



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DEL MANEJO DE INFORMACIÓN DE LOS PERIÓDICOS HOY
Y EL TELÉGRAFO, EN EL CASO DEL PROYECTO DE LEY DE
COMUNICACIÓN, PERIODOS: 9 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009,
10 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009, 1 AL 19 DE ENERO DE 2010
Y 4 AL 25 DE ABRIL DE 2012**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:

Licenciado en Periodismo

Profesora Guía:

Lcda. Amelia Ribadeneira

Autor:

Eduardo Luis Andino Espinoza

Año

2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Amelia Ribadeneira

Licenciada

C.I.: 171348331-0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Eduardo Luis Andino Espinoza

C.I.: 060378883-7

AGRADECIMIENTO

A Geofre, padre, maestro y amigo que me ayudó a levantarme cuando todo parecía perdido.

DEDICATORIA

A mis padres y hermano, razón de mi existencia, inspiración diaria y ejemplo de superación constante.

RESUMEN

El presente trabajo constituye una investigación sobre cómo manejaron la información los periódicos Hoy y El Telégrafo en el caso del proyecto de Ley de Comunicación, periodos: 9 al 30 de septiembre de 2009, 10 al 31 de diciembre de 2009, 1 al 19 de enero de 2010 y 4 al 25 de abril de 2012.

Basado en las variables de: contraste y equilibrio de fuentes, jerarquía, tendencia, género periodístico, página y sección, y número de fuentes se analizó 154 notas informativas de entre 172 ediciones.

Las etapas estudiadas tuvieron relación con la creación de la Comisión Ocasional de Comunicación en la Asamblea Nacional, la firma del Acuerdo Ético Político, el primer debate del proyecto de Ley de Comunicación y la fallida votación en segundo debate de la propuesta legal. Todos durante tres semanas cada uno.

Para esto, se teorizó sobre la base de lo que expresan estudiosos de la comunicación y el periodismo como Javier Darío Restrepo, David Randall, entre otros. Así como se entrevistó a analistas y periodistas de Ecuador entre los que estuvieron los representantes de los periódicos El Telégrafo y Hoy.

Los resultados de este trabajo son reflejados en los productos comunicacionales de radio, televisión, prensa escrita e internet; siendo una de sus finalidades contribuir al desarrollo de un periodismo comprometido exclusivamente con los intereses ciudadanos.

ABSTRACT

This paper is an investigation into how they handled the information the newspapers called "Hoy and the Telegrafo" in the case of communications draft law with the following periods: from 9th to 30th september 2009, 10th to 31st december 2009, 1 to 19th january 2010 and from 4th to 25th april 2012.

Based on the variables: contrast and balance of source. Hierarchy, trend, periodistic genre, page and section and number of sources, 154 briefs were analyzed from 172 editions.

The stages were studied regarding the creation of the: "Occasional Communication Commission" in the National Assembly, the signing of political ethics, the first debate of communication draft law and the failed vote in the second debate of legal proposal. All for three weeks each.

It was theorized based on what communication scholars expressed and journalism as Javier Dario Restrepo, David Randall and others. As well as analysts and journalists interviewed in Ecuador, among which were representatives of "The Telegrafo and Hoy" newspapers.

Through this work seeks to destroy the old error that plague the journalism to supplant the development of a craft exclusively engaged citizen interests.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 CAPÍTULO I: LA COMUNICACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA DE PODER	3
1.1 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ARMAS LETALES EN EL COMBATE	3
1.1.1 El Derecho Humano a la Comunicación, un Proceso en Construcción	14
1.1.2 Estructura Mediática y Desinterés Social.....	21
2 CAPÍTULO II: EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA LEY DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR	25
2.1 LEY DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR: ¿UN DEBATE SIN FIN?.....	25
2.2 GOBIERNO VS. MEDIOS. ¿UNA BATALLA POR EL PODER?.....	36
3 CAPÍTULO III: PILARES DE UN BUEN PERIODISMO	41
3.1 GÉNEROS PERIODÍSTICOS	42
3.1.1 Nota Informativa o Noticia.....	43
3.1.2 Entrevista.....	45
3.1.3 Crónica	46
3.1.4 El Reportaje	48
3.2 CONTRASTE DE FUENTES.....	49
3.3 NÚMERO DE FUENTES.....	53
3.4 TENDENCIA DE LA NOTA	57
3.5 JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	60
3.6 PÁGINAS Y SECCIONES DE UN PERIÓDICO.....	63
4 CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	66
4.1 RESEÑA HISTÓRICA DIARIO HOY	66
4.2 EL TELÉGRAFO	66
4.3 INVESTIGACIÓN	68
4.4 PRESENTACIÓN DE LOS PROYECTOS DE LEY DE COMUNICACIÓN Y CREACIÓN DE LA COMISIÓN OCASIONAL DE COMUNICACIÓN EN LA ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. PERIODO DEL 9 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009	69

4.4.1	Página y Sección	69
4.4.2	Jerarquía.....	71
4.4.3	Géneros Periodísticos.....	72
4.4.4	Número de Fuentes	74
4.4.5	Contraste de Fuentes	74
4.4.6	Tendencia	75
4.5	FIRMA DEL ACUERDO ÉTICO POLÍTICO. PERIODO DEL 10 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009	76
4.5.1	Página y Sección	76
4.5.2	Jerarquía.....	78
4.5.3	Géneros periodísticos	79
4.5.4	Número de Fuentes	80
4.5.5	Contraste de Fuentes	81
4.5.6	Tendencia	82
4.6	PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY DE COMUNICACIÓN. PERÍODO DEL 1 AL 19 DE ENERO DE 2010	84
4.6.1	Página y Sección	84
4.6.2	Jerarquía.....	86
4.6.3	Géneros Periodísticos.....	86
4.6.4	Número de Fuentes	88
4.6.5	Contraste de Fuentes	88
4.6.6	Tendencia	89
4.7	CONVOCATORIA A VOTACIÓN DEL PROYECTO DE LEY DE COMUNICACIÓN. PERIODO DEL 4 AL 25 DE ABRIL DE 2012	91
4.7.1	Página y Sección	91
4.7.2	Jerarquía.....	93
4.7.3	Géneros periodísticos	93
4.7.4	Número de Fuentes	95
4.7.5	Contraste de Fuentes	95
4.7.6	Tendencia	96
4.8	ANÁLISIS GENERAL	97

5 CAPÍTULO V: OTRA MIRADA 109

5.1	NATURALEZA DEL PROYECTO.....	109
5.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	109
5.3	OBJETIVOS DEL GRAN REPORTAJE.....	112
5.3.1	General	112
5.3.2	Secundarios	113
5.4	VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD	113
5.4.1	Técnica	113
5.4.2	Financiera	114
5.4.3	Legal	114
5.5	ESTUDIO TÉCNICO	115
5.5.1	Duración del Gran Reportaje Multimedios	115
5.5.2	Escenario del Proyecto	116

5.5.3	Nombre del Proyecto	116
5.5.4	Imagen Corporativa	116
5.5.5	Audiencia	117
5.5.6	Productos Comunicacionales.....	117
5.5.6.1	Suplemento	117
5.5.6.2	Reportaje Televisivo.....	120
5.5.6.3	Radio.....	121
5.5.6.4	Sitio Web.....	122
5.6	PRESUPUESTO DEL PROYECTO	123
6	CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
6.1	CONCLUSIONES.....	124
6.2	RECOMENDACIONES	124
	Referencias	126
	Anexos	130

INTRODUCCIÓN

En septiembre de 2008, los ecuatorianos aprobaron una nueva Constitución Política. En ella, por primera vez en la historia se incluyó una sección sobre comunicación. Entre algunas de las normativas resaltan las que buscan garantizar los derechos de los ciudadanos y determinar las obligaciones del Estado para, por ejemplo, fomentar una comunicación plural e incluyente.

Además, con la finalidad de desarrollar lo que indica la Constitución en esta materia, los constituyentes incluyeron en su disposición transitoria primera la necesidad de elaborar una Ley de Comunicación en un plazo no mayor a los 365 días por parte de la Asamblea Nacional.

Desde entonces, han pasado más de cuatro años y los legisladores no han logrado cumplir con el mandato constitucional. Esto a pesar de que el 7 de mayo de 2011, los ecuatorianos ratificaron en una Consulta Popular la necesidad de contar con esta normativa.

Actualmente, el proyecto de Ley de Comunicación se encuentra listo para ser sometido a votación. No obstante, las divergencias al interior y fuera de la Asamblea Nacional lo han impedido.

Temas como la responsabilidad ulterior, la creación de un Consejo de Comunicación, la redistribución del espectro radioeléctrico y la censura previa no han permitido consolidar la voluntad política para aprobar la propuesta de marco legal.

En esta coyuntura y, a sabiendas de que se trata de un tema que los ataña, los medios de comunicación han jugado un papel preponderante. Tanto los que son de carácter público como los privados han expresado sus posiciones al respecto. Los primeros han respaldado la propuesta gubernamental, mientras que los segundos han mostrado su preocupación ante la misma. Esto se ha

visto reflejado en sus páginas editoriales, debates e incluso en sus informaciones.

Por ello, y con la finalidad de contribuir al desarrollo del buen periodismo en el país, el presente trabajo hace un análisis del manejo de información de los periódicos Hoy y El Telégrafo acerca del proyecto de ley.

Para la presente investigación, se determinaron 12 semanas de análisis que corresponden a los períodos más críticos del debate del proyecto de ley: la creación de la Comisión Ocasional de Comunicación, la firma del Acuerdo Ético Político, el primer debate del proyecto y la fallida votación de la propuesta final.

Bajo los parámetros de contraste y equilibrio en sus fuentes, tendencia, jerarquía, página y sección, género periodístico, y número de fuentes, 154 notas informativas de entre 172 ediciones son analizadas.

Una vez obtenidos los resultados, estos son puestos a consideración de los lectores a través de productos comunicacionales en radio, televisión, prensa escrita e internet. Con la participación de reconocidos periodistas, analistas y protagonistas de la temática, los diferentes textos periodísticos permiten entender de mejor manera el proceso de construcción del proyecto de Ley de Comunicación, así como señalan el accionar de los dos periódicos estudiados.

La finalidad de esta investigación es ofrecer un aporte para el periodismo nacional y concienciar a las audiencias de la importancia que merece el estar bien informados.

1 CAPÍTULO I: LA COMUNICACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA DE PODER

Para el periodista y profesor colombiano, Javier Darío Restrepo (2004, pp. 22 - 35), la ética es un pilar fundamental para el desarrollo de un periodismo de calidad. Él, la entiende como “un impulso a la excelencia”, como el propósito personal de hacerse feliz procurando alcanzar ese objetivo. Por ello, manifiesta la imposibilidad de formar a un buen periodista, si previamente no se ha formado a un buen ser humano. “El compromiso con la verdad, la responsabilidad social y la independencia” son tres valores universales que, a su criterio, todo periodista debe practicar si quiere alcanzar la excelencia profesional.

No obstante, hay hechos históricos que no concuerdan con las apreciaciones de Restrepo, pues como se verá en los párrafos siguientes, la comunicación y el periodismo han sido utilizados con otros fines.

1.1 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ARMAS LETALES EN EL COMBATE

El auge de los medios de comunicación como un poder determinante para influir en la esfera pública se da en la primera Guerra Mundial, tal como indican autores como Chomsky, Herman y Mattelart. Sin embargo, para este último (Mattelart, 2003, p. 44), fue a finales del siglo XIX cuando se desarrolló “la primera gran campaña de prensa”, que tenía como finalidad la intervención de los Estados Unidos en la Isla de Cuba, una de las últimas colonias españolas en América.

Según el propio Mattelart, en ese entonces, el presidente de los EE.UU., William McKinley, fue incapaz de resistir a las presiones del periodista, editor y empresario, William Hearst, quien se encargó de generar una historia de lógica

bélica, prácticamente provocando una guerra que, para numerosos historiadores, pudo haberse evitado. Un ejemplo de los intereses que el periodista tenía para que el conflicto se suscitara se refleja en el episodio ocurrido en Cuba:

Hearst envía a La Habana a un reportero y a un célebre dibujante, Frederic Remington, quien, desde la capital cubana, telegrafía a su jefe: “Nada que señalar. Todo está en calma. No habrá guerra. Quisiera regresar”. Lo que le vale la famosa respuesta de Hearst: “Le ruego se quede. Proporcione ilustraciones, yo proporcionaré la guerra”. (Mattelart, 2003, p. 44).

La influencia que tuvo Hearst en aquel tiempo, tanto en los medios de comunicación como en el gobierno, hacen que el periodista y semiólogo español, Ignacio Ramonet, lo catalogue como “el gran patrón de la prensa norteamericana”, responsable de movilizar “a todos los periódicos para provocar la intervención de EE.UU. en Cuba”, así como de utilizar al cine como otra arma fundamental para demostrar el poderío de los EE.UU. tal como señala a continuación:

Es la primera contienda donde se aprecia la influencia excepcional de los nuevos medios de comunicación; la prensa hizo una campaña masiva para movilizar a la opinión pública.

También en esta época EE.UU. produjo películas montadas a partir de la guerra de Cuba (como la batalla naval de la bahía de Santiago) para mostrar el poderío de la flota estadounidense. De hecho, sobre ese conflicto, posterior a la invención del cinematógrafo (1895), no hay imágenes filmadas. Sólo las de esa reconstrucción realizada en estudios norteamericanos. En aquella época se difundieron como si fueran imágenes documentales, cuando en realidad no había ninguna cámara filmando las batallas (Ramonet, 1999, pp. 53- 54).

Empero de lo manifestado, los primeros problemas de la comunicación se inician a mediados del siglo XIX, producto del desarrollo tecnológico de la comunicación. Así lo considera el escritor y catedrático ecuatoriano, Romel Jurado (2009, p. 47), quien prefiere retroceder a 1839, año en que se inauguró el uso comercial del telégrafo, para referirse a dicha problemática. Para Jurado, las dificultades en materia de comunicación aparecieron “en el mismo momento en que son identificadas las aplicaciones reales y potenciales de los avances de las tecnologías de la comunicación”. Es decir, cree que “los problemas y potencialidades de los avances en materia de comunicación constituyen las dos caras de una misma moneda: el desarrollo de las comunicaciones, de sus medios y tecnologías”.

Para sostener esta aseveración, pone como ejemplo dos dificultades que se generaron a partir del mal uso del telégrafo y del teléfono, que fueron aprovechados por los ejércitos que participaban en los conflictos bélicos, y estuvieron concentrados en minúsculos grupos que impedían la participación mayoritaria de las sociedades:

(...) el primero está formado por las aplicaciones de estas tecnologías para la guerra, de ello da cuenta el primer enlace telegráfico que lograron establecer los franceses e ingleses entre el cuartel general y los diferentes cuerpos del Ejército en la guerra de Crimea (1854-1855), librada en contra de los ejércitos del Zar, a partir de entonces las comunicaciones a distancia serán un factor constitutivo de la actividades militares en tiempos de paz y también en los múltiples episodios de enfrentamiento armado. El segundo problema es la concentración de las redes telegráficas y telefónicas en los Estados Unidos y los países más adelantados de Europa; así, en 1881 los Estados Unidos cuenta con 123 mil abonados a su red telefónica, en tanto que para el año 1900 Suecia tiene un teléfono por cada 115 personas; Alemania, uno por cada 397; Francia, uno por cada 1.216; Italia, uno por cada 2.629; y al final de los “destacables” está Rusia con uno por cada 7.000 personas. (Jurado, 2009, p. 48).

A pesar de los problemas mencionados, aparentemente, el avance de las nuevas tecnologías de la comunicación suponía la inclusión en la gestión de la información pública de aquellos sectores marginales (Jurado, 2009, p. 55). Sin embargo, la lejanía de dichos grupos con aquellos que manejaban o tenían acceso a las tecnologías de la comunicación, impidió que esto se cristalizara, pues de acuerdo a Jurado:

(...) la inclusión de las voces excluidas, o mejor dicho de sus manifestaciones culturales, políticas y sociales, se operativizó mediante un proceso de asimilación y resignificación en el marco de la cultura dominante, produciendo así nuevos sentidos, a menudo, diferentes y contradictorios a los que originalmente se promovían desde los actores supuestamente incluidos (Jurado, 2009, p. 55).

Herman y Chomsky (1990, p. 24-52) coinciden con esta apreciación, ya que al referirse a la estructura de propiedad de los medios de comunicación y su uso estratégico por parte de las potencias y empresas que las controlan, manifiestan que lejos de democratizar la elaboración, circulación y recreación del discurso público, se continúa con el carácter elitista sobre el control de los medios de comunicación, dirigiendo su actividad a “movilizar el apoyo (de la opinión pública) en favor de los intereses especiales que dominan la actividad estatal y privada”.

Contrario a este sistema estructural imperante, Michael Kunczik (1991, p. 63), escritor y profesor alemán, afirma que la misión principal de los medios masivos es la de “facilitar la comunicación entre todos los grupos que participan en la formación de la voluntad política y por lo tanto de crear opinión pública enfocada. Además, el periodista alemán Wolfgang Langenbucher añade que:

(...) el sistema de comunicación tiene que ser estructurado de tal manera que facilite para el ciudadano individual, el acceso al medio de comunicación. Para lograr esta igualdad comunicativa, exige (1974a, 23)

que las posibilidades de cierto grupo de tener acceso a los medios de comunicación masiva deban aumentarse en proporción inversa a su privación anterior de utilizar la comunicación pública. Esto proporcionaría igual oportunidades de comunicación a todos los grupos de la sociedad (Kunczik, 1991, p. 63).

Como afirman Chomsky y Ramonet (1995, pp. 7 - 12), para los intereses de una comunicación inclusiva e independiente, en aquellos tiempos se concebía un concepto de democracia basado en la imposibilidad de que la gente se haga cargo de sus propias cuestiones, así como la idea de que los medios de información deben estar fuerte y rígidamente controlados. Esto, debido a una “democracia progresiva”, la cual según los autores fue creada por el periodista y analista político, Walter Lippmann, quien creía que era necesario dividir a la sociedad en distintas clases de ciudadanos, como se indica a continuación:

(...) en una democracia se dan dos funciones: por un lado, la clase especializada, los hombres responsables, ejercen la función ejecutiva, lo que significa que piensan, entienden y planifican los intereses comunes; por otro, el rebaño desconcertado también con una función en la democracia, que, según Lippmann, consiste en ser espectadores en vez de miembros participantes de forma activa. (Chomsky y Ramonet, 1995, p. 12).

Con este modelo de “democracia” la ignorancia sobre los temas de interés social y personal se incrementó. Algo que, de acuerdo con el filósofo y escritor español, Fernando Savater, resulta peligroso debido a la carencia de análisis y razonamiento en nuestros actos:

Si obramos por ignorancia, es decir, sin suficiente conocimiento o con una noción errónea del estado de cosas en que vamos a intervenir, es justo afirmar que nuestro acto no es totalmente voluntario: hacemos lo que sabemos pero no sabemos del todo lo que hacemos. Si hubiéramos

sabido más o mejor es de suponer que habríamos actuado de otro modo (Savater, 2003, p. 36).

Con estos antecedentes y, como se manifestó en líneas anteriores, la Primera Guerra Mundial constituye un momento clave para analizar el papel que juega la comunicación y los medios en la esfera pública, ya que como señala Jurado (2009, p. 58), “a partir de la Gran Guerra la comunicación se constituye en sí misma en un territorio de enfrentamiento, vale decir, en un medio en el que los estados en conflicto se enfrentan estratégicamente”, pasando “de ser un recurso a un campo de acción”.

En esta época hubo un factor determinante que impulsó los cambios en materia de comunicación. Este se refiere al apareamiento de la propaganda, la que según Chomsky y Ramonet (1995, p. 8), tuvo sus albores con la “primera operación moderna”, llevada a cabo en 1916, bajo el gobierno del presidente estadounidense, Woodrow Wilson. Fue en ese periodo, cuando el mandatario estadounidense creó una “comisión de propaganda gubernamental, conocida con el nombre de Comisión Creel”. Dicho organismo, fue el encargado de transformar a una “población pacifista en otra histérica y belicista que quería ir a la guerra y destruir todo lo que oliera a alemán, despedazar a todos los alemanes, y salvar así al mundo”.

Para Mattelart (2003, p. 95), la Comisión Creel, compuesta por los secretarios de Marina y de la Guerra, el secretario de Estado y un periodista, George Creel, “puso su empeño en movilizar al universo mediático para “vender la guerra al público norteamericano”, y vencer, así, la reticencia de los pacifistas”. Además, añade que en la historia de los Estados Unidos no solo representa la primera agencia oficial de propaganda, “sino también la primera oficina de censura gubernamental”.

El éxito que tuvo este programa de gobierno fue tan grande que, según Chomsky y Ramonet, después de la guerra se recurrió a las mismas

estrategias de propaganda para avivar lo que se conocía como “Miedo rojo”. Esto tuvo como objetivo la eliminación de organizaciones, grupos o movimientos políticos identificados con el ala de la izquierda. Los resultados, como era de esperarse, nuevamente fueron favorables para quienes detentaban el poder, pues los mismos desembocaron en:

(...) la destrucción de sindicatos y la eliminación de problemas tan peligrosos como la libertad de prensa o de pensamiento político. El poder financiero y empresarial y los medios de comunicación fomentaron y prestaron un gran apoyo a esta operación, de la que, a su vez, obtuvieron todo tipo de provechos. (Chomsky y Ramonet, 1995, p. 8).

No obstante, si bien se cataloga al gobierno de los Estados Unidos como el iniciador de este proceso propagandístico a través de sus diferentes organismos, en otros países como Inglaterra también ocurría algo similar. Mattelar (2003, pp. 96 – 97) explica que en el mencionado país se creó un ministerio de Información, compuesto por propietarios de medios de comunicación como lord Beaverbrook, del Daily Express; y lord Northcliffe, del Daily Mail, del Evening News y del Times.

Según el autor, la presencia de grandes editores y periodistas en el ámbito propagandístico del régimen británico, era una muestra “de la influencia que, desde el comienzo de las hostilidades había alcanzado la prensa en la movilización del país en guerra”. Por ello, incluso recuerda lo mencionado por el jefe de gobierno de Londres de ese entonces, Lloyd George, quien dijo:

La prensa británica ha cumplido una función que debería haber sido desempeñada por el Parlamento, y que, en Francia, el Parlamento ha desempeñado (Mattelart, 2003, pp. 96 – 97).

Como se puede observar, el recurso de la propaganda fue un arma muy poderosa para conseguir determinados objetivos. Fue tan fuerte que, como

cuentan Chomsky y Ramonet, hizo que diversos pensadores, en la década de los 30, se pregunten lo siguiente:

¿Podemos convertirnos, por el efecto imperceptible de la persuasión, en lo contrario de lo que somos? ¿Hay un Mr. Hyde dormitando fatalmente en nosotros que una hábil propaganda parece que tuviera el poder de despertar? Preguntas psicológicamente impresionantes y políticamente inquietantes, a las que desde los años treinta han tratado de responder George Orwell, Thomas Mann, Theodor Adorno, Walter Benjamin... Ellos veían en el desarrollo de los grandes medios eléctricos de comunicación de masas – micrófono, altavoz, disco, radio, cine- técnicas temibles para dominar e imponer un pensamiento administrado. (Chomsky y Ramonet, 1995, pp. 66 – 67).

En esta coyuntura resultaba complicado esclarecer las verdaderas funciones de quienes manejaban o laboraban en los medios de comunicación, pues el rigor periodístico se veía afectado por el papel de quienes respondían a los intereses gubernamentales o económicos. Por ello, es preciso marcar una diferencia, la cual el semiólogo y catedrático español, Jesús Martín Barbero, la plantea de la siguiente manera:

El intermediario establece relaciones entre creadores y públicos, entre políticos y electores, o entre gobernantes y gobernados. Las relaciones que propone no son de uso, de apropiación o de goce, sino de obediencia, reverencia y culto. El mediador, en cambio, se sabe socialmente necesario; busca la participación de la gente en la historia común. Descentra la cultura, la política y la economía; activa la capacidad de la gente para analizar, criticar y proponer (Restrepo, 2004, p. 24).

Coincidiendo con lo indicado, Kunczik (1991, p. 63), menciona que, según Langenbucher, “la mediación en una sociedad democrática es el papel principal

del periodista”, ya que su misión consiste en facilitar “la comunicación mutua” entre los diversos grupos de la sociedad. Por ello, afirma que:

Lo que necesita una sociedad democrática son periodistas que quieran, ante todo, ser mediadores, que no adopten ni la actitud pedagógica hacia la sociedad, ni deseen “amasar” o manipularla, ni llevarla por la nariz, sino que tengan el objetivo de hacer posible el diálogo a través de las diferentes divisorias, entre las varias clases y agrupaciones, gente, en otras palabras, que esté preparada para hacer comprensibles los hechos esenciales de la política en la actualidad para el trabajador obrero, cansado y poco instruido; los periodistas, que no escriban para otros periodistas, sino para las ‘masas’. (Kunczik, 1991, p. 63).

