoperancia de autoridades que se molestan cuando se publican sus falencias.

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

No

**¿Por qué?**

La razón primordial es la decadencia de los valores.

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

Ser auténticos, informar con la verdad, y ser profesionales.

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

Sí.

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Absolutamente

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

Lamentablemente existen medios que no lo hacen, y son la mayoría.

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

Sí

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

Capacitar a los periodistas, dueños de medios y ciudadanía en general sobre la importancia de la ética en el ejercicio profesional de un comunicador social.

Periodista Diario La Prensa.

### ENTREVISTA # 3

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

Profesionalismo

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Si

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí

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

Nos reunimos todos y luego de analizar el problema se buscan soluciones.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí, varias veces.

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

Ir a la fuente y revisar las dos versiones.

**7.- ¿Qué casos recuerda usted que le han implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico?**

Cuando alguien comete un error debe reconocer y he tenido problemas con personas que se niegan a dialogar con la prensa, incluso han intentado agredirme.

**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?**

Casi no se la utiliza.

**¿Por qué?**

El afán de tener dinero y poder a cualquier precio se han convertido en la razón primordial para que la ética se utilice cada vez menos.

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

Darnos cuenta de que el dinero no compra el buen nombre.

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

Sí.

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí

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

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

Algunos, pero deberían ser todos

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

Lamentablemente sí.

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

Predicar con el ejemplo desde los padres en la casa hasta maestros en las aulas y todas y cada una de las personas.

Periodista Diario La Prensa.

## ENTREVISTA # 4

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

Informar de una manera frontal y transparente en busca del bien común.

**2.- ¿Conoce usted el código ético del medio?**

Si

**3.- ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?**

Sí

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

Lo resolvemos entre compañeros y la directora del medio, conversamos, y sacamos conclusiones.

**5.- ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?**

Sí.

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

Reunirnos para dialogar.

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

Auspiciantes que han quitado la publicidad porque en este diario se publicaron Irregularidades encontradas en este negocio.

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

No tan frecuentemente

**¿Por qué?**

Porque los grupos de poder desean acaparar todo y mayor aun los medios.

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

No ceder ante lo que sabemos que está mal.

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

Sí.

**11.- Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico?**

Sí pero cada persona responde por sus acciones.

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

No porque muchos de ellos trabajan para dar más poder a los poderosos, dejando de lado el verdadero sentido de la comunicación social.

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

Claro

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

Enseñar ética en los hogares y reforzar en las escuelas, colegios, universidades, lugares de trabajo, etc. Además es muy importante autoeducarse.

Periodista Diario La Prensa.

# EVIDENCIAS GRÁFICAS

## RIOBAMBA STEREO

EXTERIORES DE RIOBAMBA STEREO 89.3



**INTERIORES RIOBAMBA STEREO**



**DIEGO HARO CONTROL MASTER RIOBAMBA STEREO**

**NOTICIERO VISIÓN**  
**LCDO. CARLOS ROBERTO ANDINO**



**LCDO. IGNACIO RAMOS MANCHENO**  
**DIRECTOR DE RIOBAMBA STEREO Y DEL NOTICIERO VISIÓN**



**TVS**

**INSTALACIONES**



## DEPARTAMENTO DE EDICIÓN



## SET DE NOTICIAS TVS



## CONTROLES TVS



ENRIQUE	GABRIELA	JUAN PABLO	PAÚL
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ESPERAR CLIMA EN SIERRA (SE VENDEN HELADAS)</li> <li>- APELAZADO</li> <li>- SOLCA: LEGISLACIÓN SOCIAL</li> <li>- ENARAR: MEDIDAS PARA EVITAR DESPERDICIO DE AGUA EN CARNAVAL</li> <li>- ONACH: PROYECTOS DE ASARBUJA SOBRE AUTONOMÍA PROYECTOS 2008.</li> <li>- REGISTRO CIVIL: CONSTRUCCIÓN NUEVO EDIFICIO</li> <li>- CONSEJO PROV: POLEMICA INCREMENTO SU EUDOS PREFECTO Y CONSEJEROS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DGHOD: BNF - NUEVA ENTREGA UREA</li> <li>- MUNICIPIO: MALESTAR PERSONAL CONTRATADO POR FALTA DE PAGO</li> <li>- CÁMARA DE COMERCIO: LEY TRIBUTARIA EFECTA A COMERCIANTES?</li> <li>- DEFENSORÍA PUEBLO: LEY CONSUMIDOR - ESPECULACIÓN PRECIOS</li> <li>- DPECH: RECEPCIÓN CARPETAS ASPIRANTES MAGISTERIO</li> <li>- QUINTILLIZOS ??</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? → ASEGURADORES: S.O.A.T (DEDUCIR) + PLANOS TRANSITO (HASTA MARZO-08) VER MECANISMO</li> <li>? → PRECIO OFICIAL LECHE \$0,65 dts. SUBSIDIO HARINA (HASTA MARZO)</li> <li>JP → DIR. MIRANDA: CESADOS O NO? PIDE ACLARACION A RAMBUEA. (TELEFONO)</li> <li>1 → 17:00: MINISTERIO PUBLICO - RUEDA PUEBLO DR. PEJANTEZ - FIGUERA GRAL. <ul style="list-style-type: none"> <li>→ CAMBIOS: DE RIVERA ¿NACION?</li> <li>→ CASOS INVESTIGADOS</li> <li>→ CUSTODIA - DESAPARICIÓN NIÑOS</li> <li>→ NUEVOS POLICIAS</li> <li>→ LENTIDAD JUSTICIA</li> </ul> </li> </ul>	<p>TURNO FIN SEMANA =</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ DIR. CULTURA: VERIFICACIÓN ESTADO PATRIMONIO CULTURAL (MEDIDAS DE SEGURIDAD) (INVENTARIO)</li> <li>→ MIGRACIÓN: ELIMINADO PERMISO SALIDA PAÍS</li> <li>→ 6 ENERO: PEY DE REYES</li> <li>→ 5 ENERO: DÍA DEL PERIODISTA</li> <li>→ RECEPCIÓN CUERPOS NAUFRAGOS</li> <li>→ VOLCAN TUNDURUWA</li> </ul>
<p>ENERO</p>			
<p>15 = LATO GOBIERNO</p> <p>17 = GOBERNACIÓN: RENDICIÓN CUENTAS</p> <p>18 = CAL. MALDONADO REUNIÓN TSE Y TRIBUNALES</p>	<p>NO FALLAR</p>	<p>JP → VOLTA: RECEPCIÓN CUERPOS NAUFRAGOS - ESTERILIDAD</p>	

# DIARIO LA PRENSA

INSTALACIONES  
CONMEMORACIÓN DEL XI ANIVERSARIO DE DIARIO LA PRENSA



**ING. LUCY FREIRE DE LALAMA (DIRECTORA DEL DIARIO LA PRENSA)  
JUNTO AL EX DIPUTADO GUILLERMO HARO, REALIZANDO UNA ENTREVISTA**



**PLANTA DE IMPRESIÓN**