Lo señalado muestra cómo los medios de comunicación y los diferentes programas de gobierno, enfocados en la comunicación, estaban dirigidos y compuestos por intermediarios. Aquellos que según Chomsky y Ramonet (1995, p. 21) inculcaban “los valores correctos”, pues su visión de democracia se basaba en un sistema en el que la “clase especializada” trabajaba para los “dueños de la sociedad”, privando al resto del conglomerado humano de cualquier forma de organización para evitar los problemas que podrían generar.

Herman y Chomsky (1990, p. 341) consideran que el modelo de propaganda vislumbra la verdadera finalidad de los medios de comunicación: “inculcar y defender el orden del día económico, social y político de los grupos privilegiados que dominan el Estado y la sociedad del país”. Preceptos que como se ha podido observar, empezaron a desarrollarse a mediados del siglo XIX.

No obstante, el trabajo de los medios de comunicación también ha sido beneficioso para las sociedades. El periodista y catedrático cubano, Alejandro Querejeta, rememora varios hechos en los que la prensa ha jugado un papel preponderante:

La subida de Hitler al poder, sus antecedentes, proceso y consecuencias serían un verdadero dolor de cabeza para los historiadores si prescindieran de la prensa que los reflejó en su día a día. La Primera Guerra Mundial y su complicada posguerra, ¿cómo entenderla en sus causales, proyecciones y efectos sin consultar los periódicos de entonces? La terrible colectivización forzosa, las purgas y los juicios de Moscú, el antisemitismo y la xenofobia en la fenecida Unión Soviética, así como la naturaleza de la lucha de sus pueblos contra la invasión hitleriana ¿quién podría historiarlos sin los reportajes de Vasili Grossman? (Querejeta, 2011, p. 10).

Querejeta (2011, pp. 10-11) manifiesta que poco o nada se hubiera podido conocer de las revoluciones rusa, mexicana, china o cubana si las noticias, crónicas o reportajes de esos tiempos hubieran sido ignoradas. Por ello, resalta el trabajo de periodistas como Ryszard Kapuscinski, Rodolfo Walsh, Gabriel García Márquez, Martín Caparros, Daniel Santoro, entre otros.

Además, el crítico y guionista cinematográfico español, Román Gubern, señala que el progreso de las nuevas tecnologías de la comunicación también ha traído consecuencias positivas:

Las ventajas generalmente admitidas que aportan las nuevas tecnologías son la descentralización de los espacios de decisión cultural y de emisión, la diversificación de los mensajes, la interacción o *feed – back* entre usuarios y emisor, y la programación soberana que hace el usuario en su propia terminal. Estas virtudes convierten especialmente al televisor doméstico en un terminal versátil y polifuncional, célula activa de la sociedad *massmediática*, que es a la vez una sociedad telemática. (Gómez, 1999, p. 63).

Jimmy García (1997, p. 14 – 17), locutor colombiano y profesor universitario, resalta las bondades que trajo consigo el desarrollo de la radio. Manifiesta que

en 1920, cuando se da el punto de partida de la radiodifusión, las audiencias se nutren de recreación, cultura e información. Además, indica que el teléfono fue de gran ayuda para los periodistas, pues surgen nuevas técnicas y estilos informativos como “la doble presencia” o “la presencia múltiple”, que se refiere “al diálogo entre diferentes reporteros, en distintos ángulos de la información dentro del país o en países diversos”:

Gracias al teléfono se logran informes periodísticos que siempre harán historia, como el secuestro del hijo de Charles Lindbergh; se producen importantes reportajes, tales como “We the People” e informes y reportajes sobre la guerra española, realizados en el mismo frente y en directo (García, 1997, p. 17).

A pesar de que García coincide con los autores que catalogan a la radio como un instrumento fundamental para defender los intereses de los países que participaban en la Segunda Guerra Mundial, es tajante en reconocer las virtudes y beneficios que ha brindado:

La radio contribuye en grado sumo para que el mundo, que podía conocer a través de ella las consecuencias de la guerra, fuera consciente de la responsabilidad histórica que esto representaba y, seguramente, la radio fue la motivación principal para que se buscara la paz y el equilibrio político y social del momento (García, 1997, p. 19).

Según el periodista ecuatoriano y Director Ejecutivo de Fundamedios, César Ricaurte (2012, p. 17), en la democracia el periodismo ha cumplido un rol sumamente importante: “dar a la gente información que le ayude a ejercer su ciudadanía y participar en las decisiones de su Gobierno”:

Una vez que los ciudadanos eligen a sus representantes en el Gobierno, deben cerciorarse de que cumplan sus promesas de campaña, trabajen en beneficio de la sociedad y respeten las leyes. Como los ciudadanos

no pueden estar en contacto directo con los gobernantes, el periodismo funciona como sus ojos, oídos y, en ocasiones, su voz. (Ricaurte, 2012, p. 17)

Además, Ricaurte señala que los medios informativos también posibilitan que el público se exprese, discuta sus opiniones y críticas sobre las acciones del régimen y los asuntos sociales. A través de estos, dice, el Gobierno puede conocer las preocupaciones de la gente y atenderlas:

El fin último del periodismo en una democracia es mejorar las condiciones sociales la gente. Solo una prensa libre, independiente de las influencias del Gobierno y otros intereses, puede contribuir a la libertad individual en una sociedad. (Ricaurte, 2012, p. 18)

1.1.1 El Derecho Humano a la Comunicación, un Proceso en Construcción

Si bien la Primera Guerra Mundial finalizó en 1918 y el desarrollo de la prensa había sido beneficioso en ciertos aspectos, los problemas de la comunicación no cesaron, al contrario, se incrementaron paulatinamente a causa de varios factores. La llegada de la Segunda Guerra Mundial, el posterior conflicto denominado como Guerra Fría y el continuo desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación (la televisión), reactivaron nuevamente la batalla en este campo. Como se verá más adelante, estos factores fueron determinantes para que la búsqueda por el derecho humano a la comunicación inicie.

La Guerra Fría tuvo como principales protagonistas a los Estados Unidos y la Unión Soviética. Según el sociólogo y escritor estadounidense, Alex Inkeles (Mattelart, 2003, p. 142), esta batalla no se gestó a través del belicismo físico, sino más bien, se caracterizó por la intención de ambas naciones de conquistar la mente de las personas:

Poco después de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos y la Unión Soviética se han lanzado a una batalla ideológica en gran escala en la que el arma ha sido la propaganda; el campo de batalla, los canales internacionales de comunicación; y el precio, las lealtades y obediencias de los hombres y de las mujeres a lo largo y ancho del mundo. Sin duda alguna, el aspecto más importante de este combate es su efecto sobre las mentes de la gente, y las implicaciones de tales efectos en la estabilidad nacional y la paz internacional. (Mattelart, 2003, p. 142)

Sin embargo, a diferencia de lo ocurrido en el primer conflicto mundial, en este el término propaganda sería reemplazado por el de “guerra psicológica”, el cual de acuerdo al National Security Council Directive de los Estados Unidos, a través Report of the Select Comité to Study Governmental Operations with Respect to Intelligence Activities, es:

(...) el uso planificado de la propaganda y otras actividades, excepto el combate, por parte de una nación, que comunican ideas e informaciones con el propósito de influir en las opiniones, actitudes, emociones y comportamiento de grupos extranjeros, de manera que apoyen la consecución de los objetivos nacionales (Jurado, 2009, p. 59).

Para Harold Lasswell, sociólogo y profesor norteamericano, el término tiene su origen en Alemania y fue desarrollado por los especialistas en psicología, quienes buscaban demostrar la importancia de la misma:

El éxito de la expresión guerra psicológica se explica por la importancia que, en parte, han adquirido los especialistas de la psicología en Alemania, en Estados Unidos y en los restantes países occidentales. Los psicólogos querían un lugar bajo el sol; es decir que estaban ansiosos por demostrar que sus herramientas podían utilizarse para la defensa nacional en tiempo de paz. Muy pronto durante la guerra, un grupo de norteamericanos tradujo al inglés algunos textos importantes de la

literatura alemana con el fin de abrirles los ojos a los militares acerca de la utilidad de la psicología, no sólo para comprobar las aptitudes, o la propaganda, sino también para programar cada fase de la dirección de la guerra en condiciones modernas. (Mattelart, 2003, p. 133).

La importancia generada por la “guerra psicológica” fue tan grande que según el mismo Mattelart (2003, p. 143), escritores como W. Schramm, plantearon la necesidad de “profesionalizar” la misma, pues a su criterio la situación del mundo exigía las más intensas presiones en este campo, el cual únicamente podía ser “ejercido por un extenso cuerpo de profesionales adiestrados al frente de inmersos recursos”.

Como era previsible, esta coyuntura fue en detrimento de la ética profesional, razón por la cual Jurado afirma:

(...) la guerra psicológica daba por sobrentendida la renuncia a toda ética en la gestión de la información y de la comunicación realizada por las potencias involucradas, esto implicaba actuar sin escrúpulos para falsear, inventar, ocultar, distorsionar y descontextualizar cualquier tipo de hechos y mensajes, así como para intervenir las comunicaciones ajenas o dirigir mensajes adecuados tanto a hacia los ejércitos y poblaciones de los países enemigos cuanto a los propios (Jurado, 2009, p. 59).

Con ello, las agencias de información vuelven a tomar fuerza. Es así, que los Estados Unidos, a través de organismos gubernamentales como la Office of WarInformation (OWI), la Office of StrategicServices y la Office of theCoordinator of Inter – American Affairs (CIAA), en la que trabajaban sociólogos y psicólogos, puso en marcha una nueva estrategia para hacerse del campo de la comunicación (Mattelart, 2003, p. 135). Esto provocó que nuevamente la propaganda, ahora llamada “guerra psicológica”, extienda su poderío a nivel mundial.

Ramonet (1999, pp. 11 – 12) explica que el discurso de la propaganda es un “discurso de censura”, el cual “intenta o bien construir hechos o bien ocultarlos”. No obstante, aclara que la misma no necesariamente funciona con los viejos criterios de supresión, amputación o coartación de la información; sino que, también se la encuentra porque “hay demasiada información para consumir y, por lo tanto, no se percibe lo que falta”. “Nos hallamos en un sistema en el que ha desaparecido la visibilidad de la censura”.

En esta coyuntura los avances de las tecnologías de la comunicación, al igual que como ocurrió años atrás, vuelven a ser trascendentes. Es el caso de la televisión, desarrollada en ese tiempo y a la cual Herman y Chomsky (1990, p. 27) la consideran como el medio de comunicación guía, aquel que “define el orden del día y otorga la mayoría de las noticias nacionales e internacionales a los estratos inferiores de los medios de comunicación”, además del público en general.

Incluso hasta la actualidad, según la profesora y analista de medios española, Inmaculada Gordillo (2009, p. 11), “la televisión se mantiene como el vehículo de narraciones más poderoso”, a pesar de que a finales del siglo XX se habló bastante de la pérdida de su hegemonía, incluso de su desaparición. Empero, Gordillo reconoce que en la “paleotelevisión”, es decir en sus inicios, existieron similares problemas a los del telégrafo y el teléfono:

Los contenidos estaban representados por una jerarquía sociocultural donde solamente los que detentaban la cúspide de los saberes, del poder político y económico y de las distintas y variadas manifestaciones artísticas y culturales podían tener protagonismo en la pequeña pantalla. (Gordillo, 2009, p. 12).

Como se puede observar, los inconvenientes de la comunicación vuelven a aquejar gravemente al mundo, ya que como expresa Mattelart (2003, p. 134), “la Segunda Guerra Mundial fue, sin duda, el primer laboratorio de tamaño

natural de la moderna sociología de la comunicación de masas". Por ello, y de acuerdo a Jurado (2009, p. 35), es en este período cuando se inicia la demanda por el derecho a la comunicación, la cual tendrá como nuevos protagonistas al Movimiento de los Países No Alineados, tal como se indica a continuación:

(...) la noción de derecho a la comunicación tiene su antecedente y contexto en el orden bipolar que estableció la Guerra Fría, y su origen en la producción de discursos políticos y económicos, que bien podríamos calificar de alternativos, generados principalmente en el seno del Movimiento de los Países No Alineados. Discursos que fueron trasladados a los foros de otros organismos internacionales para su discusión, apoyados en buena medida por el pensamiento crítico en materia de comunicación de una variedad de intelectuales especialmente europeos y estadounidenses.

Cabe indicar que a la par de los conflictos mundiales, en 1948, se expidió la Declaración Universal de los Derechos Humanos, catalogada según Mendel (2009, p. 10) como la bandera de los derechos humanos internacionales. En ella se recogen las ideas liberales de la comunicación, entre las que resaltan: libertad de expresión, libertad de información y libertad de opinión (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948).

No obstante, como se indicó anteriormente esta normativa se vio enfrentada al conflicto entre los Estados Unidos y la Unión Soviética. Por tal motivo, según Jurado (2009, pp. 35 – 45), el Movimiento de los Países No Alineados - grupo de naciones que habían sido descolonizados recientemente – abogaron por una tercera vía. Ellos no querían ser parte de ninguna de las dos potencias en conflicto, sino más bien, buscaban solucionar los problemas de pobreza que agobiaban a sus naciones e implantar un nuevo modelo de comunicación. Por ello, propusieron la creación de un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) y un Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC).

Sin embargo, no será hasta mediados de los 60, en el seno de la UNESCO, cuando varios miembros del Movimiento de los Países No Alineados planteen la necesidad de un nuevo derecho humano a la comunicación, y en 1978 se cree una “Comisión Internacional para analizar los Problemas de la Comunicación” (Jurado, 2009, p. 41), que señala, entre otras observaciones, las siguientes:

(...) ciertos Estados poderosos y tecnológicamente adelantados aprovechan su adelanto para ejercer un efecto de dominación cultural e ideológica que va en detrimento de la identidad nacional de otros países.

(...) uno de los temas centrales es el papel que desempeñan las empresas transnacionales. Estas empresas no solamente movilizan y transfieren al mercado de la comunicación, capitales y tecnologías, sino que además venden innumerables productos de consumo sociocultural, que transmiten globalmente ideas, gustos, preferencias y creencias. Con ello, las empresas multinacionales influyen directamente en el aparato de producción económica de los países en los cuales ejercen sus actividades, e intervienen también en la comercialización de la cultura (...) (Comisión Internacional sobre Problemas de Comunicación, 1980, pp. 76 – 78).

Esta Comisión tuvo como finalidad estudiar los problemas de la comunicación en los ámbitos nacionales e internacionales, en especial los relacionados con la libre y equilibrada circulación de información (Comisión Internacional sobre Problemas de Comunicación, 1980, pp. 85 - 86). Sin embargo, tendría su ocaso luego de la 21 Conferencia General de la UNESCO, desarrollada del 23 de septiembre al 28 de octubre de 1980, en la que se tomó la resolución 4/19, denominada “Comisión Internacional del Estudio de los Problemas de la Comunicación”. Dicha resolución “invitaba a los Estados a tomar en consideración las recomendaciones del Informe de la Comisión para desarrollar capacidades en materia de comunicación”, lo cual, según Jurado, dejó entrever “que un nuevo orden era necesario” (Jurado, 2009, pp. 147 – 148).

A raíz de esto, nacen criterios divergentes, ya que para unos su función había contribuido al mejoramiento de la comunicación, pero para otros como Mattelart, no cumplió con las expectativas generadas:

Los análisis contenidos en el Informe, cuya versión final ha sido publicada en 1980, no llegaron, ni mucho menos, a la altura de las investigaciones académicas o informes oficiales que circulaban en aquella época. Sus propuestas con vistas a la realización de un nuevo orden no sólo destilan generalidades, sino que el diagnóstico es en sí poco prospectivo. Apenas si encontraron eco las numerosas hipótesis que desde posiciones ideológicas y filosóficas muy diferentes brotaban en aquella época a propósito de las implicaciones de la reestructuración internacional de los sistemas tecnológicos de información y de comunicación (Mattelar, 1993, p. 212).

A esto se suman las reacciones negativas de las empresas transnacionales de la comunicación y países como los Estados Unidos, Gran Bretaña y Singapur, que decidieron separarse de la UNESCO como medida de protesta. Esto trajo como consecuencia la disolución del organismo, tal como explica Jurado:

En cualquier caso, el abandono de los Estados Unidos, el Reino Unido y Singapur significó una grave crisis para la UNESCO, en la que se plantearon cuestionamientos sobre la identidad institucional de la organización y la posibilidad de cumplir los fines para los que fue creada (...) En este escenario, la UNESCO no encontró mejor camino que liquidar el debate sobre el NOMIC y archivar todo vestigio de él, en un despliegue de docilidad que ha sido a menudo cuestionado por intelectuales, diplomáticos, comunicadores sociales y ONG's desde diversas posiciones. Simultáneamente, la UNESCO adoptó la retórica de la libre circulación de información promovida principalmente por los Estados Unidos y se lanzó a reactivar iniciativas de corte desarrollista-difusionista o modernizadoras, que tuvieron vigencia en la década de los años 50 y 60 (Jurado, 2009, p. 157).

Con lo sucedido, daba la impresión de que el derecho humano a la comunicación se había perdido. Empero, en el 2003 y el 2005 se desarrolla la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en la que reaparece la Unión Internacional de Telecomunicaciones, organización compuesta por “194 Estados miembros”, “600 Miembros del Sector y 130 Asociados”. Entre las finalidades de este organismo, nuevamente se retoma la necesidad de formular un nuevo derecho humano a la comunicación, además del “estudio del acceso, apropiación y uso social de las TIC’s” (Jurado, 2009, pp. 178 - 185). Para el 2006, según señala el autor, el debate generado en este organismo sería trasladado al Foro Social Mundial, presidido en ese entonces por Venezuela. De inmediato, el discurso de: “otra comunicación es posible” empezaría a diseminarse por América Latina, llegando a Ecuador y teniendo como resultado la inclusión de los derechos a la comunicación en la Constitución Política del Estado, elaborada en 2008 (Jurado, 2012); y la cual ordena la elaboración de una ley de comunicación.

Para el sociólogo y escritor ecuatoriano, Hernán Reyes (2010, p. 155), esto se produce gracias a los múltiples debates en torno a la estructura de propiedad de los medios, los límites a las libertades de expresión, de información y de prensa; además de la emergencia de los derechos ciudadanos a la comunicación, las responsabilidades del ejercicio periodístico, la regulación estatal y la participación ciudadana.

Hasta la presente fecha el órgano legislativo no ha cumplido con el mandato Constitucional. No obstante, los debates en materia de comunicación continúan generando diversos criterios, especialmente en los medios de comunicación, tal como se verá más adelante.

1.1.2 Estructura Mediática y Desinterés Social

La estructura de los medios de comunicación y su constante supeditación a los grandes poderes políticos y económicos sigue siendo una constante. Ante ello,

una ciudadanía cada vez más atomizada por la desinformación y la comodidad se hace presente.

Desde las perspectivas de Herman y Chomsky (1990, pp. 22 – 42) uno de los principales problemas en los medios de comunicación radica en la estratificación de los mismos. Es decir, en aquella división en la que los medios más pequeños o con menos poderes económicos o gubernamentales, están supeditados a los grandes poderes mediáticos, quienes definen la parrilla informativa.

A raíz de esto, los medios han caído en lo que Ramonet (1999, pp. 4 – 5) cataloga como “mimetismo mediático” e “hiper – emoción”, es decir en la imitación de las empresas periodísticas más grandes para presentar a las audiencias una sobreinformación llena de sensacionalismo.

Esta imitación delirante provoca un efecto de bola de nieve, funciona como una especie de intoxicación. Cuanto más hablan los media de un tema, más se persuaden colectivamente de que ese tema es indispensable, central, capital, y que hay que cubrirlo mejor todavía, consagrándole más tiempo, más medios, más periodistas (Ramonet, 1999, p. 5).

A esto se suma la docilidad de los medios con los gobiernos de turno y los grandes poderes económicos, que para Herman y Chomsky (1990, pp. 40 – 42) se encargan de “disciplinar” el accionar de la prensa, con el objetivo de que sus políticas no se aparten del orden establecido por los grupos dominantes o también conocidos como “establishment”.

Sin la necesidad de retroceder demasiado en el tiempo, un ejemplo de lo expresado se lo puede encontrar en Venezuela. Los escritores y analistas venezolanos, Daniel Hernández y Oliver Reina (2010, pp. 18 – 19), rememoran los hechos ocurridos durante el golpe de Estado en el año 2002 en contra del

presidente, Hugo Chávez. En aquel entonces, explican que los medios de comunicación fueron utilizados en beneficio de los grandes emporios empresariales, que se han mostrado contrarios a las políticas del mandatario de corte socialista. Es así, que durante el “paro - sabotaje” los medios actuaron como un “comando operativo” de los “golpistas”. Aquí la explicación:

Durante el paro – sabotaje, los principales canales de televisión privados suspendieron su programación habitual y durante 63 días continuos transmitieron más de 16.000 cuñas políticas contra el gobierno, la mayoría de las cuales, además de su contenido abiertamente insurreccional hubieran hecho palidecer de envidia a Goebbels, el tristemente célebre Ministro de Educación y Propaganda de Adolf Hitler (Hernández y Reina, 2010, pp. 18 – 19).

Para Reyes, (2010, p. 163) la “mezcla de intereses políticos, económicos y judiciales es incompatible con un manejo de medios de comunicación sano, independiente y atento únicamente a los intereses de la comunidad”. A pesar de ello, los problemas de la comunicación no radican únicamente en el accionar de los medios, sino también, mucho dependen de las audiencias.

Si bien es cierto que como expresan Chomsky y Ramonet (1996, p. 94), “la instantaneidad, espectacularización, fragmentación, simplificación, mundialización y mercantilización” se han convertido en las principales características de la información actual, los consumidores también tienen responsabilidad; ya que poco o nada hacen por verificar o por lo menos entender claramente las informaciones que los medios les presentan.

Ante ello, Ramonet manifiesta que:

Muchos ciudadanos estiman que, confortablemente instalados en el sofá de su salón, mirando en la pequeña pantalla una sensacional cascada de acontecimientos a base de imágenes fuertes, violentas y espectaculares, pueden informarse con seriedad. Error mayúsculo. (...) querer

informarse sin esfuerzo es una ilusión más acorde con el mito publicitario que con la movilización cívica. Informarse cuesta y es a ese precio al que el ciudadano adquiere el derecho a participar inteligentemente en la vida democrática (Ramonet, 1999, p. 7).

Este desinterés por parte de las audiencias ha facilitado el trabajo de gobiernos y grupos económicos, los cuales en repetidas ocasiones han llevado a la sociedad a lo que el filósofo francés, Gilles Lipovetsky (p. 26), denomina como el “consumo privatizado”, un mundo en que el interés por los temas que abarcan a la colectividad y la búsqueda de información fidedigna, poco o nada importan.

2 CAPÍTULO II: EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA LEY DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

El presente capítulo aborda el proceso de construcción del proyecto de Ley de Comunicación en Ecuador. Aquí se hace una retrospectiva de los hechos más trascendentes, situados en un inicio en el 2007, año en que llegó a la Presidencia de la República, Rafael Correa.

De igual forma, se pone de manifiesto el clima de hostilidad entre el gobierno y cierto sector de los medios de comunicación privados; también se analiza los puntos en conflicto que contiene el proyecto de ley.

2.1 LEY DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR: ¿UN DEBATE SIN FIN?

La elaboración del proyecto de Ley de Comunicación tiene sus orígenes legales en la Constitución Política del Ecuador, aprobada en octubre de 2008. En ésta, se inserta una sección enteramente dedicada a los derechos de la comunicación. Los artículos del 16 al 20, entre algunas de las disposiciones legales, determinan la creación de medios de comunicación social, el acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, información veraz, responsabilidad ulterior, entre otros. Además, el artículo 384 establece el Sistema de Comunicación Social, el cual “asegurará el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información, la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana” (Constitución del Ecuador, 2008, p. 30 – 31 – 173).

Por tratarse de una normativa con carácter de derechos fundamentales, la misma Constitución, en su Disposición Transitoria Primera, numeral cuarto, manda a que los legisladores, “en el plazo máximo de trescientos sesenta días”, aprueben una Ley de Comunicación (Constitución del Ecuador, 2008, p. 198).

Para el periodista ecuatoriano y analista de medios, Gustavo Abad, el objetivo de una ley es producir relaciones de equidad, de fuerza sostenible, donde no triunfe únicamente el más grande. Además, afirma que en el caso ecuatoriano, la Ley de Comunicación es el reflejo de un “reclamo histórico”:

Una Ley de Comunicación permite, de alguna manera, nivelar las relaciones de fuerza que se dan en el ámbito de la comunicación y del periodismo. Sin una normativa legal, el periodismo y la comunicación vivirían bajo la ley del más fuerte, es decir, bajo esa supuesta premisa de que la mejor ley es la que no existe. Solo los que se consideran fuertes pueden decir que la mejor ley es la que no existe, los que tiene menor fuerza en ese campo necesitan una ley que los proteja (entrevista, 8 de septiembre de 2012).

Contrario a este criterio, el jurista y representante legal de Fundamedios, Mauricio Alarcón (2012) expresa que no se necesita de normas para el accionar de todos los ciudadanos, pues esto genera resistencia. No obstante, aclara que por tratarse de un mandato constitucional, la ley debe ser aprobada garantizando los tratados y convenios internacionales:

No se puede convertir en una norma restrictiva o que permita la involución. Hay un principio fundamental de los derechos humanos que es la progresividad (entrevista, 8 de septiembre de 2012).

Con el mandato constitucional exigiendo la aprobación de esta normativa, el 9 de septiembre de 2009 la Asamblea Nacional del Ecuador creó la Comisión Ocasional de Comunicación, conformada por los siguientes asambleístas:

- Betty Carrillo (Movimiento PAIS), presidenta.
- Mauro Andino (Movimiento PAIS), vicepresidente.
- Ángel Vilema (Movimiento PAIS)
- María Augusta Calle (Movimiento PAIS)

- Rolando Panchana (Movimiento PAIS)
- Humberto Alvarado (Movimiento PAIS)
- Lourdes Tibán (Pachakutik)
- Cynthia Viteri (Madera de Guerrero)
- Fausto Cobo (Partido Sociedad Patriótica)
- César Montúfar (Concertación)

Luego de la estructuración de la comisión se presentaron tres proyectos de ley. El primero correspondió a César Montúfar, los dos siguientes a los también legisladores Rolando Panchana, y Lourdes Tibán. A éstos se sumó una cuarta propuesta presentada por un conjunto de organizaciones sociales, que no fue considerada como oficial por no contar con el auspicio de ningún parlamentario (Asamblea Nacional del Ecuador, 3 de octubre de 2012).

La propuesta de Montúfar fue presentada el 31 de agosto de 2009. Contenía 78 artículos, 5 Disposiciones Transitorias y se denominó como “Ley Orgánica de Comunicación, Libertad de Expresión y Acceso a la Información Pública (Locle)” (Asamblea Nacional, 31 de agosto de 2009).

Entre algunas de las disposiciones de este marco legal se contemplaba la creación de un “Consejo de Protección de los Derechos de la Comunicación”, el derecho al acceso a la información pública, la autorregulación de los medios de comunicación, y el alcance de los derechos a la comunicación y a la libertad de expresión (Asamblea Nacional, proyecto de ley “Locle”, 9 de septiembre de 2009).

Para Reyes (2011, p. 95), este proyecto “tenía un evidente direccionamiento liberal”, pues a su criterio se trataba de un marco legal en el que primaba la defensa de la libertad de expresión en su sentido más amplio. Asimismo, señala que remarcaba varias disposiciones legales ya contempladas en la ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Abad coincide con esta tesis y añade que “la concepción liberal del proyecto de Montúfar concibe a los medios como los únicos garantes de la participación social y deliberativa”. A su criterio, este esquema resulta incompleto, pues considera que:

(...) los medios no son los únicos garantes de la libertad de información. La ideología liberal de la comunicación no toma en cuenta las relaciones de fuerza que hay en los medios. No tiene el mismo poder el dueño del medio que un reportero, pero a los dos los mete en un mismo saco.

Leyes como las que planteó Montúfar se basan en la premisa falsa de que solo el acceso a la información ya nos iguala. Pero para igualarnos también debemos tener acceso a las condiciones materiales de vida, a la formación. Solamente con acceder a la información no es suficiente (entrevista, 8 de septiembre de 2012).

El 3 de septiembre de 2009, la legisladora Lourdes Tibán presentó el segundo proyecto. Éste contó con el apoyo del denominado Foro de la Comunicación, compuesto por organizaciones sociales como la Confederación de Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (Conaie). Distribuido en 149 artículos, nueve disposiciones generales y siete disposiciones transitorias, el proyecto abordaba temas como la pluriculturalidad de la comunicación, el retiro y la reasignación de frecuencias, los medios de comunicación comunitarios, y la creación de un Consejo Social de Comunicación (Asamblea Nacional, proyecto de ley de Comunicación, 3 de septiembre de 2009).

A pesar de que según Reyes esta propuesta pretendió ser de corte “ciudadanista-corporativista” y que era la única que consideraba medidas específicas para el retiro y la reasignación de frecuencias ilegalmente concesionadas, la misma fue cuestionada por varias organizaciones relacionadas con la comunicación:

Esta propuesta ha recibido el cuestionamiento de varias organizaciones relacionadas con la “comunicación alternativa”, tales como la Coordinadora de Radios Populares (Corape), la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), así como del Centro de Investigaciones y Estudios para América Latina (Ciespal), al decir que no es representativa de un largo proceso de consulta y elaboración consensuada entre sectores sociales y académicos, así como de organizaciones populares de país (Reyes, 2011, p. 96).

Según Jurado (2010, p. 8), este proyecto tenía diferencias sustanciales en relación a los otros. Sin embargo, a su criterio lo hizo “privilegiando un tono declarativo”, el cual impedía saber con precisión cual era el alcance de los derechos y obligaciones expresadas en el marco legal y las consecuencias jurídicas que conllevaría su incumplimiento.

Finalmente, el 14 de septiembre de 2009, el asambleísta del Movimiento PAÍS, Rolando Panchana, presentó el tercer proyecto de ley. Elaborado en 66 artículos, tres disposiciones generales y siete disposiciones transitorias; a criterio de Reyes (2011, p. 96) fue el “más polémico” de los tres.

El marco legal contemplaba artículos referentes a la responsabilidad ulterior, la rectificación y la réplica, la profesionalización, el registro de medios y, al igual que los otros dos, la creación de un Consejo Nacional de Comunicación e Información (Asamblea Nacional, proyecto de ley de Comunicación, 14 de septiembre de 2009).

Para Alarcón (2012) se trató de un proyecto que no cumplía con los estándares internacionales sobre libertad de expresión, ni garantizaba los derechos consagrados en la Constitución. A su juicio, era una “herramienta que abría caminos para posibles riesgos en el ejercicio de la comunicación”:

El momento que un proyecto de ley se basa en el artículo 18 de la Constitución, que habla sobre información veraz, ya está incumpliendo el

estándar internacional del derecho a la libertad de expresión. Además, el momento en que se crea un Consejo de Regulación conformado mayoritariamente por una función del Estado y se consagran sanciones y multas que pueden acarrear el cierre de los medios de comunicación, se demuestra que se trata de una ley restrictiva, no garantista (entrevista, 8 de octubre de 2012).

Abad (2012) considera que este proyecto provenía de una corriente crítica, la cual no considera que la comunicación es un hecho sumamente complejo. Asimismo, señala que habían propuestas totalmente restrictivas, que buscaban normarlo todo, siendo la antítesis del proyecto presentado por Montúfar.

Adicional a esto, Jurado añade otros problemas:

La propuesta de Panchana adolecía de serias deficiencias conceptuales y de técnica jurídica respecto de la formulación de los derechos de la comunicación; y, al establecer categorías, derechos y deberes de los comunicadores sociales apuntalaba la tesis -ya superada- de que la comunicación es un asunto de los profesionales de la comunicación. Por otra parte, confundía la cláusula de conciencia, que protege la libertad de las personas que trabajan en medios de comunicación para producir sus contenidos, con la objeción de conciencia (que es el derecho de las personas para no realizar el servicio militar esgrimiendo argumentos morales, y realizando en su lugar alguna prestación alternativa de orden civil) (Jurado, 2010, p. 6).

De su lado, la Sociedad Interamericana de Prensa calificó al proyecto oficialista como “antidemocrático y restrictivo”. Así como expresó su desacuerdo sobre la creación del Consejo de Comunicación como ente regulador, la profesionalización de los periodistas, “la autocensura a través de la penalización sobre los contenidos de la información”, el registro anual de los medios, entre otros. “Nuestra percepción es que el gobierno impulsa esta ley para reprimir a la prensa” (El Universo, 2009, 17 de octubre, p.3).

En vista de que las discrepancias entre los asambleístas de las diversas tendencias ponían cada vez más en peligro la construcción de este marco legal, el 17 de diciembre de 2009 en la Asamblea Nacional se firmó un “Acuerdo ético-político”. Suscrito por los representantes de todas las bancadas del poder Legislativo, este documento tiene como finalidad “alcanzar acuerdos para cambiar y mejorar los contenidos del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, expresados en el informe para Primer Debate” (Acuerdo ético-político, 17 de diciembre de 2009).

En dicho texto se acuerda que la ley desarrollará las normas constitucionales referentes a comunicación, garantizará la libertad de expresión, sin censura previa y con responsabilidad ulterior, conforme lo establece la Convención Americana de Derechos Humanos; creará un Consejo de Comunicación e Información autónomo e independiente del gobierno y los poderes fácticos, regulará la distribución de las concesiones del espectro radioeléctrico en igualdad de condiciones entre los medios públicos, privados y comunitarios, entre otros puntos (Acuerdo ético-político, 17 de diciembre de 2009).

Para Reyes, este acuerdo no resultó totalmente beneficioso:

(...) contiene entre sus siete puntos una fijación política muy clara hacia los límites jurídicos que impone la Convención Americana de Derechos Humanos sobre la cuestión del derecho a la libertad de expresión, lo que significa una especie de “camisa de fuerza” puesto que los derechos de la comunicación contenidos en la Constitución ecuatoriana vigente son mucho más amplios que los contenidos en el texto de dicha convención (Reyes, 2011, p. 99).

A pesar de esto, Alarcón (2012) califica como positivo el acuerdo alcanzado entre las bancadas de la Asamblea Nacional. Empero, expresa que debido a los intereses políticos en juego “terminó siendo otra traba más para poder llevar adelante este proceso”.

Por su parte, Abad considera que:

Fue parte de las dinámicas políticas que sirvieron como salidas momentáneas para apaciguar los ánimos. La lucha política posterior no tomó en cuenta estos acuerdos y nuevamente se dispararon las propuestas. Apaciguó ánimos, pero no tuvo un suceso trascendente (entrevista, 8 de octubre de 2012).

Cinco días después, el 22 de diciembre de 2009, el pleno de la Asamblea Nacional conoció el informe para Primer Debate sobre el proyecto de Ley de Comunicación. Ese mismo día, se dio lo que Reyes (2011, p. 99) califica como una “torpeza política”. La estación televisiva Teleamazonas y la radio amazónica Arutam fueron sancionadas por la Superintendencia de Telecomunicaciones. La primera con la suspensión de 72 horas al aire y la segunda con la terminación del contrato de concesión de su frecuencia. Según Reyes, ambos casos con consecuencias negativas para el gobierno:

(...) “golpes de efecto” que resultaron un búmeran para las intenciones oficialistas, puesto que en el primer caso un juez penal sentenció la invalidez de la sanción y abrió paso, incluso, a la posibilidad de que el medio afectado interpusiera una demanda solicitando una indemnización por daños y perjuicios económicos y morales, y en el caso de la emisora radial, la propia entidad sancionadora, la Superintendencia de Telecomunicaciones, dejó en suspenso la sanción, luego de que el cierre definitivo jamás se hubiera podido aplicar debido a la resistencia de sus administradores, quienes siguieron emitiendo la señal aún cuando existía una prohibición expresa para ello (Reyes, 2011, p. 99).

De acuerdo a Alarcón (2012), “estos hechos alertaron a la gente sobre otros posibles caminos que pueden tomar las autoridades contra los medios y periodistas”. Criterio que comparte Abad (2012), quien expresa que esto dificultó la construcción de la ley, pues “fortaleció la idea de que se quiere coartar la libertad de expresión en el Ecuador”.

En esta coyuntura el primer debate de la ley fue suspendido. La sesión continuó el 5 de enero de 2010, fecha en que se celebra el día del periodista ecuatoriano. Con lo sucedido con Teleamazonas y Arutam, el clima de hostilidad volvió a la Asamblea. Los legisladores de oposición al gobierno instaron a que los asambleístas oficialistas se comprometieran a cumplir el Acuerdo ético-político. Pedido que fue rechazado, ya que algunos como Virgilio Hernández (Movimiento PAÍS) manifestaron que significaría una “condena firmar algo que aún no está construido” (El Universo, 2010, 6 de enero).

Los problemas no terminaron ahí. El 18 de junio del mismo año se produjo la renuncia de Betty Carillo a la presidencia de la comisión que redactaba el proyecto de ley. Según declaraciones recogidas por el Diario El Tiempo de Cuenca, Carillo dimitió de su cargo debido a divergencias con el presidente de la Asamblea Nacional, Fernando Cordero:

Esta decisión la tomo por las declaraciones que han estado saliendo del Presidente de la Asamblea en el sentido de que podemos estar de acuerdo en los artículos, pero no en un informe que se presente. No puedo trabajar bajo condicionamientos de nadie (El Tiempo, 2010, 19 de junio).

Ante la renuncia, los también oficialistas, Mauro Andino y Ángel Vilema, asumieron la presidencia y vicepresidencia, respectivamente (Asamblea Nacional, Informe de mayoría para segundo debate de ley de comunicación, 1 de julio de 2010).

Para el periodista ecuatoriano, Juan Carlos Calderón, este cambio marcó dos etapas en la comisión: “ha tenido que lidiar con un tema muy complejo: tratar de regular el derecho humano a hablar”. Igualmente, afirma a que debido a los problemas suscitados “la ley resultó una fanesca de muchas cosas” donde fundamentalmente “primó el tema ideológico y político”:

Ha primado lo que quiere el Presidente de la República, y eso es un gran error. La comisión actuó bajo prejuicio ideológico, mucha gente que estuvo ahí nunca ha pisado una sala de redacción. Cuando se actúa desde el prejuicio y desde el desconocimiento no estas en la voluntad de entender la postura del otro (entrevista, 16 de octubre de 2012).

Alarcón comparte esta postura y responsabiliza a ciertos legisladores:

Cuando se dejan de lado aspectos técnicos y se omite el debate sobre las libertades ciudadanas, convirtiéndolo en una pugna por poderes políticos, se pierde totalmente el norte. El accionar de los asambleístas, con contadas excepciones, ha sido terrible. No se ha tratado de un debate sobre los derechos ciudadanos, hemos pasado a una discusión donde la acusación entre unos y otros forman parte de un proyecto de ley. Se olvidan de su función de legislar para pasar a un mero debate político, en algunos casos hasta vacío. (entrevista, 12 de octubre de 2012).

Abad coincide con las tesis citadas. Para él, Carrillo “no tenía la menor idea de lo que es la comunicación”. Mientras que con Andino dice que “la cosa cambió” gracias a que “tuvo una cierta lucidez para rodearse de gente que sabe y que podía ayudarle a canalizar el proyecto”. Sin embargo, expresa que no fue suficiente debido a que “la comisión no ha podido desmarcarse del sello oficialista”. “Aunque dio un giro importante, no logró zafarse de la visión gubernamental en este tema” (entrevista, 12 de octubre de 2012).

El informe para Segundo Debate fue entregado al presidente de la Asamblea Nacional el 1 de julio de 2010 (Asamblea Nacional, informe de mayoría para segundo debate de ley de comunicación, 1 de julio de 2010). A pesar de esto, recién el 15 de noviembre de 2011 el texto fue discutido en el pleno del legislativo. Esto, debido a que el 7 de mayo del mismo año los ecuatorianos aprobaron la consulta popular y referéndum, propiciada por el gobierno y en la que se incluían dos preguntas sobre comunicación.

La primera manifestaba lo siguiente:

¿Está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas de comunicación privadas, de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente, enmendando la Constitución como lo establece el anexo 3? (<https://app2.cne.gob.ec>).

Mientras que la segunda decía:

¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido por la Ley Orgánica de la Función Legislativa, expida una Ley de Comunicación que cree el Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores? (<https://app2.cne.gob.ec>).

Por este motivo, recién el 11 de abril de 2012 el proyecto de Ley de Comunicación fue sometido a votación. No obstante, hasta el desarrollo de la presente investigación, los legisladores no han podido aprobarlo, ya que la sesión ha sido suspendida en reiteradas ocasiones.

Según Abad (2012), la ley no ha podido ser concretada debido a dos razones. La primera “por una oposición engegueda” y la segunda por “inoperancia del gobierno”, el cual no ha logrado “llegar a consensos para vender el proyecto”.

“El manejo político que ha hecho el gobierno de esta Ley de Comunicación no ha sido el más beneficioso para la sociedad. En torno ha ella han existido demasiadas distorsiones, sin lograr un buen desenlace” (entrevista, 12 de octubre de 2012).

Hay que recordar que los legisladores no han cumplido con lo que manda la Constitución, que en su Disposición Transitoria Primera dio un plazo de 360 días, contados a partir de la entrada en vigencia de este marco legal, para aprobar una Ley de Comunicación.

2.2 GOBIERNO VS. MEDIOS. ¿UNA BATALLA POR EL PODER?

Hernán Reyes (2008), considera que uno de los “más notorios y polémicos enfrentamientos que se han escenificado” desde los primeros meses de gobierno de Rafael Correa “ha sido el gestado entre el Primer Mandatario y los medios de comunicación masiva”, tal como lo explica a continuación:

“Bestias Salvajes” resultó el epíteto más pintoresco que, al calor de la contienda, emergió del discurso correísta para calificar negativamente a los medios. Antes de eso, Correa no sólo había señalado que los medios eran unos “mentirosos” incluyendo en esa categoría a periódicos sin importar su tiraje, como aconteció con sus ataques a El Universo, a El Comercio y a diario Hoy; sino que tampoco ha escatimado en estigmatizar con nombre y apellido a algunas figuras hasta ahora “intocables” en el campo del periodismo ecuatoriano (...) (Reyes, 2008, p. 52).

De acuerdo a Reyes, el “inicio del enfrentamiento” fue el 9 de marzo de 2007, cuando diario La Hora publicó un editorial titulado: “Vandalismo oficial”, en referencia a la pugna entre el Ejecutivo y el entonces Congreso Nacional:

El editorial oficial del medio incluyó expresiones como “turbas fanatizadas, enajenados gubernamentales y delincuentes disfrazados, como constató la ciudadanía en los actos cobardes del vandalismo oficial” (La Hora, 2007, 9 de marzo). A la postre, el Gobierno terminó enjuiciando al medio por “injurias”, producto de publicaciones “sin sustento y calumniosas”, frente a lo que el periódico se defendió aludiendo a la libertad de opinión como inmersa en la libertad de expresión (...)

(...) La organización internacional Reporteros sin Fronteras pidió el retiro de la demanda y acusó a Correa de intolerancia y de inmadurez, de “excesos de ensimismamiento”, de que “está perdiendo el control sobre sí mismo” (...) (Reyes, 2011, p. 88).

Previo a llegar a la Presidencia de la República, Rafael Correa fue “el candidato de los medios”, los cuales en “muchos casos apoyaron su proyecto”, según lo afirma Calderón, para quien el Mandatario, en un inicio, “fue un crítico de buena fe con la prensa”. No obstante, esto cambió cuando el actual Secretario de Comunicación del Gobierno, Fernando Alvarado, tomó posesión de su cargo y convenció a Correa de que “los medios son su principal enemigo político” (entrevista, 16 de octubre de 2012).

Ante ello, manifiesta que cierto sector de la prensa, en especial sus editorialistas, “cayeron en la lógica de confrontación política” que el régimen había iniciado, fortaleciendo la idea de que los mismos “eran los enemigos a derrotar” (entrevista, 16 de octubre de 2012).

Abad comparte estas apreciaciones y dice que:

Con una oposición política debilitada ante un gobierno con fuerte respaldo popular, los grandes medios se olvidan de indagar las causas por las cuales la ciudadanía mira con agrado y apoya, al margen de cualquier consideración legal, la destitución de 57 diputados por oponerse al proyecto oficial de reforma política, la iniciativa de rebajar las tasas de interés de los préstamos de la banca privada, la propuesta de no explotar el petróleo de la Amazonía a cambio de una compensación internacional, entre otros actos de gobierno. En lugar de ello, los medios optan por ocupar el espacio dejado por la oposición política, con un discurso crítico a los procedimientos gubernamentales, y favorable al mantenimiento del orden vigente y el ciudadano de la corrección política (Abad, 2011, p. 63).

Ricaurte señala que otra de las causas que motivó este enfrentamiento fue la “debilidad” de gobiernos anteriores, ante los cuales los medios aparecían con una “fortaleza que en realidad no tenían”:

En medio de esa debilidad de los gobiernos, los medios fueron los únicos dueños del relato. El momento en que surge el gobierno de Correa, con una fortaleza enorme, comienza a disputarles a los medios, ese relato. Al parecer, el presidente piensa que el acto de gobernar también implica el acto de editar la realidad (Abad, 2011, p. 189).

Estos problemas alcanzan su clímax en 2009 en torno a la Ley de Comunicación, ya que según Abad (2011, p. 188) “en este debate se juegan aspectos cruciales para el mejoramiento del periodismo en el Ecuador”. Entre ellos, señala, las medidas antimonopolio, la prohibición de que los dueños de bancos sean también propietarios de medios, la responsabilidad ulterior, la distribución equitativa de las frecuencias, y otros.

Durante el proceso de construcción de la ley, los medios de comunicación pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP) utilizaron páginas enteras para promocionar su campaña denominada “+RESPECTO” (Diario Hoy, 9 de diciembre de 2009).

Días después, el diario público El Telégrafo utilizó parte de una de sus páginas para pedir a los “medios menos irrespeto” y hacer referencia a que en Ecuador hay algunos que “se creen Dios” (El Telégrafo, 15 de diciembre de 2009).

Este accionar por parte de cierto sector de la prensa es justificable para Alarcón, quien considera que debido a que los mismos “son los principales afectados, estos tienen que jugar un rol fundamental en el proceso de la ley”. Asimismo, manifiesta que éstos “son los canales a través de los cuales los ciudadanos ejercen su libertad de expresión”:

La función de los medios es dar la información necesaria para un proceso de toma de decisiones debidamente fundamentado. El medio en sí no es un defensor de la libertad de expresión, es el canal de defensa. La libertad de expresión es de los ciudadanos, no la tienen ni los medios públicos ni los privados. El medio tiene un rol de intermediario para estos derechos de libertades. (entrevista, 12 de octubre del 2012)

Reyes difiere en su apreciación, al manifestar que el tratamiento periodístico no fue el adecuado:

La campaña de los medios privados contra las propuestas de regulación han incluido grandes avisos publicitarios sin firma de responsabilidad y a página entera, en defensa del trabajo “libre” y de “servicio social” de esos medios. La argumentación ha girado alrededor de que, si esa propuesta fuese ley, o al menos algunos de sus artículos estuvieran en vigencia, la prensa no hubiera podido hacer las denuncias sobre los actos de corrupción, abuso de autoridad y violación de los derechos humanos por parte de diferentes gobiernos (Reyes, 2011, p. 97).

De igual forma, afirma que los periódicos El Comercio, El Universo y Hoy “han tratado de persuadir a sus lectores” con la idea de que “introducir regulaciones al trabajo periodístico es siempre negativo”, ya que la “prensa “libre” ejerce el papel de contrapoder a los abusos del Estado”. Para ello, dice, “no han escatimado en acusar al gobierno de “totalitario, fascista, y similares” (Reyes, 2011, p. 98).

Para Abad, la publicidad realizada por parte de la AEDEP en contra de la ley tuvo como objetivo “convencer a los lectores de las bondades del actual sistema de medios privados”. Además, afirma que “nunca antes había sido tan evidente la propaganda en lugar de la información”, ya que los medios privados han hecho “activismo en contra de la existencia” de este marco legal:

Los medios de la AEDEP han hecho durante seis meses lo que algunos de ellos han censurado durante más de un siglo o se lo han endilgado a otros, al menos en la retórica hueca de la objetividad: convertir al periodismo en propaganda. Dicho de otra manera, han dado un gran paso a favor de esa corriente que arrastra a los medios hace varios años y los ha llevado a perder demasiado terreno y legitimidad como voz pública, por obra de sus prácticas informativas y empresariales (Abad, 2011, p. 190).

Por su parte, Calderón cuestiona que los medios públicos hayan sido “utilizados como una correa de transmisión de un proyecto político”, ya que los mismos se financian con fondos públicos pertenecientes a los ciudadanos. Empero, también critica al sector privado por haber cometido el “error” de entrar en la confrontación política. Según él, esto “ha desembocado en que el periodismo se haya correisado”, es decir, que la agenda del Primer Mandatario sea la que impere en los medios privados como en los públicos.

En este escenario y, tal como manifiestan los especialistas anteriormente citados, Hernán Reyes concluye afirmando que la polarización del debate no ha permitido construir un texto legal eficiente:

(...) la discusión alrededor de la ley ha sido, en buena medida infructuosa por el debate fuertemente sesgado de lado y lado, y a todas luces insuficiente. El cuerpo normativo en ciernes no sólo tuvo que enfrentarse a la deslegitimación provocada por la campaña mediática de la gran prensa, sino que enfrentó tensiones políticas no sólo desde la hostilidad de la oposición legislativa, sino desde las propias falencias en la conducción del proceso de debate parlamentario (Reyes, 2011, p. 98).

3 CAPÍTULO III: PILARES DE UN BUEN PERIODISMO

Tal como se manifiesta en los capítulos anteriores, la ética periodística es un pilar fundamental para alcanzar la excelencia profesional. A criterio de la catedrática universitaria, Amelia Ribadeneira, ser ético significa “ser transparente, no engañar a la gente, ni traicionar los principios del buen periodismo”.

Existen periodistas que hacen trampas y usan medios, incluso ilegales para obtener información. Se acabaron los tiempos de periodistas superhéroes que mienten, inventan identidades falsas, usan cámaras ocultas, roban documentos (entrevista, 20 de noviembre de 2012).

Los escritores y profesores españoles, Juan Cantavella y José Serrano (2004, p. 260) señalan que “hablar de periodismo es hablar de responsabilidad, es hablar de normas de comportamiento, es hablar de ética y deontología”:

El periodismo es, simplemente, pero nada más y nada menos, que el intermediario entre lo que ocurre en la realidad y la propia sociedad y eso implica tener un alto grado de responsabilidad en el ejercicio de la profesión y en todo lo que lo posibilita (Cantavella y Serrano, 2004, p. 260).

El papel del periodista es tan trascendente en las sociedades que incluso puede llegar a ser un factor determinante en el accionar de las personas. Así lo considera la catedrática ecuatoriana, María Fernanda Noboa:

La construcción del imaginario colectivo, en la sociedad actual, está determinada, en gran medida, por el accionar del discurso mediático en las mentes de los lectores y en su subjetividad; pasa por una serie de estrategias discursivas que determinan no solo la relación del usuario de los códigos, a partir del enfoque propuesto por los medios, sino por el

enclave que dicha práctica discursiva establece en las prácticas cotidianas del sujeto, en su reglamentación y su inserción en la institucionalidad del sistema de consumo informativo (Checa, 2008, p. 140).

Por tal motivo, y haciendo referencia a la misión que debe cumplir la prensa escrita, el periodista inglés, David Randall, afirma que:

La función de un periódico consiste en descubrir información novedosa sobre asuntos de interés general y transmitirla a los lectores con la mayor rapidez y precisión posibles, de una manera veraz y ecuánime (Randall, 1999, p. 37).

Con lo expuesto, este capítulo aborda los conceptos e importancia de géneros periodísticos como la noticia o nota informativa, la entrevista, el reportaje y la crónica; así como el contraste de fuentes, el unifuentismo o número de fuentes, la tendencia o enfoque de las publicaciones de los medios, su jerarquía, y ubicación en las páginas de la prensa escrita; variables primordiales en el oficio y que más adelante serán objeto de estudio en la presente investigación.

3.1 GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Para el periodista peruano y profesor universitario, Juan Gargurevich (2000, p. 9), los géneros periodísticos son la manera que utiliza el periodista para manifestarse, “debiendo hacerlo de modos diferentes, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación”.

Sin embargo, este concepto puede diferir notablemente respecto de otros teóricos o profesionales de la comunicación y el periodismo. De acuerdo al periodista español Álex Grijelmo (2007, p. 27), “el reto de definir los géneros periodísticos acarrea una tarea en realidad inabarcable”. Esto, dice, debido a que la innovación de los periodistas y los periódicos “puede dejar en fuera de juego cualquier planteamiento”:

De entrada, se aprecian ya notables diferencias entre los teóricos de la comunicación al clasificar las distintas formas de concebir un texto para publicarlo en un diario o revista. Y también, incluso, falta de coincidencia en las palabras que las designan, especialmente entre España y algunos países de América (Grijelmo, 2007, p. 27).

A pesar de esto, Gargurevich divide los géneros periodísticos de la siguiente manera:

(...) la lista de géneros periodísticos que se cultiva hoy sería la siguiente: nota informativa, entrevista, crónica, reportaje, gráficos (fotos, caricaturas, mapas, tiras, cómicas), columna, artículo, testimonio, reseña, crítica, polémica (o debate), columna artículo, testimonio, reseña, crítica, polémica (o debate), campaña (cruzada), titulación, folletón (o folletín) en sus formas modernas (ya no de novela exclusivamente) (Gargurevich, 2000, p. 18).

No obstante, según Gargurevich “los principales, en cuanto al uso, son los cinco primeros”, es decir, la nota informativa, entrevista, crónica, reportaje y gráficos. Todos estos, menos los últimos, a ser analizados en la presente investigación.

3.1.1 Nota Informativa o Noticia

Los autores del libro “Cómo hacer periodismo”, definen a la noticia como:

(...) el relato de un hecho importante que acaba de suceder o que hasta ahora se conoce. Puede ser el recuento de cualquier hecho sobresaliente mientras tenga novedad, originalidad, importancia y gravedad para los lectores ya sea por su proximidad geográfica o por la cantidad de personas o lugares implicados (García, Grillo, León, Ronderos, Sáenz, 2002, p. 157).

Por su parte, Gargurevich, quien prefiere llamarla “nota informativa”, expresa que se trata del género más utilizado en el periodismo diario, el cual consiste en la presentación de hechos recientes, redactados en base a normas técnicas desarrolladas gracias a la experiencia. De igual forma, indica que es un género factual que aborda sucesos que merecen ser considerados como noticias gracias a sus valores periodísticos precisos.

Para Grijelmo (2007, p. 31), se trata de “la esencia del periodismo” o su “materia prima”. Algo que según dice “es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el diario”.

Randall (1999, p. 38) concuerda y añade que un hecho es considerado como noticia cuando “tiene un valor informativo fresco” y “que la gente no haya oído antes”.

Sin embargo, según Ribadeneira (entrevista, 20 de noviembre de 2012) el actual periodismo considera como noticia a “lo estridente, lo sangriento, la vida rosa y la economía”. Algo que a su criterio debe ser combativo, pues manifiesta que las noticias son la muestra de la moral de un diario y el gran periodismo se basa en la vida de la gente, en los temas de interés humano.

A pesar de que los autores señalan que se trata de un género en el que la subjetividad del periodista no debe influir, Gargurevich dice que “no basta con desear ardientemente ser objetivo”, pues la posibilidad “está más allá de la conciencia del redactor. A su criterio, se puede ser más objetivo si se desarrollan adecuadamente métodos, técnicas de recabar la información y transmitirla al lector:

Se ponía como ejemplo a un estudiante de dibujo y a un dibujante profesional. El novato deseará ser objetivo al hacer un retrato, pero le faltará la técnica, la experiencia para lograr que su trabajo se parezca al original. El profesional, en cambio, logrará mayor objetividad en su retrato, pues sabrá como hacerlo.

Algo parecido sucede con los periodistas: un buen manejo del oficio dará mayores posibilidades de aproximación a la realidad (Gargurevich, 2000, p. 22).

3.1.2 Entrevista

Según Grijelmo, la entrevista es aquel género donde el periodista “se limita a exponer su conversación con un personaje mediante el sistema de pregunta y respuesta”. En esta, dice, se “excluyen los comentarios o las descripciones interpretativas en torno al entrevistado”, ya que su objetivo radica en:

(...) exclusivamente en trasladar información (se informa de cuáles son las opiniones de una persona.) Por lo general, resulta adecuada para personajes sobradamente conocidos y en los que no se buscan aspectos personales; a quienes intentamos extraer ideas interesantes sobre su actividad profesional (políticos, economistas, escritores, artistas). (Grijelmo, 2007, p. 57).

Para García y el resto de los autores (2002, p. 207), es imposible hacer periodismo sin la entrevista. Ellos la definen como una “conversación entre dos personas, en la que una de ellas intenta conocer más a fondo la información, el pensamiento, las creencias o el criterio de la otra sobre un asunto”.

Catalogada como “la herramienta fundamental del periodista”, los autores creen que su valor está determinado por el personaje y el tema a ser abordado:

La entrevista puede tener valor por el personaje, por el asunto o por la coyuntura y puede referirse bien sea a un tema de actualidad o uno de interés permanente. El mejor resultado se logra cuando coinciden un personaje y un buen tema (García, Grillo, León, Ronderos, Sáenz, 2002, p. 207).

El objetivo de la entrevista, según Gargurevich, es conseguir información que interese al público y que sirva para la redacción de nuevos artículos. Por ello, recomienda plantearse estas interrogantes:

¿Tiene este asunto actualidad para nuestros lectores? (...) ¿Logrará estimular su curiosidad, atraer su atención por su novedad o singularidad? ¿Posee la suficiente importancia o provee la información deseada? ¿Cómo puede adquirir el conocimiento que le permita dictaminar instantáneamente lo que es importante o interesante? ¿Qué ha de hacer para adquirir el 'sentido informativo'? (Gargurevich, 2000, p. 73).

Aunque hay varios criterios para clasificar a la entrevista, García (2002, p. 206 – 207) la divide en tres: informativa, de experto y de perfil o semblanza. En la primera, explica, “una fuente calificada ofrece su versión sobre un asunto determinado”. En la segunda, se profundiza o contextualiza un tema coyuntural. “En estos casos no se ahonda en la personalidad del entrevistado sino en sus conocimientos” y en los aspectos de su trayectoria que dan valor a sus respuestas. En la tercera, lo importante es el personaje, que el lector conozca su personalidad, costumbres y circunstancias que formaron su carácter y que le llevaron a convertirse en una “celebridad”.

3.1.3 Crónica

A diferencia del género anterior, las definiciones que los autores dan a la crónica no varían demasiado. Por tal motivo, y luego de recoger el criterio de diversos periodistas y especialistas en la materia, Gargurevich la define así:

Es un relato sobre personas, hechos o cosas reales, con fines informativos, redactados preferentemente de modo cronológico y que, a diferencia de la nota informativa, no exige actualidad inmediata pero sí vigencia periodística (Gargurevich, 2000, p. 114).

A pesar de esto, García (2002, p. 161) expresa que “perdió su camisa de fuerza cronológica” y se desarrolló hasta convertirse en un campo sin límites”, tal como apunta el periodista y escritor argentino, Tomás Eloy Martínez:

La crónica es el único territorio donde combaten con armas iguales la realidad y la imaginación, la destreza verbal con el lenguaje voluntariamente descuidado. (García, Grillo, León, Ronderos, Sáenz, 2002, p. 207).

Grijelmo (2007, p. 88) explica que la crónica toma elementos de la noticia, del reportaje y del análisis. Su diferencia respecto de los dos últimos radica en que prima el elemento noticioso, mientras que respecto del primero, “incluye una visión personal del autor”.

Por tratarse de un género que incluye elementos noticiosos, pero también de análisis, Grijelmo advierte del peligro que corre el periodista que no tenga la suficiente preparación en la materia, “o se le vaya la mano y cargue las tintas en sus juicios personales”:

En la crónica hay que interpretar siempre con fundamento, sin juicios aventurados y además de una manera muy vinculada a la información.

El periodista precisará de gran habilidad para introducir los elementos interpretativos: habrá de evitar que las opiniones ligadas a ellos queden desnudas y se conviertan en frases editorializantes que se han colado de rondón en un género que no les corresponde (Grijelmo, 2007, p. 89).

Otros factores a tomar en cuenta, señalados por García y los autores, dicen que “en la crónica, más que en cualquier otro género, es imprescindible que se oiga la voz del periodista”, no necesariamente en primera persona, pero sí evidenciando que existe una persona “de carne y hueso” contando un cuento. Además, que en este caso, la información en sí no es lo importante, “sino la forma como el cronista interpreta la realidad de la que es testigo” (García, Grillo, León, Ronderos, Sáenz, 2002, p. 207).

3.1.4 El Reportaje

Considerado como el género que abarca a los tres anteriormente citados, Grijelmo manifiesta que se trata de:

(...) un texto informativo que incluye elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, ambiente, color, y que, fundamentalmente, tiene carácter descriptivo.

Normalmente, el reportaje parte de una recreación de algo que fue noticia y que en su momento no pudimos o no quisimos abarcar por completo (Grijelmo, 2007, p. 65).

Según García (2002, p. 221), “el reportaje se parece más a un ensayo que explora un fenómeno, sus manifestaciones, sus causas y sus consecuencias en profundidad”. Razón por la que, afirma, es un género que únicamente se presta para “historias de largo aliento”.

Para el periodista argentino, Máximo Simpson, el reportaje contiene los siguientes elementos:

- 1.- Representa una investigación
- 2.- Proporciona antecedentes comparaciones y consecuencias;
- 3.- Se refiere a una situación general de carácter social, aunque parta de una hecho particular;
- 4.- Incluye análisis e interpretaciones;
- 5.- Establece conclusiones (Gargurevich, 2000, p. 250 – 251).

A parte del reportaje informativo, Grijelmo (2007, pp. 75, 79, 80) menciona al “reportaje informe”, el “reportaje de preguntas” y el “reportaje perfil”. De igual forma, debido a su extensión y con el objetivo de no convertirse en algo “tedioso para el lector”, considera que la atribución de fuentes puede ser obviada en ciertos pasajes del texto, eso sí, menos cuando se trate temas delicados, o cuando un hecho no haya sido verificado.

3.2 CONTRASTE DE FUENTES

Cantavella y Serrano (2004, p. 263) definen a las fuentes en el periodismo como “la base sobre lo que se construye una noticia”:

Escribir una noticia, un reportaje o una entrevista no es un mero ejercicio mecánico. El periodista debe poner todos sus sentidos al servicio de lo que va a escribir y hacerlo con la mayor diligencia. Y esto afecta directamente a la selección y utilización de las fuentes de información, porque el principio fundamental al que el periodista debe consagrar su trabajo y el ejercicio de su profesión se escribe con letras mayúsculas: ninguna noticia debe ser considerada cierta si no se ha conseguido verificar a través de alguna fuente fidedigna (Cantavella y Serrano, 2004, p. 261).

Para explicarlo mejor y añadiendo que “la solidez o valor de los hechos dependen en parte de la fuente que los haya revelado”, Randall (1999, p. 43) cita el siguiente ejemplo:

Un político de la oposición te puede decir que el Presidente está a punto de dimitir, pero si es el Presidente, o uno de sus ayudantes de confianza quien te lo dice, evidentemente la información tendrá más solidez. Y aún será mayor si descubres que el Presidente está a punto de dimitir pero no quiere que se conozca el verdadero motivo; y tú lo sabes y se lo transmites a tus lectores (Randall, 1999, p. 43).

Según Cantavella y Serrano, “una fuente informativa es cualquier persona, institución, colectivo o documento que ayuda al periodista en su labor profesional” y que comúnmente sirve para dos cosas:

O bien proporciona al periodista datos a partir de los cuales puede existir un indicio de noticia o se puede originar una noticia o bien le sirve al periodista para enriquecer, completar o ilustrar su información (Cantavella y Serrano, 2004, p. 263).

Los catedráticos y periodistas argentinos, Emiliano Albertini y Adela Ruíz (2008, p. 15), citando al periodista y profesor español, Manuel López, van más allá del concepto mencionado. Para ellos, se trata de un “testigo directo o indirecto” que proporciona “datos sustanciales o complementarios para poder confeccionar” las notas informativas:

La fuente informativa es una persona, un grupo de personas, una institución, una empresa, un gobierno, una religión, una secta, un club deportivo... y quién sabe cuántas variables más, que han visto u oído algo, o que tienen documentos sobre ese algo y que están dispuestos a proporcionarlo a algún medio informativo por interés del público o porque conviene a sus propias estrategias (Ruiz y Albertini, 2008, p. 15).

Por lo expuesto, Fernando Checa, periodista y Director General de Ciespal, (2008, p. 59) califica a las fuentes como la “piedra angular del periodismo”. Además, manifiesta que “sin ellas, buena parte de lo que publican los medios no existiría”:

(...) en proporción directa a la importancia que ellas tienen, está el rigor, el profesionalismo y la ética con los que el periodismo debe manejar y relacionarse con ellas. Vacíos, omisiones y debilidades en estas características primordiales de la relación conducen a deficiencias en la calidad periodística y en su dimensión ética (Checa, 2008, p. 50).

Sin embargo, no basta con hacer uso de las fuentes y citarlas. Checa (2008, p. 62) advierte que es necesario un manejo adecuado de las mismas, pues de lo contrario el periodista puede caer en una de las “enfermedades” del periodismo: “la falta de contrastación de fuentes”, es decir, “la carencia de verificación de la información y de obtención de otros puntos de vista que contrasten y den un balance o equilibrio a la información”.

Al respecto, Grijelmo señala lo siguiente:

Una norma elemental de cualquier periódico riguroso consiste en hablar con todas las partes implicadas en un acontecimiento informativo. Puede ocurrir que no se consiga, pero al menos debe intentarse. Un periodista no ha de permitir que se le quede un palo sin tocar (Grijelmo, 2007, p. 550).

El manual de estilo del diario español, El País, señala:

En los casos conflictivos hay que escuchar o acudir siempre a las dos partes en litigio. Aquellos dudosos, de cierta trascendencia o especialmente delicados, han de ser contrastados por al menos dos fuentes, independientes entre sí, a las que se aludirá si quiera sea vagamente. Siempre se hará constar, en su caso, que determinada persona supuestamente perjudicada por una información no ha sido localizada. (...) No se puede dar a alguien por ‘ilocalizable’ por el mero hecho de que un redactor no le haya encontrado. (<http://blogs.elpais.com>).

A pesar de esto, el profesor universitario y analista de medios, José Villamarín, afirma que para cumplir con este deber ético no basta con elaborar una nota periodística con visiones distintas, sino que además se debe analizar que ambas tengan el mismo peso:

(...) el problema no es de cantidad, sino de calidad. No se trata de un equilibrio numérico sino de un similar peso específico en los contenidos de las declaraciones, para evitar que la balanza se incline a favor de una tesis u otra. (entrevista, 15 de octubre del 2012)

No obstante, varios han sido los casos en que lo mencionado no se cumple. Por ejemplo, una investigación realizada por el Observatorio de Medios de la Universidad de Las Américas, revela que el tratamiento periodístico de cinco periódicos de Ecuador durante el conflicto entre Ecuador y Colombia, ocurrido el 1 de marzo de 2008, fue negativo. El estudio señala que del 100 % de las notas analizadas, únicamente el 33 % fueron contrastadas (Checa, 2008, p 62).

Ante ello, el periodista ecuatoriano Rubén Darío Buitrón, manifiesta que al periodismo ecuatoriano le hace falta “equilibrio y cabeza fría”, pues se confunde “pasión por el oficio con pasión por la ideología”. De igual forma, expresa que tanto los medios como los periodistas deben repensar su accionar para llegar a los lectores:

Los medios y los periodistas, en especial quienes trabajamos en prensa escrita, tenemos la obligación de repensar la manera de hacer noticias para llegar a nuestros lectores no solo con información nueva y distinta a la que ya han visto o escuchado sino con información contextual donde no hablen por nosotros los mismos actores de siempre ni los analistas sesgados sino la propia gente afectada (Checa, 2008, 97).

Si bien de acuerdo a Villamarín, el contraste de fuentes puede ser evitado en aquellas noticias consideradas como factuales, en el caso de aquellas que tienen un juicio de valor de por medio y que, por ende, pueden afectar a alguien, se vuelve algo imprescindible. No hacerlo, dice, sería “entrar en el campo de la propaganda, entendida esta como la búsqueda de la adhesión a una causa”:

Cuando no hay un contraste de fuentes, en periodismo esto se llama: manipulación. La manipulación la entendemos como tratar de ocultar intencionalmente información para defender determinados intereses (www.ciespal.net)

3.3 NÚMERO DE FUENTES

“Las informaciones de una sola fuente son perniciosas y deben ser consideradas indeseables”, dice el periodista colombiano Mario Morales (Checa, p. 60), en referencia a otra “enfermedad” que aqueja al periodismo: el unifuentismo.

Muy relacionado con el tema abordado en líneas anteriores, el unifuentismo o también llamado por Buitrón y Astudillo (2005, p. 44) como “declaracionitis”, se refiere a la elaboración de notas informativas con una sola versión, “con el criterio o la opinión subjetiva e interesada de una sola fuente (por lo general, oficial)”.

Según Villamarín, quienes cae en este error son conocidos como “periodistas “corre – ve – y – dile” o “simples transmisores que hacen cualquier cosa menos periodismo”.

Dentro del análisis de medios sobre la crisis entre Ecuador y Colombia (antes citado) también se reflejó este problema. De acuerdo a Checa (2008, p. 60), “un buen porcentaje de notas informativas fueron elaboradas a partir de una sola fuente”. Por tal motivo, en la investigación se entrevistó a varios periodistas que pidieron la reserva de la fuente para expresar su punto de vista. El primero en hacerlo manifestó:

Es innegable el unifuentismo en la prensa nacional, es una dura realidad. La apreciación no está alejada del conocimiento de muchos periodistas, pero, sin tratar de darle justificativos, eso obedece en muchos de los

casos a la inmediatez de la noticia y al descuido de muchos de nosotros que hacemos coberturas basadas en la coyuntura. (Checa, 2008, pp. 136 - 137).

Mientras que otro de los entrevistados dijo:

Sin duda que es uno de los males de la prensa ecuatoriana. Las razones, supongo que son varias. Una de las principales, sin duda, es lo apretado de la agenda de los medios. Otra de las razones, que no es posible ocultar, es el facilismo en el que hemos caído los periodistas, pero también los medios, que no exigen el cumplimiento de normas éticas básicas para el ejercicio periodístico (Checa, 2008, p. 137).

En el caso de la prensa colombiana, el resultado no fue diferente. Morales (2008, p. 169), afirma que únicamente la tercera parte de las notas informativas de cinco periódicos analizados cumplieron con el “estándar de calidad de permitir versiones diferentes desde puntos de vista distintos”:

(...) la imposibilidad de acceso a fuentes de calidad, por distancia o absoluta imposibilidad, hicieron que buena parte de la construcción noticiosa estuviese afincada en una versión específica (Checa, 2008, p. 169).

Buitrón y Astudillo (2005, p. 92 - 95) señalan que al publicar información con una sola fuente o con varias pero de similares intereses, “se crea una realidad falsa o incompleta”, la cual distorsiona los acontecimientos y calla a un sector de los protagonistas. Además, consideran que esto se debe a que muchos medios de comunicación masiva “mantienen un discurso sincronizado” que no sirve a la sociedad, sino a determinados intereses políticos, económicos, religiosos, intelectuales y sindicales:

Es un periodismo que casi nunca, o por excepción, busca las versiones de los perjudicados por el poder o indaga por posibles terceras posiciones que permitan esclarecer conflictos, disputas, polémicas y debates.

Los periodistas de aquellos medios no parecen pensar en la gente, la comunidad, la sociedad. No entienden –o no tienen el espacio de reflexión suficiente para comprender su rol- la necesidad de que el oficio cumpla su función básica y primaria de ser útil al lector y a la comunidad haciendo lo que debe hacer: contar, mostrar, relatar, narrar, esforzarse por buscar y exponer todos los escenarios, puntos de vista, argumentos y razones en torno a un hecho (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 92).

Con el objetivo de cambiar esta dinámica, la periodista argentina Alicia Cytrynblum (2008, p. 67), impulsa un “periodismo social”. Entre algunas de sus características, resalta la presencia de un actor social dentro de sus notas informativas:

La propuesta es respetar el abecé del periodismo y que siempre se consulte a la gente. Que al momento de chequear las fuentes no se recurra únicamente a tres funcionarios o a especialistas, sino que exista un equilibrio cualitativo basado en la multiplicidad de voces. Entendemos que el sector social tiene por objetivo equilibrar la balanza, de manera tal que la gente esté representada (Serrano, 2008, p. 67).

De igual forma, considera que es necesario trabajar en un periodismo que se aleje del poder y se ponga en un lugar intermedio: “ni tan cerca de la gente ni tan cerca del poder” (2008, p. 67).

Esta distancia con las fuentes es recogida por Grijelmo de la siguiente manera:

En la vida política, económica, artística... en cualquier ámbito relacionado con los periodistas, algunos personajes tienen la habilidad de facilitar buena información. Se convierten así en fuentes privilegiadas, que hacen

favores a los periódicos... y esperan recibirlos a cambio. El mejor periodista no sólo sabe captar información, preguntar en los lugares adecuados y trabajar buenas relaciones con quienes disponen de datos interesantes. También ha de distanciarse de sus propios informadores personales, mantener educadamente la independencia respecto de las fuentes (Grijelmo, 2007, p. 575).

Compartiendo el criterio de los autores citados, Buitrón y Astudillo son tajantes al indicar que el periodismo de una sola fuente:

(...) debe morir porque no representa la vida en toda su dinámica, en todas sus contradicciones y vértigos, en sus múltiples percepciones y maneras de ver el mundo (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 91).

Además, añaden que:

El periodista sabe que la realidad es compleja, diversa, intrincada, contradictoria. Una realidad que solo es posible expresar con equilibrio y balance, con tolerancia, sensibilidad, apertura mental y sentido social. La realidad, y por tanto el periodismo, es multifuentista. Un periodismo que, en palabras del dramaturgo norteamericano Arthur Miller, refleja a todo un país hablándose a sí mismo (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 98).

Como han expresado los autores, buscar la mayor cantidad de voces posibles, que representen la diversidad de las visiones y tendencias, ayudará a que el periodista tenga el panorama cada vez más claro sobre la realidad, tal como afirma el periodista polaco Ryszard Kapuscinski:

La fuente principal de nuestro conocimiento son "los otros". Los otros son los que nos dirigen, nos dan sus opiniones, interpretan para nosotros el mundo que intentamos comprender y describir (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 91).

3.4 TENDENCIA DE LA NOTA

La creación de estados de opinión desde los medios de comunicación es “inevitable”, afirma la escritora colombiana Esperanza Martínez (1999, p. 141), para quien el poder de la prensa y su relación entre las empresas periodísticas y los autores de la política nacional, en la mayoría de los casos, los convierte en “causa y parte interesada”.

Esta apreciación es compartida por Checa, quien además califica a los medios como un “gran poder simbólico” encargado de construir realidades mediáticas:

Los medios no reflejan la realidad ni son una ventana para mirarla. Los medios son “instituciones paradigmáticas” (J. Thompson), con un gran poder simbólico, que construyen una realidad mediática a base de las versiones o representaciones (equilibradas o no) que dan sobre el mundo. Es un poder simbólico de los medios a partir del cual, entre otras instancias socioculturales, los individuos constituyen sus identidades y construyen imaginarios con relación a sí mismos y a la sociedad en que viven (Checa, 2008, p. 11).

Por ello, y si bien los periodistas María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (1992, p. 137) manifiestan que “nadie puede ser absolutamente objetivo”, la tendencia o enfoque con que son elaboradas las notas informativas cobran gran relevancia. Según Grijelmo, un mismo hecho “puede aparecer escrito con las más diversas interpretaciones”:

Afortunadamente, la pluralidad en la prensa lo garantiza. La objetividad pura no existe (solo la honradez pura), y no se podría pretender que ante un mismo hecho todos los diarios ofrecieran una versión idéntica. Ni siquiera el suceso local menos comprometido ideológicamente puede despertar la unanimidad del relato (Grijelmo, 2007, p. 561).

No obstante, esto conlleva una gran responsabilidad para el redactor, quien al momento de definir la tendencia o enfoque del texto informativo debe saber claramente “en qué momentos su elección de titular responde a una percepción personal, a una evaluación de la realidad y de lo importante que se da en ella... o a una manipulación” (Grijelmo, 2007, p. 561).

Sobre este tema e indicando que el procesamiento de información se refiere a las fuentes que el periodista maneja a diario: “reportajes, entrevistas, declaraciones, reuniones, ruedas de prensa”, entre otros, Silvia Rey, periodista y escritora, manifiesta lo siguiente:

El reportero recopila toda esa información, para enfocarla desde su punto de vista, y darle la forma definitiva. En este enfoque no solo priman sus procesos cognitivos sino también el día a día al que están sujetos los medios de comunicación y la necesidad de convertir esa información en un producto mercantil, esto es, un artículo que venda (Rey, 2003, p. 20).

Uno de los problemas identificados por Buitrón y Astudillo en la prensa al momento de decidir el enfoque, radica en los “prejuicios” de los periodistas, previo a realizar la reportería:

Hay ocasiones en las que los periodistas van de antemano (sin aún haber hecho la reportería) con una idea final de cómo será la noticia, el reportaje, la entrevista, el perfil o el informe. Eso se llama prejuicio (...).

En esos casos, el entrevistado o el personaje pueden estar condenados de antemano por el periodista, lo que en términos jurídicos se llama prevaricar (Astudillo y Buitrón, 2005, p. 52).

Si bien es cierto que según Rey (2003, p. 23) las noticias a publicar son escogidas en base a ciertas “normas, valores, y actitudes”, Randall aclara que estas no deben ser afectadas por los criterios o sentimientos de quien las redacta:

A nadie se le puede pedir que prescinda de todas sus creencias y opiniones más apreciadas, pero, aunque sea imposible evitar que nos afecten de manera inconsciente, nunca debemos permitir que ejerzan una influencia consciente en nuestro trabajo. El deber de un reportero es informar con exactitud sobre lo que ha ocurrido, sin pasar los hechos sobre el tamiz de sus prejuicios, por muy inteligentes y bien informados que éstos sean (Randall, 1999, p. 10).

Por esta razón, Rey (2003, p. 21) considera necesario que el comunicador maneje “categorías cognitivas” desde el punto de vista periodístico, interpretando un hecho como un acontecimiento que implique “conceptos como el público, interés público, la diferencia, la novedad, lo exclusivo, la magnitud, las consecuencias negativas y nociones similares”:

Los criterios de valor periodístico implícitos que subyacen en la observación de la rutina periodística proporcionan la base para estos procesos de atención, selección y decisión (Rey, 2003, p. 21).

Al igual que Randall, pero incluso siendo más específicos, Buitrón y Astudillo advierten lo siguiente:

(...) no podemos abstraernos de nuestras experiencias personales, valores, principios, conceptos, cultura. Los periodistas tenemos ideología. En cada párrafo que editamos, seleccionamos o escribimos estamos –a veces, de manera inconsciente- mostrando nuestras creencias y maneras de ver el mundo (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 53).

Sin embargo, son enfáticos al señalar que con la finalidad de que el subjetivismo de los redactores no distorsione el enfoque del trabajo:

El periodista debe detenerse un instante, reflexionar, pensar en lo que está haciendo, ser consciente de cada paso que da y, finalmente, en el momento oportuno meter la cabeza en un balde de agua helada.

El agua helada sobre la cabeza es necesario siempre para tomar las decisiones correctas en medio de la presión, la velocidad y el estrés de la hora de cierre. Y es la mejor medicina contra la ligereza y la arrogancia (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 53).

Si el objetivo es construir una nota periodística que no intente “manipular” a los lectores a través de un enfoque distinto al real, Grijelmo (2007, p. 583) manifiesta que “un periodista no debe dejarse llevar nunca por sus enfados personales”.

Por su parte, Randall (1999, p. 214) cataloga como “un aspecto fundamental y no negociable”, al hecho de que toda información “debe constituir un intento imparcial de descubrir lo que realmente ha sucedido, así como de publicar la verdad, aún cuando vaya en contra de nuestras más arraigadas convicciones”.

Hacer lo contrario, según Buitrón y Astudillo, implicaría:

(...) juzgar y definir verdades desde una postura cómoda el ciudadano – periodista que cuenta con todas las comodidades de vivir en una metrópoli, de, a veces, gozar de una posición económicamente sólida o de sentirse parte de un poder que ejerce el mando o que influye –a veces con mecanismos coercitivos- sobre amplios sectores (Buitrón y Astudillo, 2005, p. 54).

3.5 JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Dar a conocer todos los hechos que suceden en el país o el mundo resulta “imposible”. Así lo afirma Villamarín, quien cree que una de las funciones del periodista se basa en jerarquizar la información, es decir, “clasificar, seleccionar y valorar los acontecimientos que los convertirá en noticias y los difundirá al público”.

Sin embargo, ¿Sobre qué base define lo que se publica y lo que deja de publicarse? Para Villamarín se trata de “una pregunta sin respuestas definitivas, pues hay mil y un factores que inciden en ese proceso”. No obstante, de lo que si está seguro es de que, “en última instancia”, esta decisión es tomada en base a lo que el medio de comunicación entienda qué es hacer periodismo.

Según el sitio web, www.profesorenlinea.cl, “un periódico es un espacio totalmente jerarquizado, donde cada trozo de cada página tiene su nivel de importancia”. Además, explica que la zona de mayor relevancia es la primera plana, la misma que es discutida en una reunión entre el director del medio y todos los jefes de las secciones. Luego de esta, vienen las páginas impares o ubicadas al costado derecho del periódico, sitio donde generalmente la publicidad tiene un costo mayor (<http://www.profesorenlinea.cl>).

Debido a que “un periódico ofrece diariamente más de un centenar de informaciones distintas, pero no todas tienen la misma importancia, ni el mismo interés para los lectores”, el periodista del diario español, El Comercio, Covadonga de Viedma, explica que la clasificación de las noticias es un trabajo diario que tiene como finalidad “dar mayor o menor importancia” a las informaciones y en la cual se toman en cuenta factores como las “aperturas de sección”, la “secuencia de contenidos”, las páginas, ilustraciones, titulares y columnas (<http://canales.elcomercio.es>).

Para citar un ejemplo, señala que “dentro de cada página, si va más de una noticia, la más interesante se coloca en la parte superior, con el titular ocupando más espacio y un mayor tamaño”. De ahí, factores como el número de columnas y las fotografías o gráficos a utilizar también influyen en la jerarquización de la información. (<http://canales.elcomercio.es>).

Por su parte, las profesoras argentinas Laura Elisandro y Laura Gaetano destacan que los “mecanismos de selección, jerarquización y publicación de las

noticias” son parte de “un proceso general de las rutinas de producción periodística”:

En principio, los criterios utilizados a la hora de calificar la trascendencia y jerarquía de los acontecimientos pueden ser denominados como “valores de noticiabilidad”. Entendida la noticiabilidad como “el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias”. Los valores son justamente esos componentes que la conforman y que funcionan como reglas prácticas para guiar el accionar de los periodistas durante el proceso de producción (<http://comunicacionculturayeducacion.blogspot.com>).

De igual forma, al igual que Viedma, manifiestan que previo a la publicación de un periódico, la jerarquización es “materializada en decisiones acerca de la extensión de cada nota, su distribución dentro del diario; la inclusión de fotografías; la búsqueda de antecedentes y su contextualización” (<http://comunicacionculturayeducacion.blogspot.com>).

No obstante, Rey (2003, p. 23), citando al lingüista holandés Van Dijk, menciona que dentro de las reglas básicas que sustentan al periodismo, “las de carácter económico”, a través de la contratación de publicidad, son las que marcan la pauta al momento de configurar el relato periodístico. Según Rey, “este modelo o esquema favorece” a las élites, quienes “a su vez son las protagonistas de la noticia”:

Se ha demostrado ya que es muy difícil romper este círculo vicioso. En efecto, en la sección política de los medios escritos ecuatorianos se observa normalmente a los mismos personajes pronunciarse sobre determinados temas de interés nacional (Rey, 2003, p 23).

Según una publicación de Diario El País de España, en 2006, varios portales web de medios de comunicación como Clarín de Argentina o The Washington

Post de EE.UU., intentaron cambiar esta metodología. Su propuesta otorgaba a los usuarios la posibilidad de que sean ellos quienes jerarquicen la información que es de su interés (<http://elpais.com>).

3.6 PÁGINAS Y SECCIONES DE UN PERIÓDICO

El profesor español Gregorio Prieto define a un periódico como el “conjunto estructurado de textos que contribuyen a hacer más cómoda su lectura, ya que facilitan la selección y localización de los contenidos que le interesan, así como le permiten “establecer” un orden propio de lectura. (<http://aprietopcpi.blogspot.com>).

Justamente con esa finalidad, Villamarín (entrevista, 2012) afirma que fueron creadas las secciones. Su función, explica, es “organizar el texto”, el mismo que por contener información proveniente de “todos los lados” es considerado como un “mosaico”. De no hacer esto, manifiesta que el lector “no podría acceder a los contenidos de manera sencilla”, pues sería un vericuetto al cual no lograría entrar y del cual no podría salir”.

Dimitri Barreto (entrevista, 2012), periodista y editor de diario El Comercio (Ecuador), agrega que otro de los propósitos de las secciones es “invertir más en el periodismo de interpretación”. Es decir, “explicar la causalidad de un fenómeno, más allá de lo episódico, ocurrido en las últimas horas”.

A pesar de que en la prensa no hay una estandarización general para determinar las secciones, las más comunes son: política nacional, economía, opinión, cultura, local, deportes y sociedad (<http://prensacam.wordpress.com>).

Según Villamarín (2012), su escogimiento depende del “punto de vista de los modelos sociales que tienen los medios de comunicación respecto de lo que es importante”. Esto, indica, no siempre coincide con los intereses o visiones de las audiencias:

Es distinta la importancia que asignan los diarios “serios” frente a los “populares o sensacionalistas”. Los primeros dan mucha importancia a la política, a la economía, a los problemas sociales, segregando para segundo plano, por ejemplo, los temas de crónica roja.

Los diarios populares hacen exactamente lo contrario. Ellos privilegian las secciones relacionadas con la crónica roja, farándula y deportes; dejando para el final lo que es política. Es una concepción mucho más cercana a la realidad de la gente. Esa es una de las explicaciones por las que estos medios sensacionalistas tienen más aceptación que los medios “serios” (entrevista, 20 de noviembre de 2012).

Además, indica que han aparecido nuevas secciones que tienen como finalidad responder a las necesidades de los ciudadanos. Por ejemplo, hace referencia a espacios como “construir” o “jóvenes”.

No obstante, Barreto manifiesta que actualmente en las salas de redacción se discute sobre cómo cambiar esta “parcelación de la información”, ya que la sociedad no está dividida en política o deportes. Según cuenta, se está buscando democratizar y acercarse más a la realidad de las personas:

La sociedad es muy heterogénea. Al mismo tiempo puede gustar de un partido de fútbol en la Premier League y de lo que pasa en la política en Buenos Aires o lo que está ocurriendo en la Franja de Gaza. Por eso, parcelar la información de modo tal que a una persona le encasillen socialmente, ya no está tan en boga. Hoy, hay un intenso debate en las salas de redacción para establecer algo distinto, en función del interés colectivo (entrevista, 20 de noviembre de 2012).

Empero, Villamarín afirma que “los medios de comunicación no reflejan la realidad, sino que la construyen”. Explica que ubicar una noticia en la primera página, en la segunda o en la última, “tiene connotaciones distintas”. Por ello,

recomienda que sea necesario estudiar factores como la posición, el tamaño de letra, si está acompañada o no de una fotografía, entre otros:

Todo esto configura una serie de estrategias mediante las cuales los medios de comunicación dicen a la gente sobre qué debe pensar, qué es lo más importante. De esa manera intentan configurar la ideología de las personas. La ubicación es fundamental (entrevista, 22 de noviembre de 2012).

Finalmente, el catedrático considera que para realizar una investigación sobre el trabajo que desempeñan los medios de comunicación, “es imprescindible” tomar en cuenta lo mencionado. De lo contrario, dice, “los datos serán sesgados, incompletos e inocuos”.

4 CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 RESEÑA HISTÓRICA DIARIO HOY

Nace el 7 de junio de 1982, siendo el primer diario del país impreso a todo color, con diseño modular y elaborado electrónicamente. Su matriz principal se encuentra en Quito, aunque también se edita simultáneamente en Guayaquil. Fue creado con la finalidad de abrir los espacios informativos a una sociedad que, en aquellas épocas, empezaba a vivir la democracia. Para ello, priorizó un lenguaje directo y menos complaciente con la información, además de la inclusión de voces generalmente excluidas por la prensa y los sistemas políticos (Burbano, en sitio web Diario Hoy, 1997).

De acuerdo a su manual de estilo, Diario Hoy “es un periódico pluralista y democrático”, el cual da espacio “a las diversas corrientes de opinión, defiende los principios de participación, la vigencia de los derechos humanos y del orden constitucional”, así como la preservación del medio ambiente (www.hoy.com.ec).

Con cobertura nacional y con 15 secciones, actualmente es dirigido por Jaime Mantilla Anderson, también presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Además, es parte de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP).

4.2 EL TELÉGRAFO

Fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, el diario nace en medio de una coyuntura política agitada, pues en este periodo los Restauradores derrocaron al general Ignacio de Veintimilla. Su nombre es un homenaje al servicio telegráfico que se instaló en Ecuador en 1884, lo cual permitió que el país establezca una comunicación eficaz con el mundo. De esta manera, El Telégrafo fue el primer periódico ecuatoriano que utilizó este

invento. Catalogado como un medio de comunicación liberal, el 3 de julio de 1886, durante el gobierno de Plácido Caamaño, dejó de circular debido a presiones políticas. (<http://www.telegrafo.com.ec>)

En 1898 todas las acciones del periódico fueron adquiridas por el ambateño José Abel Castillo, quien en 1922, debido a las protestas y denuncias hechas por el diario en contra del asesinato de centenares de obreros durante el gobierno liberal de José Luis Tamayo, tuvo que partir hacia Alemania. El matutino continuó su trabajo bajo la dirección de Manuel Eduardo y José Santiago Castillo.

En 1923 se inauguró el actual edificio del periódico, ubicado en las avenidas Diez de Agosto y Boyacá, centro de Guayaquil. Cuatro años más tarde (1927) José Abel Castillo regresó a Ecuador y retomó la dirección con la ayuda de sus hijos. En 1940, la misma pasó a manos de Santiago Castillo y Castillo. En esta administración, El Telégrafo se convirtió en el primer periódico en adquirir los servicios de agencias noticiosas extranjeras, además de ser el primero en publicar fotografías aéreas del país (www.ppelverdadero.com.ec).

En 1986, la familia Antón se hizo cargo del diario. El periodista, Xavier Benedetti, fue nombrado director. Según el diario ecuatoriano PP El Verdadero, “a partir de ese momento comienza la declinación del periódico, tanto en el aspecto ideológico como económico”.

A finales del año 1999 e inicios del 2000, El Telégrafo fue adquirido por el banquero, Fernando Aspiazu Seminario:

Es ahí cuando el diario se ve envuelto en una crisis completa. Todas sus páginas hablaban del problema legal de su dueño, pues su propietario lo utilizó para defenderse de los cargos de peculado y estafa, por los que sería finalmente condenado (www.ppelverdadero.com.ec).

A raíz de estos problemas, nuevamente pasó a manos de la familia Castillo.

Hasta que finalmente, en 2008, se convirtió en un medio de comunicación público en manos del Estado, cuando la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) entregó al Ministerio de Finanzas las acciones que antes pertenecían a Aspiazu.

Actualmente, la dirección está bajo el mando del periodista ecuatoriano, Orlando Pérez.

4.3 INVESTIGACIÓN

Los diarios El Telégrafo y Hoy fueron escogidos para este estudio de acuerdo a una investigación previa realizada con la colaboración de especialistas en el análisis de medios. Tomando en consideración las publicaciones informativas de ambos matutinos respecto del proyecto de Ley de Comunicación y otras investigaciones sobre el trabajo de la prensa en Ecuador, se determinó que ambos periódicos presentaban ciertas falencias en su trabajo periodístico.

Por ello, para analizar el manejo de información de los diarios Hoy y El Telégrafo en torno al proyecto de Ley de Comunicación se han escogido las siguientes variables:

- Página y sección en que aparecen las noticias, entrevistas, reportajes o crónicas referentes al tema.
- Jerarquía (nota de portada, apertura, secundaria o inferior)
- Género periodístico
- Número de fuentes utilizadas
- Contraste de fuentes
- Tendencia de la nota

Además, se ha cuantificado las veces que el tema es abordado por los periódicos y publicado en más de una ocasión en diversas páginas, entre ellas, en portada.

Las variables han sido analizadas en cuatro periodos: creación de la Comisión Ocasional de Comunicación, firma del Acuerdo Ético Político en la Asamblea Nacional, primer debate del proyecto de Ley de Comunicación, y votación del proyecto de Ley.

Cada lapso ha sido estudiado por tres semanas. Es decir, antes, durante y después de cada uno de los hechos indicados, dando un total de 86 días, 172 periódicos y 154 notas informativas.

4.4 PRESENTACIÓN DE LOS PROYECTOS DE LEY DE COMUNICACIÓN Y CREACIÓN DE LA COMISIÓN OCASIONAL DE COMUNICACIÓN EN LA ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. PERIODO DEL 9 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Durante este periodo los legisladores César Montúfar (Concertación), Lourdes Tibán (Pachakutik), y Rolando Panchana (Movimiento PAÍS) presentaron tres proyectos de Ley de Comunicación. Esto motivó a que el Consejo de la Administración Legislativa (CAL) de la Asamblea Nacional cree la Comisión Ocasional de Comunicación para analizar las propuestas y elaborar el marco legal.

Este lapso puede ser considerado como el inicio del interés que ambos medios de comunicación pusieron sobre el tema.

4.4.1 Página y Sección

La página cuatro, con un 46 %, fue la más utilizada por El Telégrafo para referirse al proyecto de Ley de Comunicación. A esta le siguen la página uno o más conocida como portada con un 31 %, y otras con un 23 %.

El 100 % de sus publicaciones (exceptuando las que están en portada) aparecen en la sección Actualidad.

Por su parte, en Diario Hoy el 60 % de las publicaciones están en la página tres. En portada hay un 30 %, mientras que en página dos y otras un 5 %, respectivamente.

La sección Actualidad, con un 85 %, acoge la mayor cantidad de publicaciones, dejando un 15 % a otras.

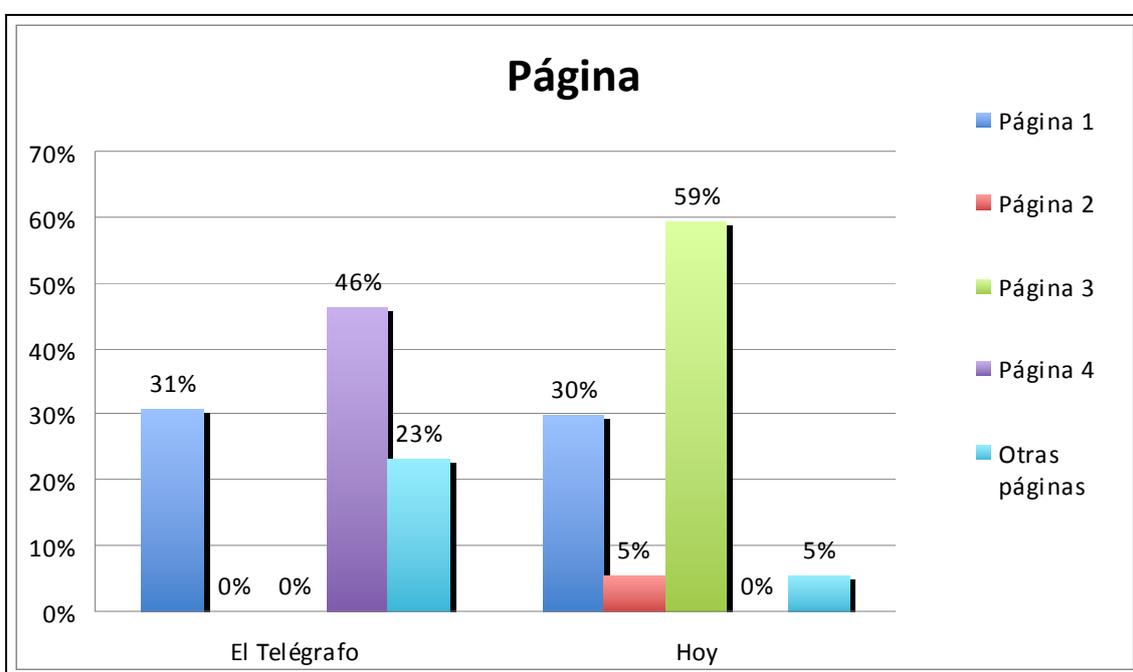


Figura 1. Página

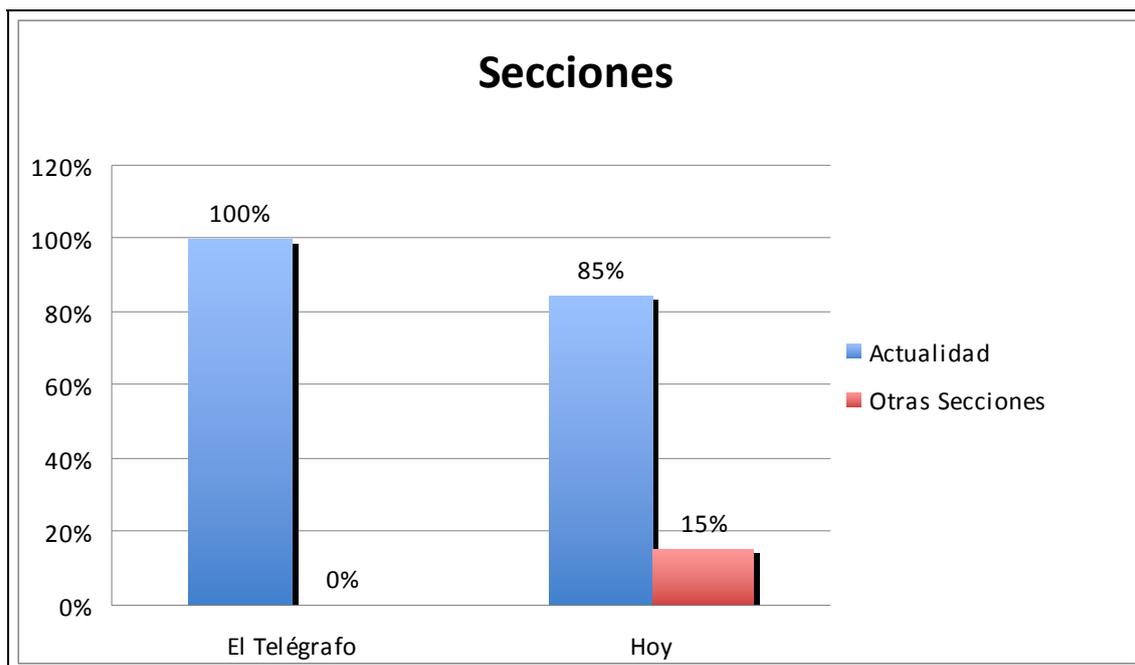


Figura 2. Secciones

4.4.2 Jerarquía

A pesar de que El Telégrafo aborda el tema en menor proporción que el Hoy, la mayoría de sus notas son ubicadas en sitios estelares. Los datos muestran que el 38 % son de apertura y el 31 % están en portada. En menor porcentaje aparecen las secundarias con el 23 % y las inferiores con el 8 %.

Algo parecido ocurre en Hoy. En portada aparecen el 35 % de los trabajos. Sin embargo, ya en su desarrollo estos son abordados mayoritariamente como notas secundarias (30 %). El resto se distribuyen en apertura (22 %) e inferiores (14 %).

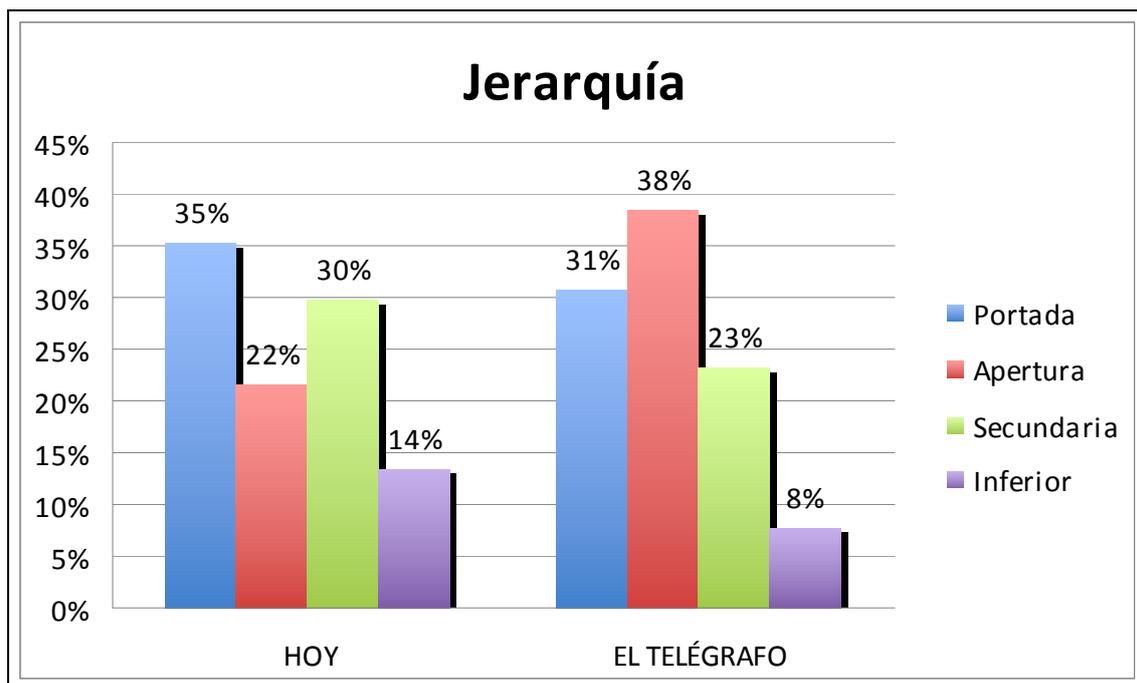


Figura 3. Jerarquía

4.4.3 Géneros Periodísticos

En ambos diarios la noticia es el género periodístico más utilizado y la crónica el menos usado. Sin embargo, existen diferencias en cuanto al reportaje y a la entrevista.

El Telégrafo recurre a la noticia en un 66.67 %, al reportaje en un 22.22 % y a la entrevista en un 11.11 %.

En el Hoy, las noticias abarcan un 84.62 % y las entrevistas un 15.38 %.

La crónica no aparece en ninguno de los dos.

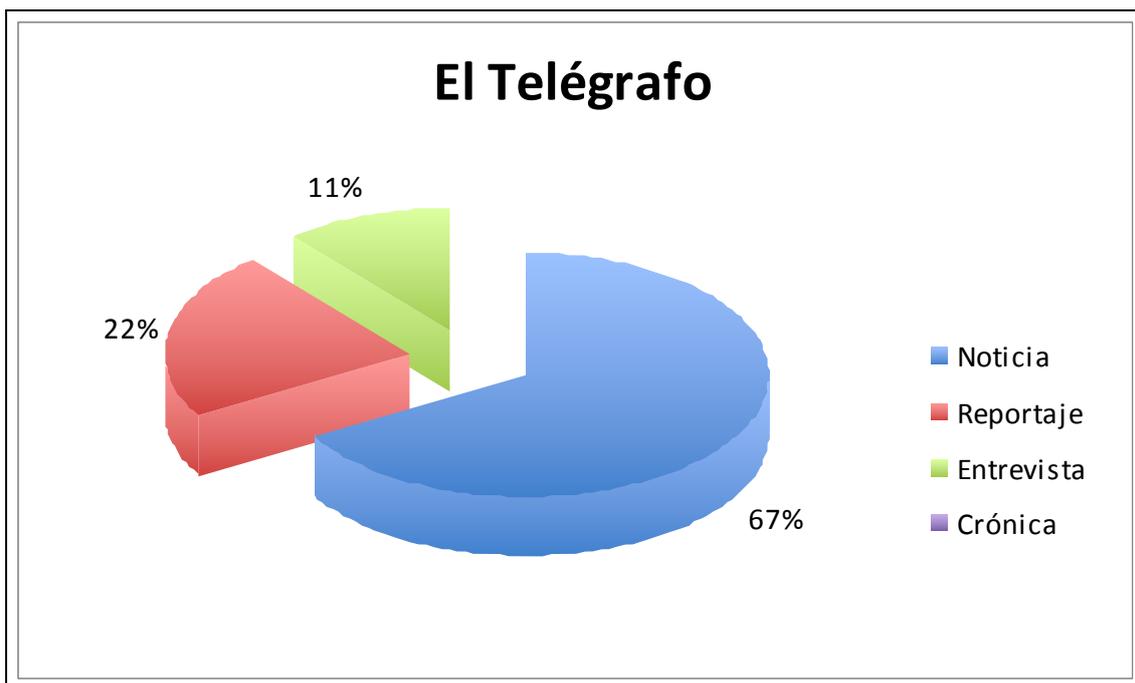


Figura 4. El Telégrafo

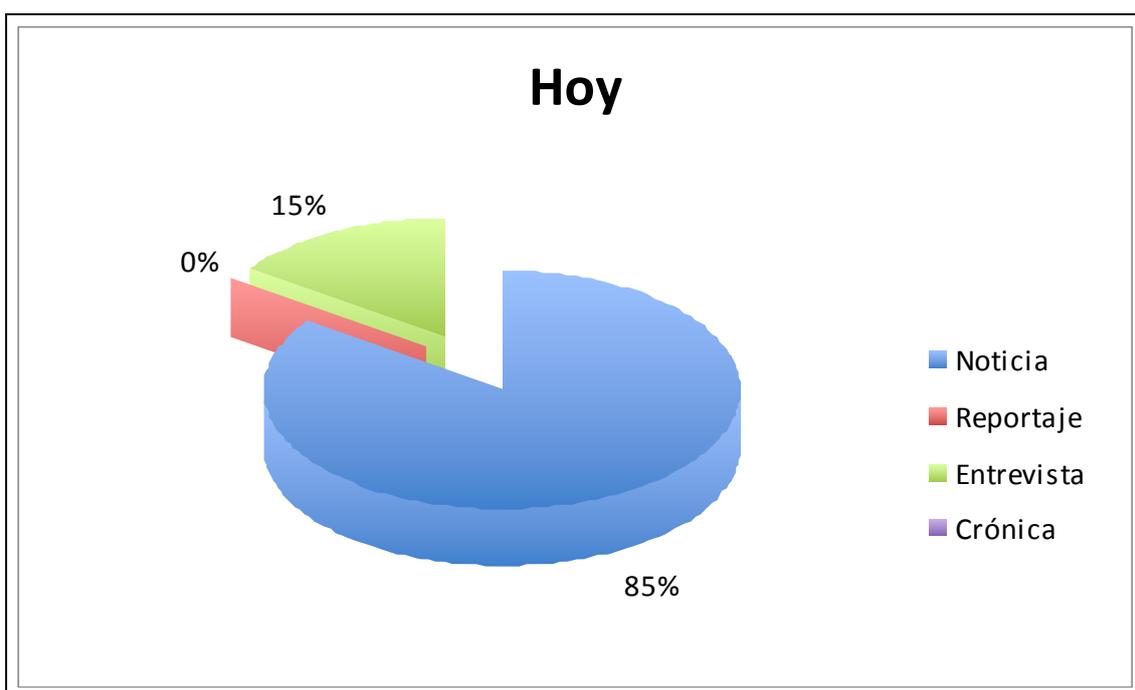


Figura 5. Hoy

4.4.4 Número de Fuentes

Los datos muestran que El Telégrafo utiliza más fuentes para publicar sus textos que el Hoy. Un 42 % de sus trabajos cuentan con más de cuatro fuentes, el 33 % con una, el 17 % con cuatro y el 8 % con tres.

En el Hoy, el 29 % tienen una fuente, el 25 % tres, el 21 % dos, el 13 % cuatro y el 13 % más de cuatro.

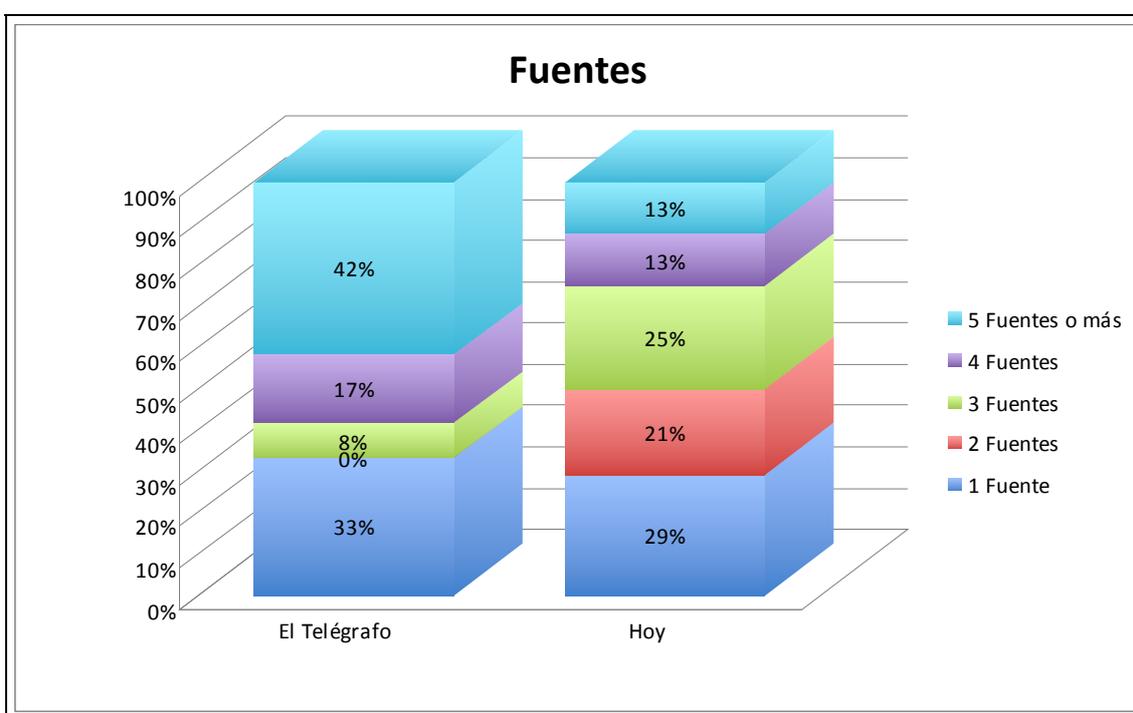


Figura 6. Fuentes

4.4.5 Contraste de Fuentes

En El Telégrafo, el contraste de fuentes se cumple a medias, pues el 50 % de las notas lo hacen y el otro 50 % no lo hace.

En el caso de Diario Hoy tan solo un 20 % de las notas son contrastadas. El 80 % restante cuenta con el criterio de un solo sector.

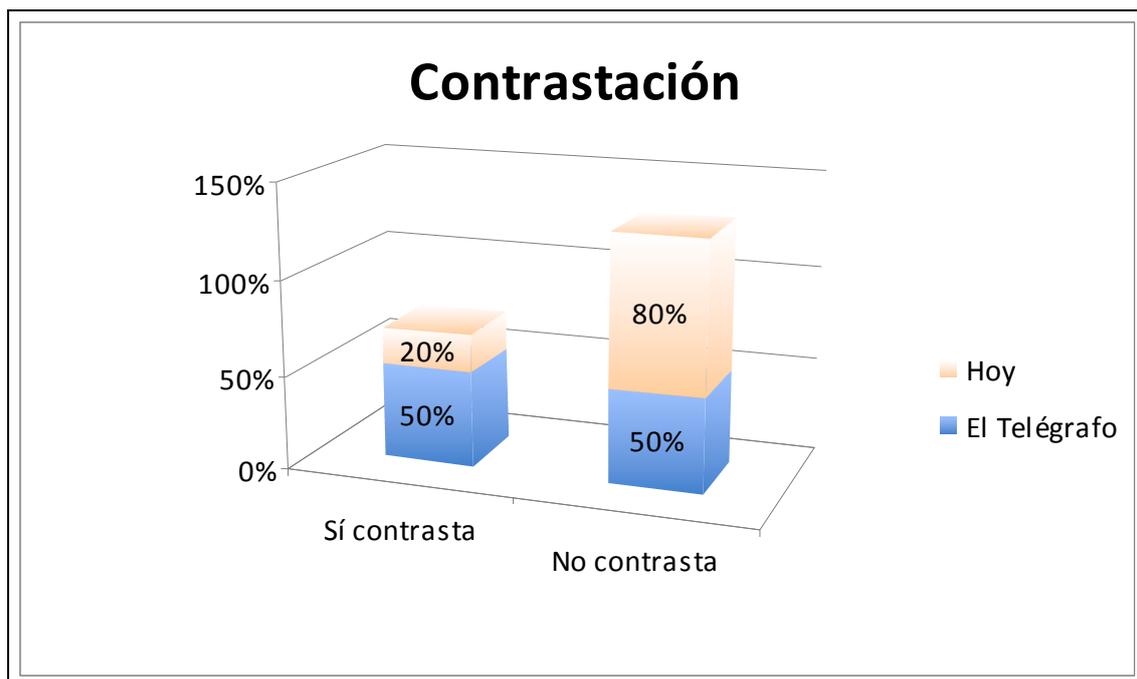


Figura 7. Contrastación

4.4.6 Tendencia

El resultado demuestra la postura contraria de los periódicos sobre la existencia o no de una Ley de Comunicación. Esto, a pesar de que ambos tienen porcentajes similares en las notas que son equilibradas.

El 56 % de los textos de El Telégrafo tiene una tendencia favorable al proyecto de Ley, mientras que el 44 % son considerados como equilibrados. No se registran notas en contra.

En Hoy un 46 % de sus trabajos tienen un enfoque contrario al proyecto, un 50 % equilibrado y un 4 % a favor.

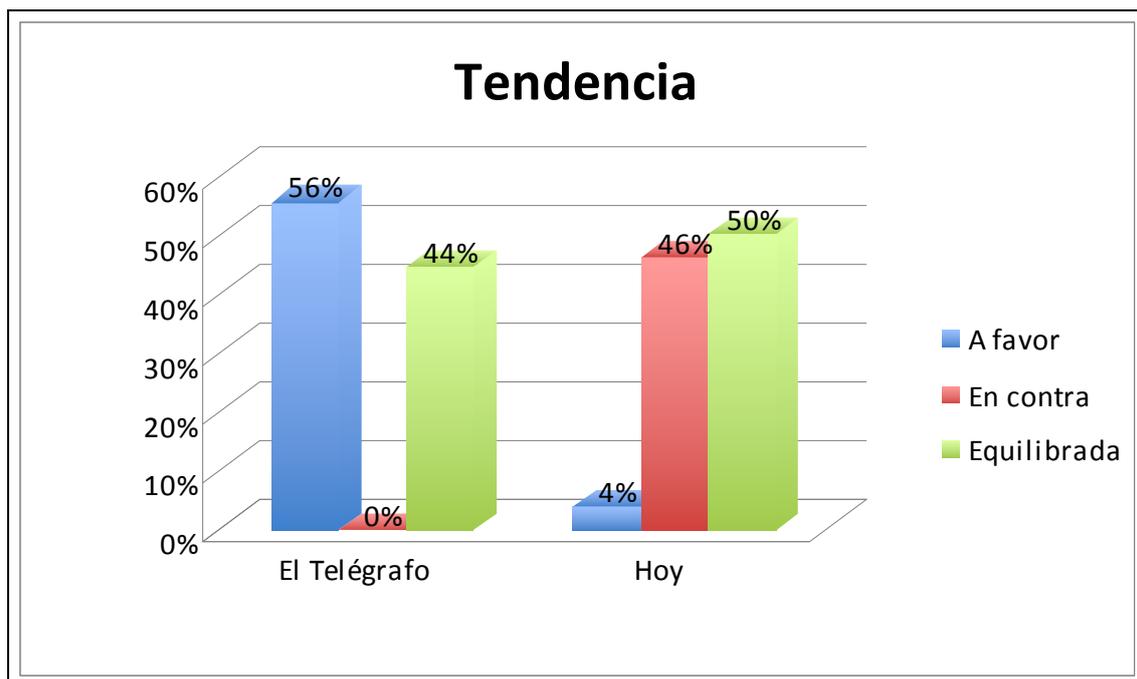


Figura 8. Tendencia

4.5 FIRMA DEL ACUERDO ÉTICO POLÍTICO. PERIODO DEL 10 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009

El Acuerdo Ético Político fue una reunión entre el presidente de la Asamblea Nacional, Fernando Cordero, y los representantes de las bancadas legislativas y grupos políticos del parlamento. El objetivo fue alcanzar consensos para cambiar y mejorar el proyecto de Ley de Comunicación.

En primera instancia esto viabilizó el desarrollo de la propuesta legal. Sin embargo, las divergencias entre los legisladores afines al gobierno y sus opositores no lo permitieron.

4.5.1 Página y Sección

El Telégrafo no centraliza sus publicaciones en una determinada página. Más bien, opta por presentarlas indistintamente. Es así, que un 31 % se difunde en la cuatro, un 25 % en portada, un 13 % en la tres y un 31 % en otras.

Contrario a esta metodología, el Hoy nuevamente centra en su página tres la mayor cantidad de notas con un 68 %, seguido de portada con 19 %, página dos con un 10 % y otras con un 3 %.

En lo que sí coinciden ambos medios es en recurrir, mayoritariamente, a la sección de Actualidad para presentar sus trabajos. Un 92 % en El Telégrafo y un 84 % en el Hoy. El resto, un 8 % en el caso del primero y un 16 % en el segundo corresponden a otras secciones.

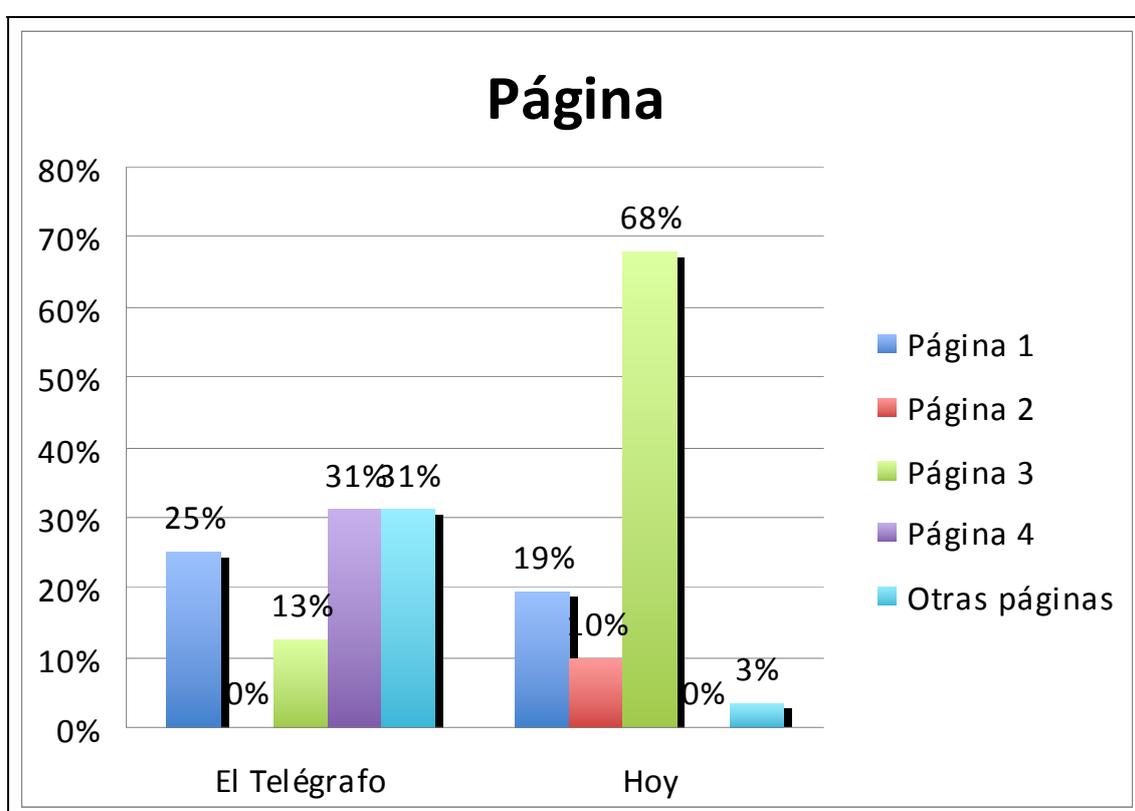


Figura 9. Página

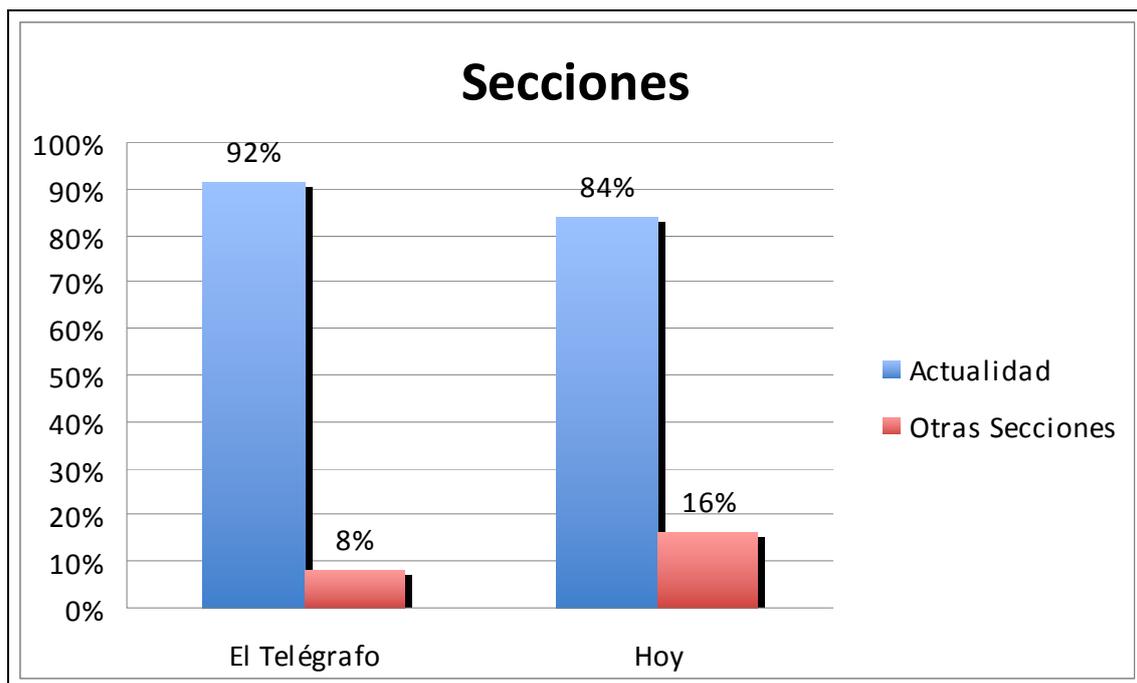


Figura 10. Secciones

4.5.2 Jerarquía

A pesar de que solo un 25 % de sus notas aparecen en portada, en El Telégrafo el 50 % son ubicadas en sitios de apertura. El restante se divide entre las notas secundarias y las inferiores, las cuales reciben un 13 % cada una.

En el Hoy la ubicación es más heterogénea. El 23 % están en portada, el 32 % en apertura, el 26 % son secundarias y un 19 % son inferiores.

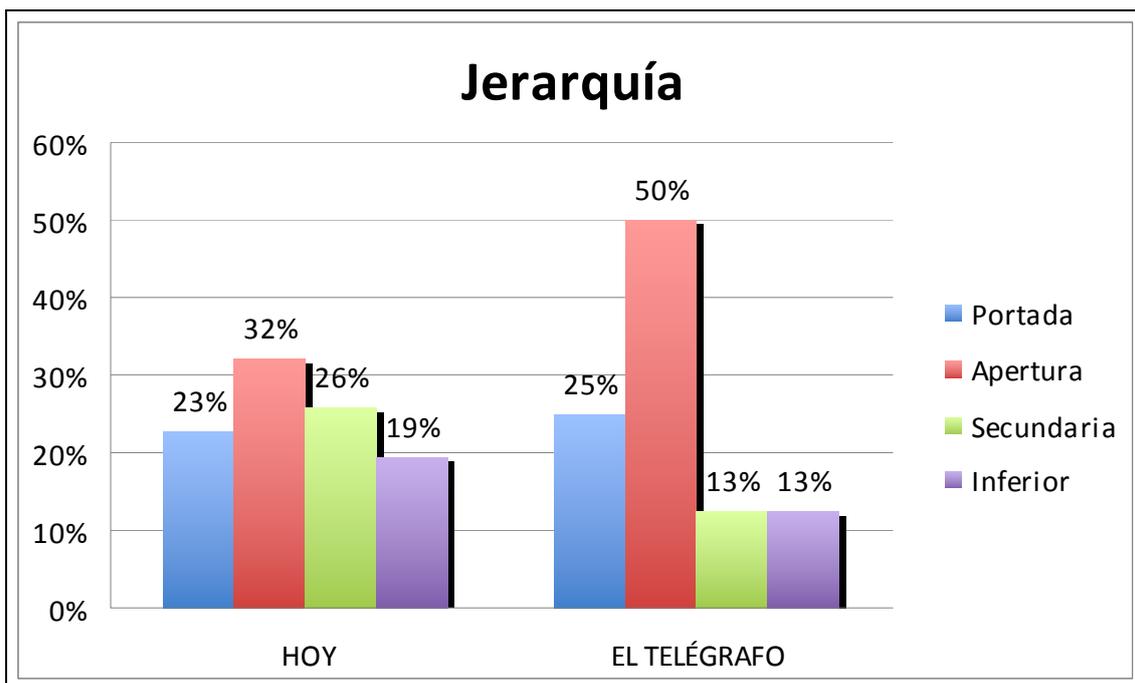


Figura 11. Jerarquía

4.5.3 Géneros periodísticos

Al igual que el periodo anterior, la noticia es el género más usado. Un 83 % en El Telégrafo y un 88 % en el Hoy.

A esta le sigue el reportaje con un 17 % en el primero y un 8 % en el segundo.

La entrevista aparece únicamente en Hoy con un 4 %, mientras que la crónica no vuelve a ser aplicada por ninguno de los dos.

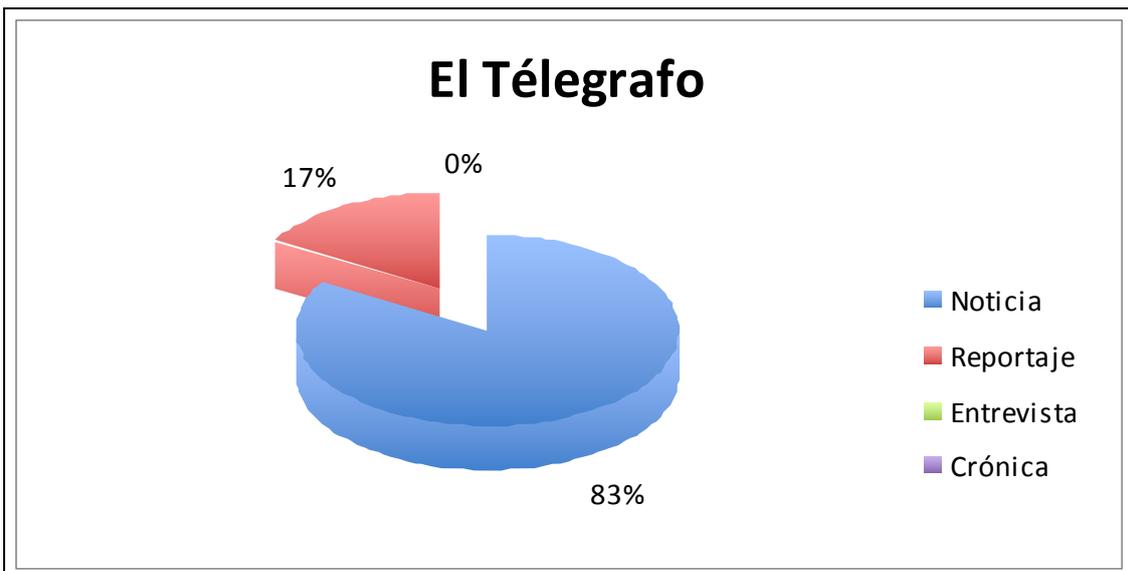


Figura 12. El Telégrafo

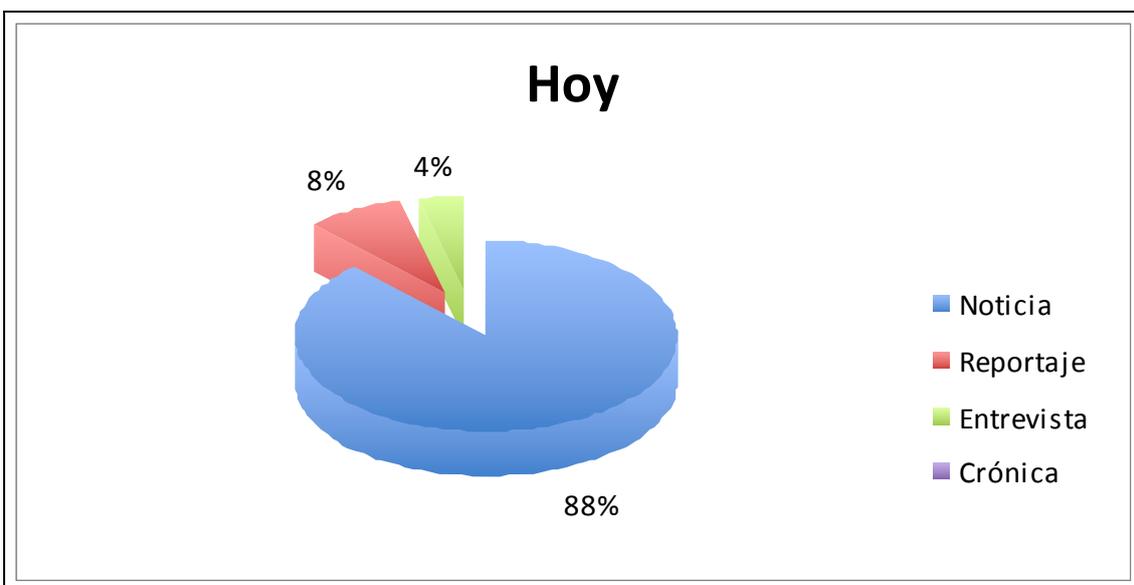


Figura 13. Hoy

4.5.4 Número de Fuentes

A pesar de que un 33 % de los trabajos de El Telégrafo cuentan con más de cuatro fuentes, un mismo porcentaje tienen una sola fuente. Un 16.67 % tres, un 8.33 % cuatro y otro 8.33 % dos.

A diferencia del primer periodo, en Hoy las cosas cambian parcialmente. El unifuentismo se reduce a un 20 %, mientras que las notas con dos y cuatro fuentes alcanzan cada una un 24 %.

El resto se divide en un 12 % para las que tienen tres y un 20 % para las que tienen más de cuatro.

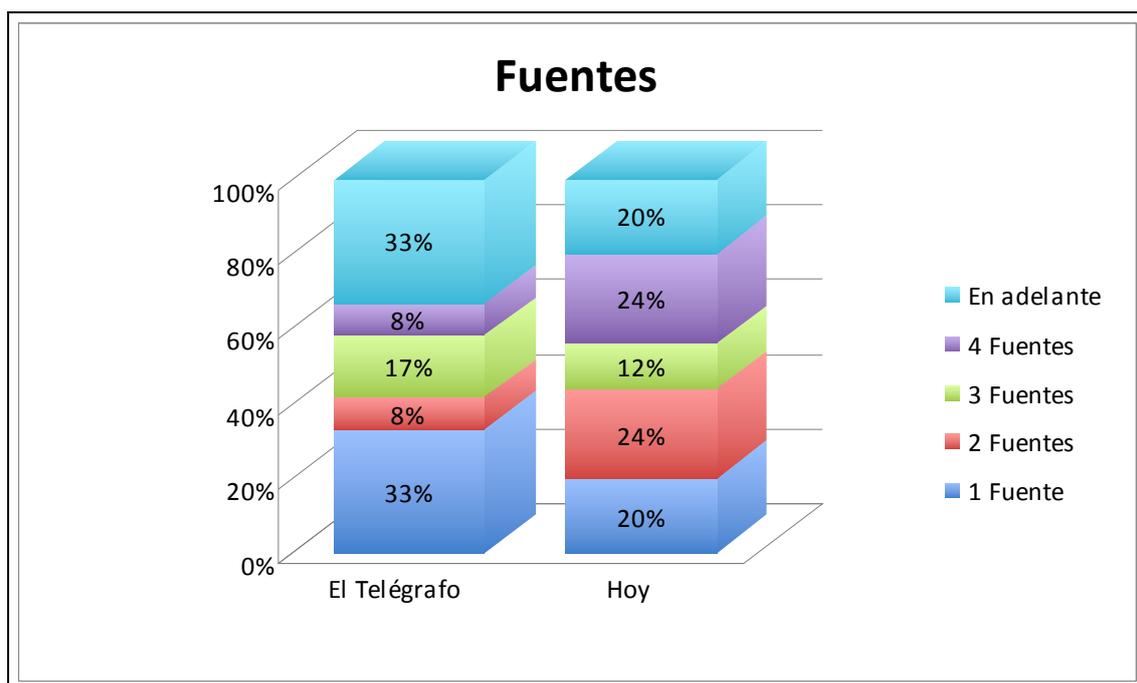


Figura 14. Fuentes

4.5.5 Contraste de Fuentes

El número de publicaciones no contrastadas sigue siendo superior. Sin embargo, existen algunos cambios en comparación al período anterior.

En El Telégrafo aumenta el porcentaje de las notas sin contrastar a un 58.33 % y disminuye las que sí fueron contrastadas a un 41.67 %.

En el Hoy ocurre lo contrario. El porcentaje de trabajos contrastados asciende a un 40 % y las no contrastadas descienden a un 60 %.

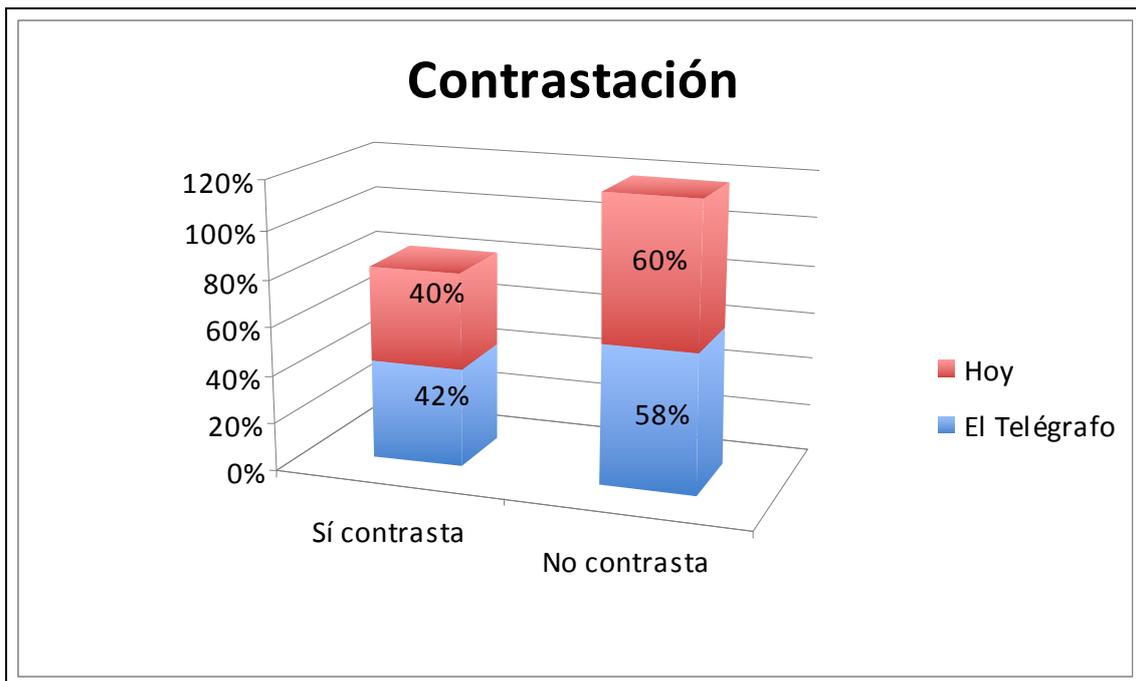


Figura 15. Contrastación

4.5.6 Tendencia

Respecto del otro periodo aquí también hay variaciones. Por ejemplo, en El Telégrafo las notas equilibradas ascienden a un 60 %, y las favorables descienden a un 40 %.

A la inversa, en el Hoy el 48 % son contrarias, el 44 % son equilibradas y apenas un 8 % son consideradas a favor.

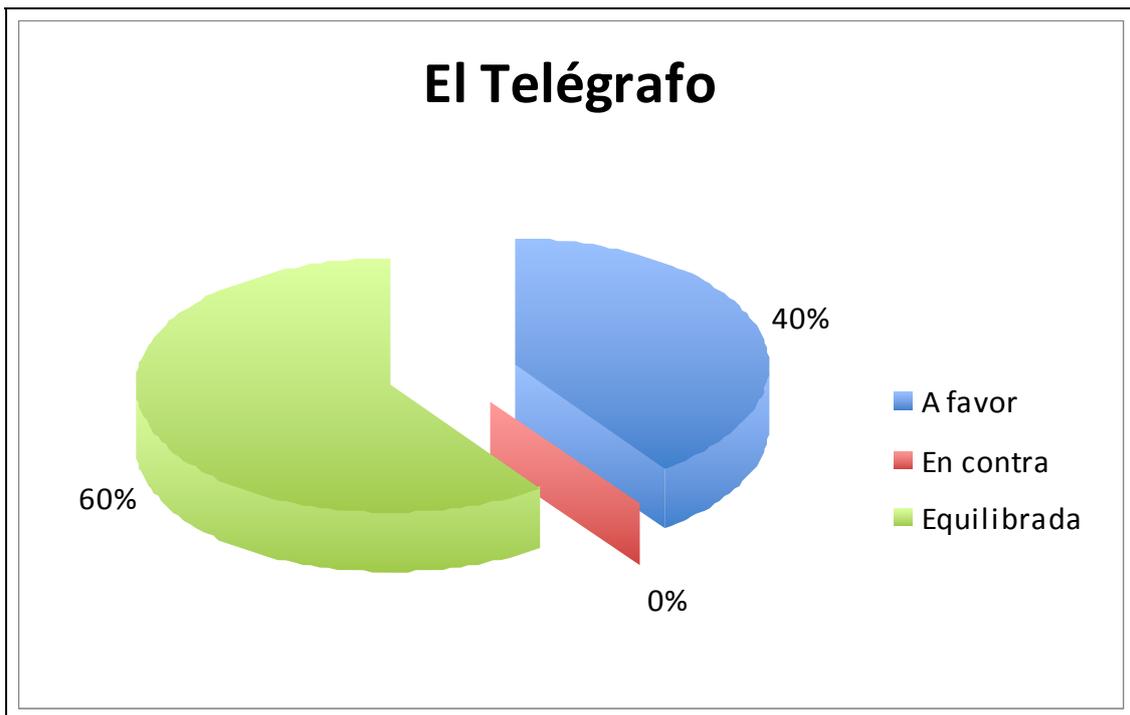


Figura 16. El Telégrafo

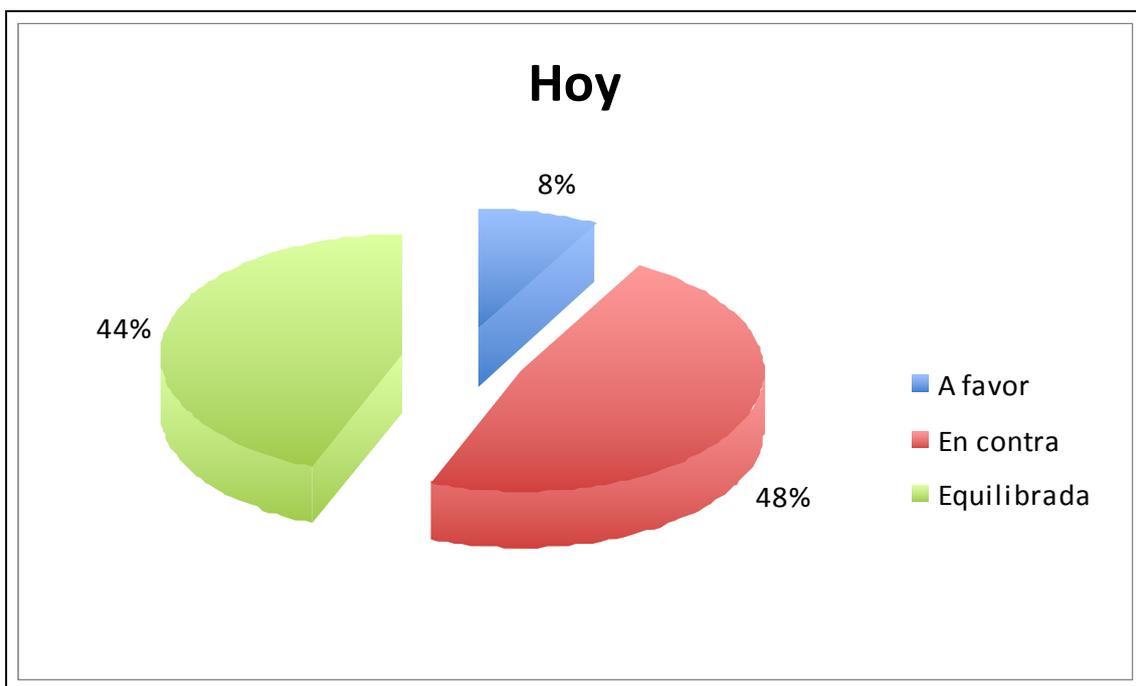


Figura 17. Hoy

4.6 PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY DE COMUNICACIÓN. PERÍODO DEL 1 AL 19 DE ENERO DE 2010

El Primer Debate del proyecto de Ley de Comunicación fue el 5 de enero de 2010, casualmente el día del Periodista en Ecuador. En medio de una coyuntura legislativa hostil entre quienes apoyaban el marco legal y quienes lo cuestionaban, la presidenta de la Comisión Ocasional de Comunicación, Betty Carrillo, recogió las observaciones planteadas en el pleno del parlamento.

4.6.1 Página y Sección

En comparación a las etapas anteriores, las portadas de ambos medios dan mayor importancia al tema. Estas alcanzan un 40 % en El Telégrafo y un 35 % en el Hoy.

Otro factor cambiante es la concentración de las notas de El Telégrafo en la página tres, la cual abarca el 60 % restante.

En el Hoy esta carilla, con un 53 %, sigue siendo la más utilizada. El 12 % sobrante se ubica en la página dos.

Respecto a las secciones, El Telégrafo lo hace un 40 % en Actualidad y un 60 % en otras.

En Hoy, por su parte, las notas aparecen en un 83 % en Actualidad y en un 17 % en otras.

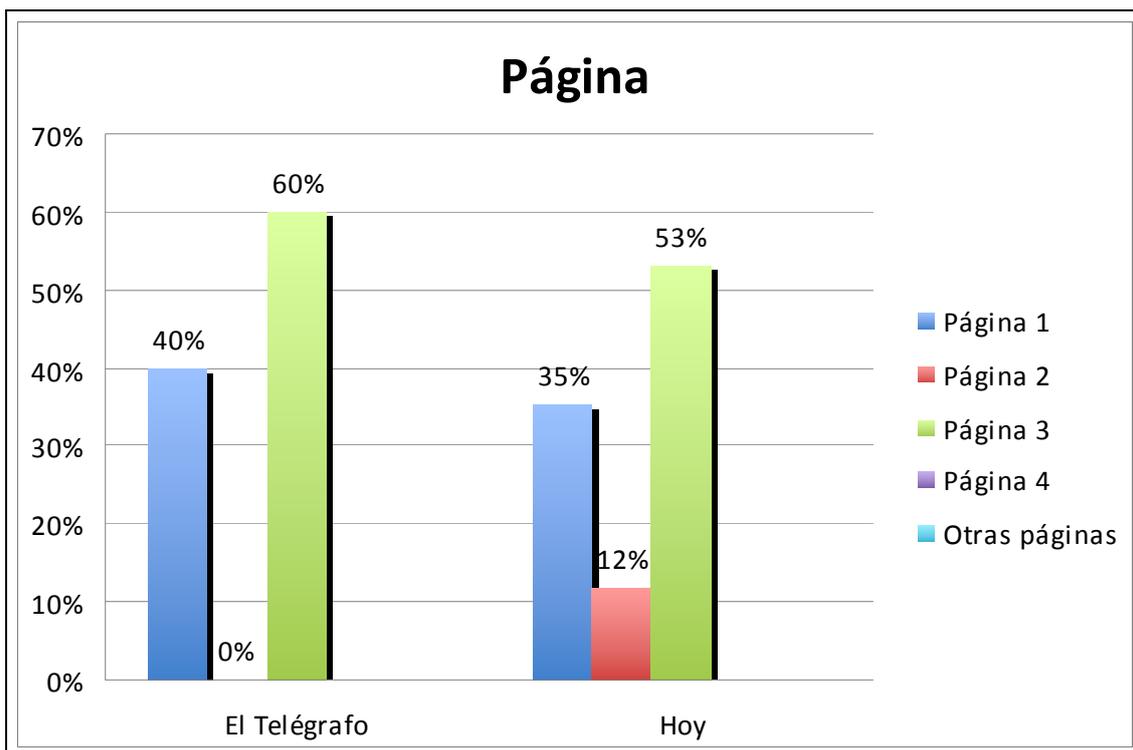


Figura 18. Página

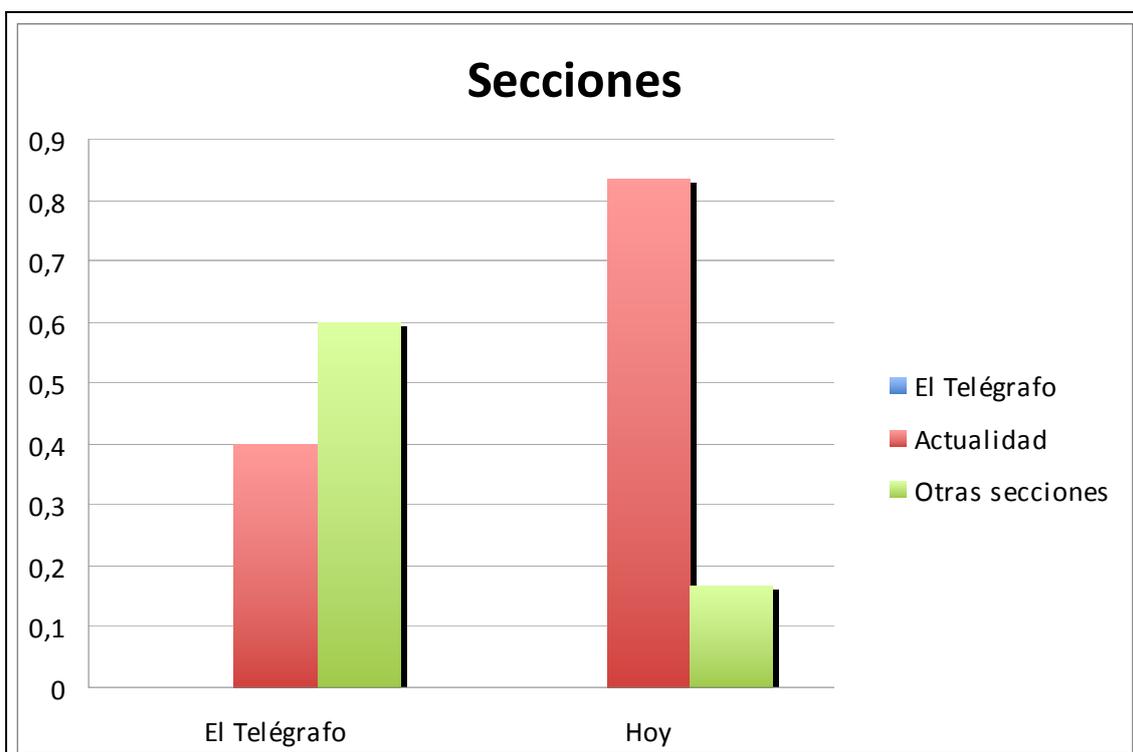


Figura 19. Secciones

4.6.2 Jerarquía

Tanto en El Telégrafo (29 %) como en el Hoy (31 %) la mayoría de sus notas son de apertura. No obstante, ambos también utilizan sus páginas de portada para anunciar el tema. El Telégrafo lo hace en un 29 % y el Hoy en un 25 %.

En éste último, las notas secundarias tienen un porcentaje significativo, pues llegan a un 31 %. Algo que en El Telégrafo apenas es del 14 %.

Lo contrario ocurre en las publicaciones inferiores. El Telégrafo destina un 29% y Hoy un 13 %.

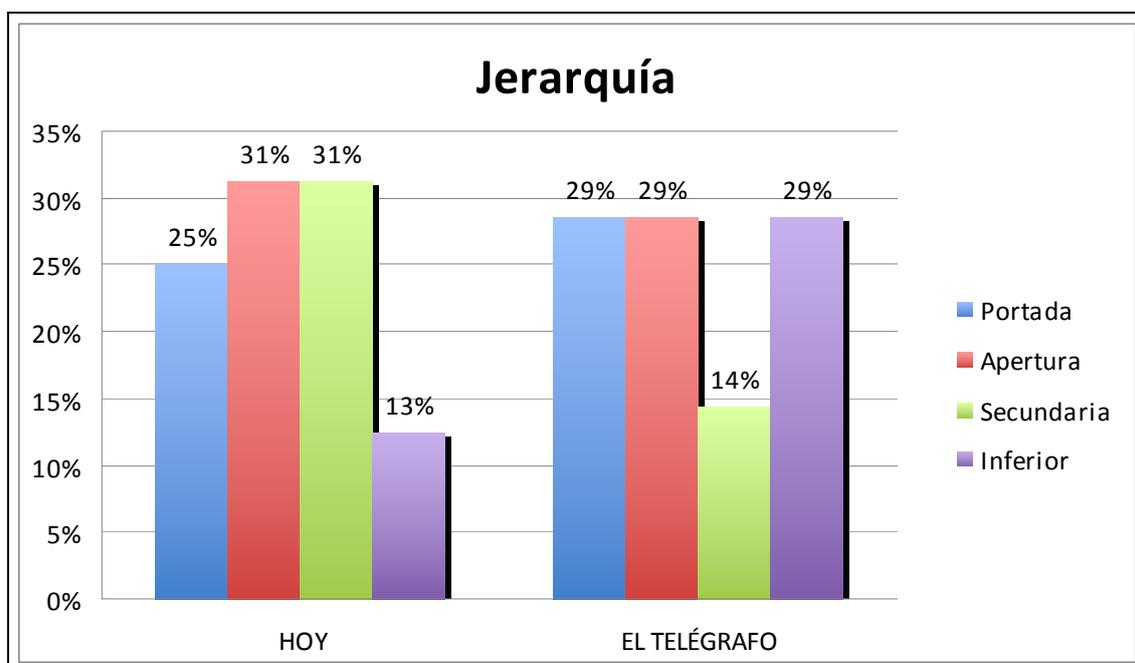


Figura 20. Jerarquía

4.6.3 Géneros Periodísticos

Los resultados vuelven a ser similares a los anteriores. Tanto El Telégrafo como el Hoy recurren mayoritariamente a la noticia. El primero en un 60 % y el segundo en un 75 %.

La crónica vuelve a ser omitida, mientras que el reportaje se incrementa a un 40 % en El Telégrafo y a un 16.67 % en el Hoy.

Este último, en un 8.33 %, es el único que aplica la entrevista.

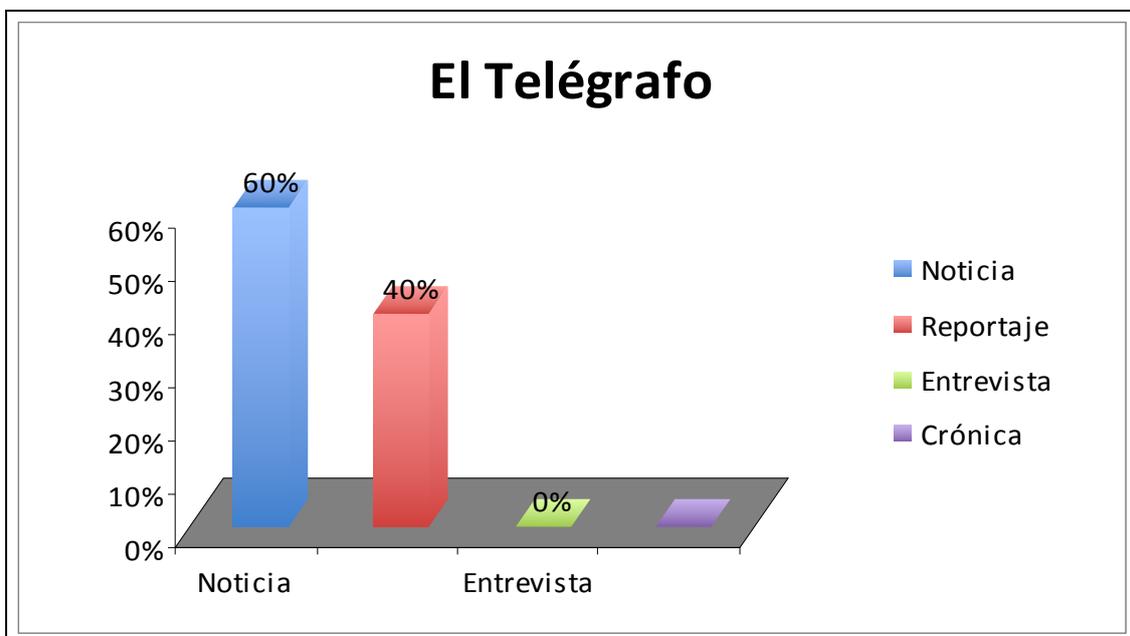


Figura 21. El Telégrafo

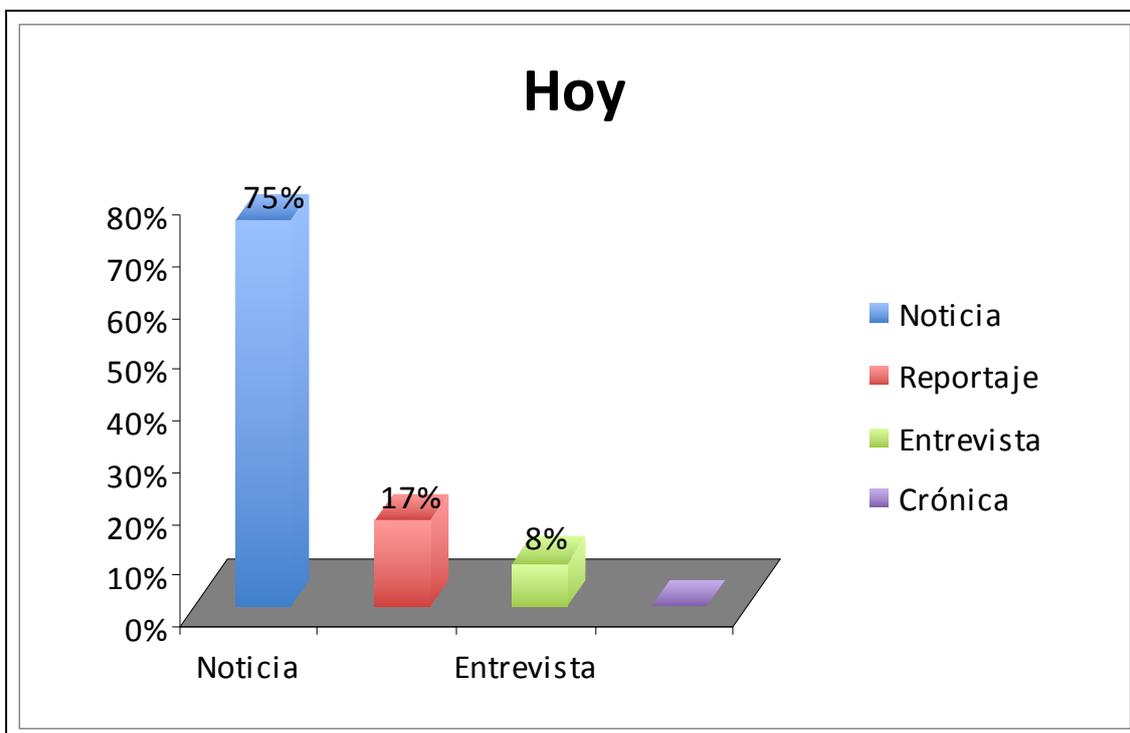


Figura 22. Hoy

4.6.4 Número de Fuentes

En El Telégrafo se mantiene la tendencia de realizar sus trabajos con varias fuentes. En este lapso, el 40 % de sus textos tienen cuatro. No se registran notas con tres fuentes, por lo que el resto (una, dos y más de cuatro) tienen un 20 % cada una.

En el caso del Hoy, por primera ocasión la mayoría de las notas son realizadas con más de cuatro fuentes (45 %). No obstante, el unifuentismo vuelve a tener un repunte y sube al 27 %. Las que tienen dos llegan a un 18 % y las que tienen tres a un 9 %.

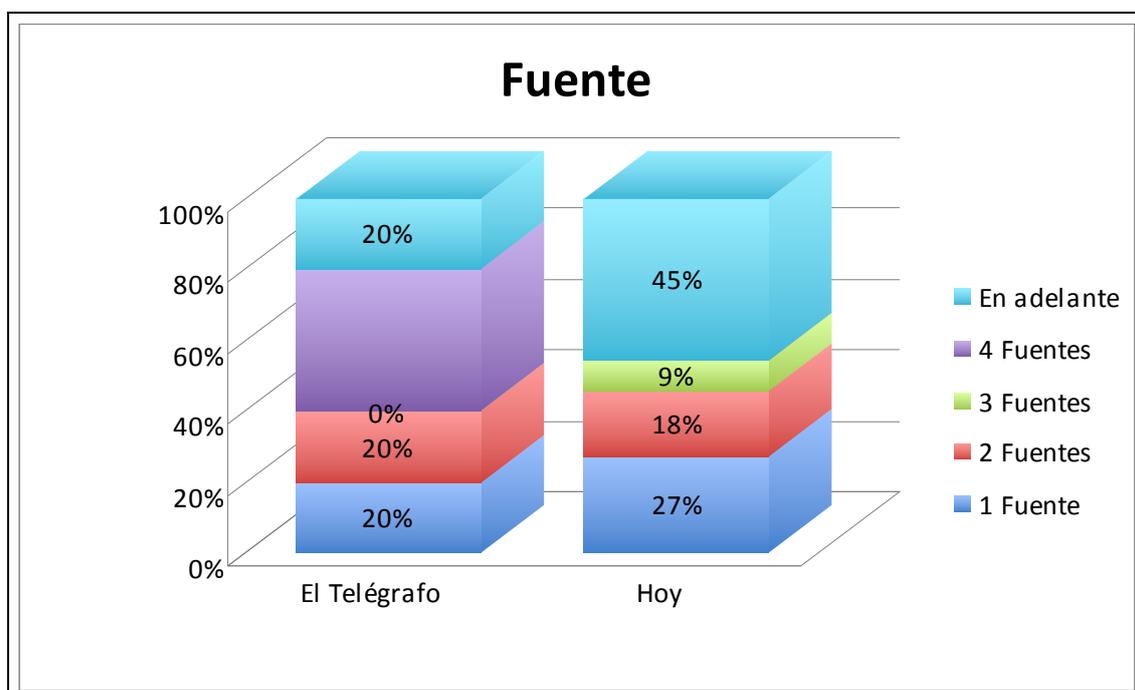


Figura 23. Fuente

4.6.5 Contraste de Fuentes

Esta variable muestra resultados contradictorios entre ambos. El Telégrafo contrasta la información en un 67 %, mientras que Hoy lo hace en un 36 %.

En las notas sin contrastar el resultado se da la vuelta, pues en el Telégrafo estas son del 33 % y en el Hoy del 64 %.

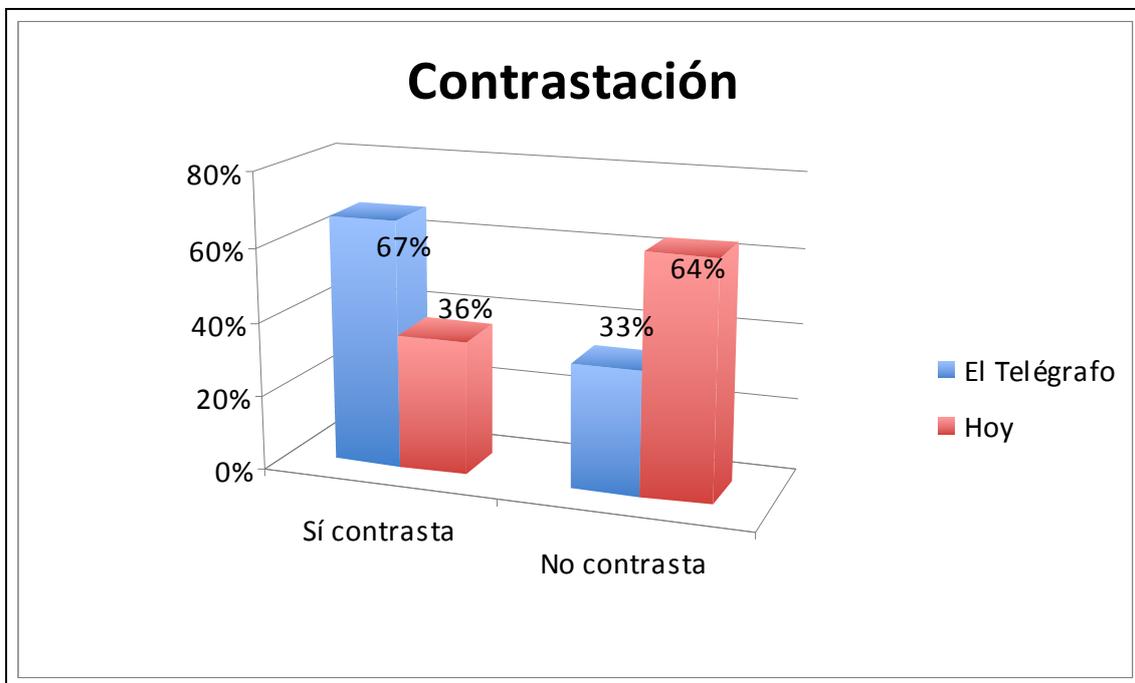


Figura 24. Contrastación

4.6.6 Tendencia

Los resultados arrojan que ambos medios incrementan su deseo de proponer a los lectores trabajos más equilibrados.

De esta manera, El Telégrafo no toma partido en la publicación de sus informaciones, lo que hace que el 100 % de éstas sean consideradas como equilibradas.

Con menor porcentaje, pero también en alza, diario Hoy presenta un 75 % de notas equilibradas y un 25 % en contra.

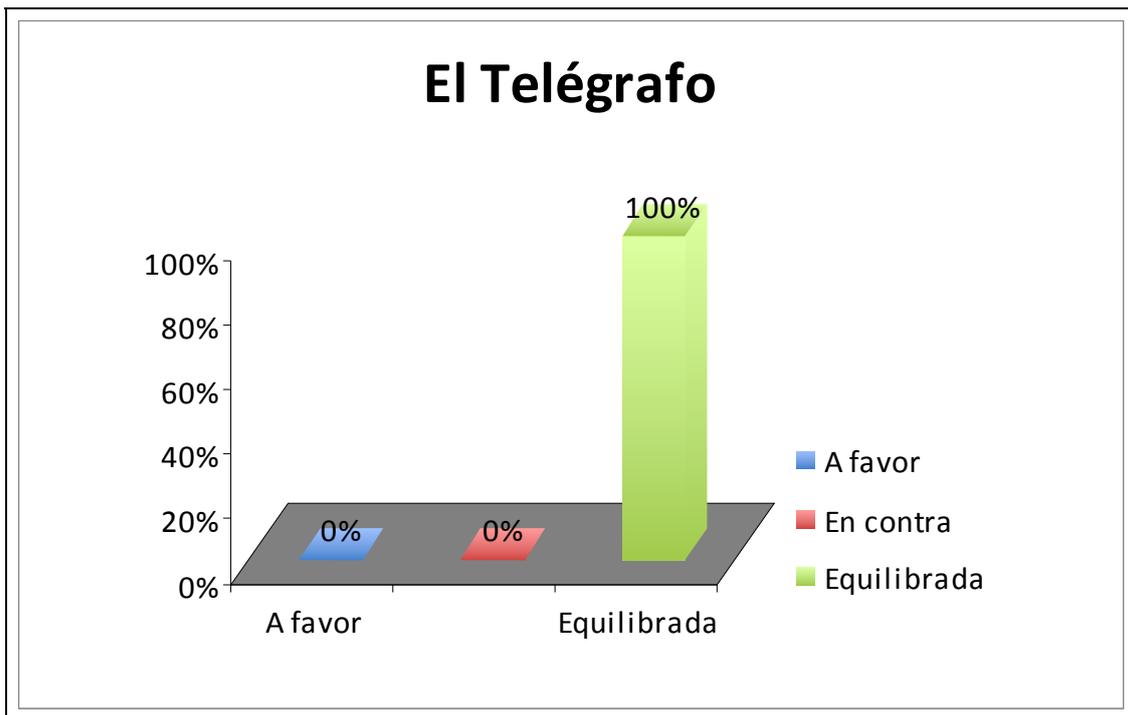


Figura 25. El Telégrafo

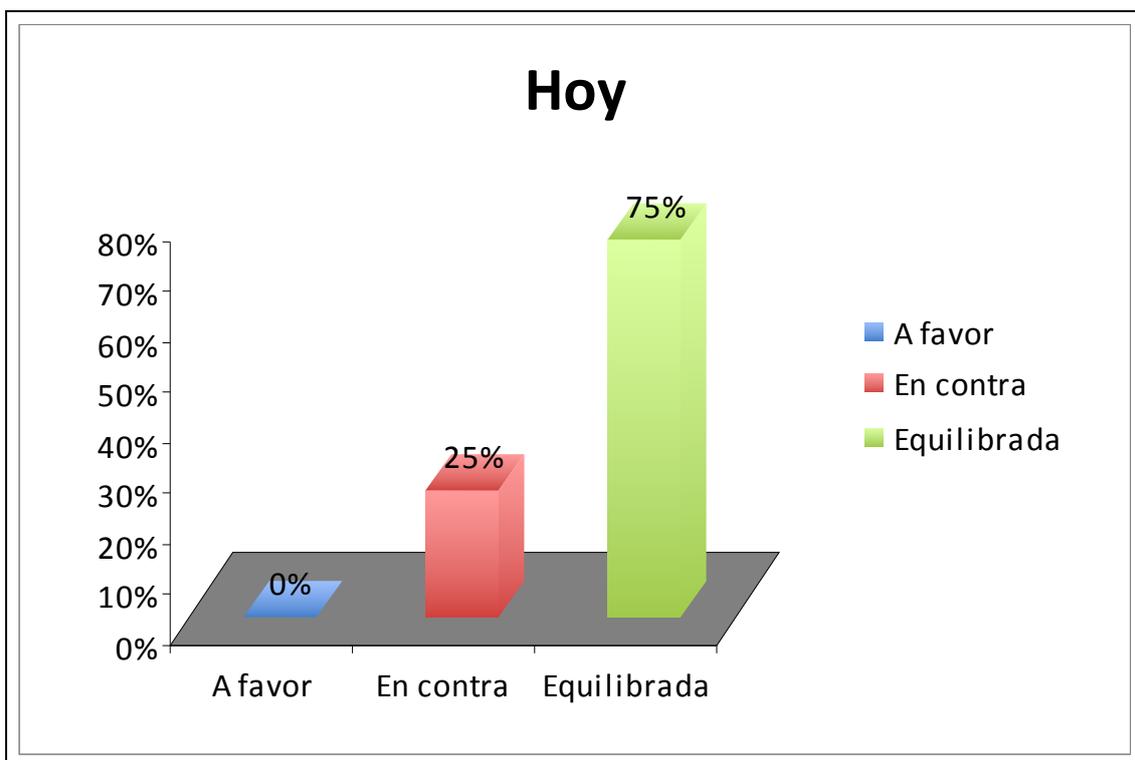


Figura 26. Hoy

4.7 CONVOCATORIA A VOTACIÓN DEL PROYECTO DE LEY DE COMUNICACIÓN. PERIODO DEL 4 AL 25 DE ABRIL DE 2012

Una vez que el presidente de la Comisión Ocasional de Comunicación, Mauro Andino, presentó el informe final del proyecto de Ley de Comunicación, el 11 de abril de 2012 la propuesta legal iba a ser sometida a votación. No obstante, el presidente de la Asamblea Nacional, Fernando Cordero, suspendió la sesión.

4.7.1 Página y Sección

Las portada (31 %) y la página tres (50 %) reciben la mayor cantidad de notas en El Telégrafo. La hoja cuatro apenas lo hace en un 6 %, mientras que el 13 % sobrante se encuentra en otras.

En Diario Hoy el 41 % se muestran en portada, el 24 % en página dos, un 6 % en la tres y un 29 % en otras.

En cuanto a las secciones, Actualidad recibe el 100 % de los trabajos en El Telégrafo y el 60 % en el Hoy. El resto (40 %) está en otras secciones.

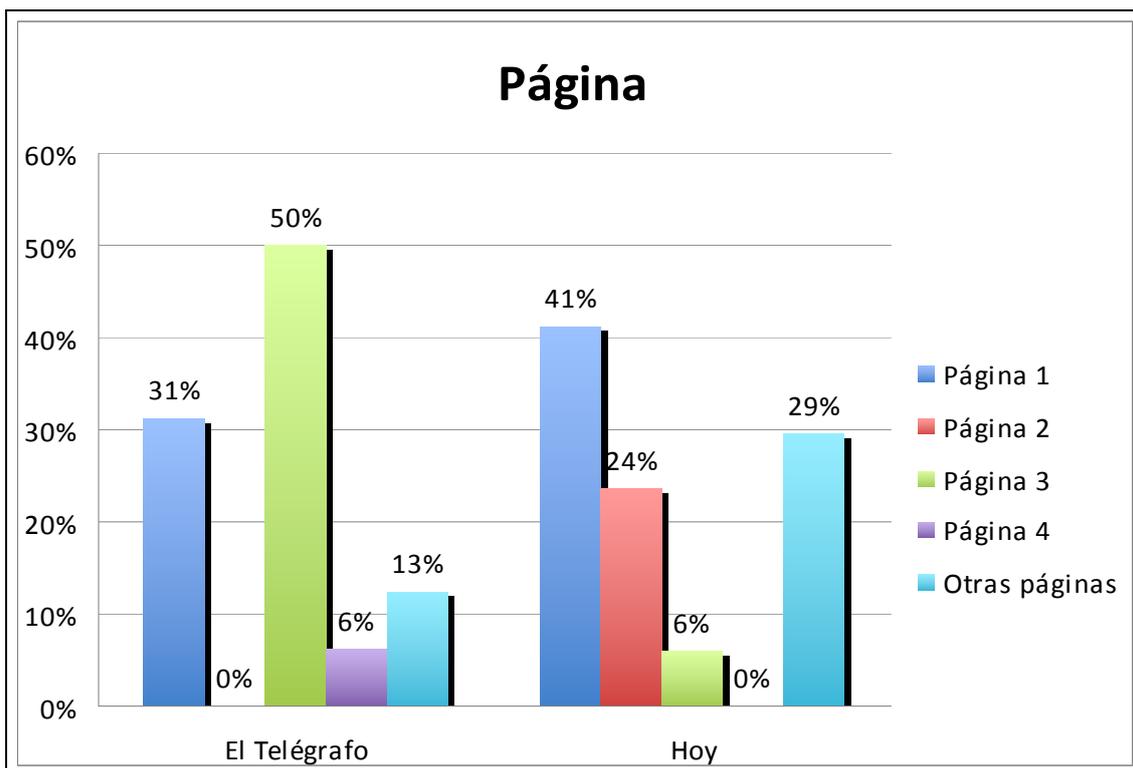


Figura 27. Página

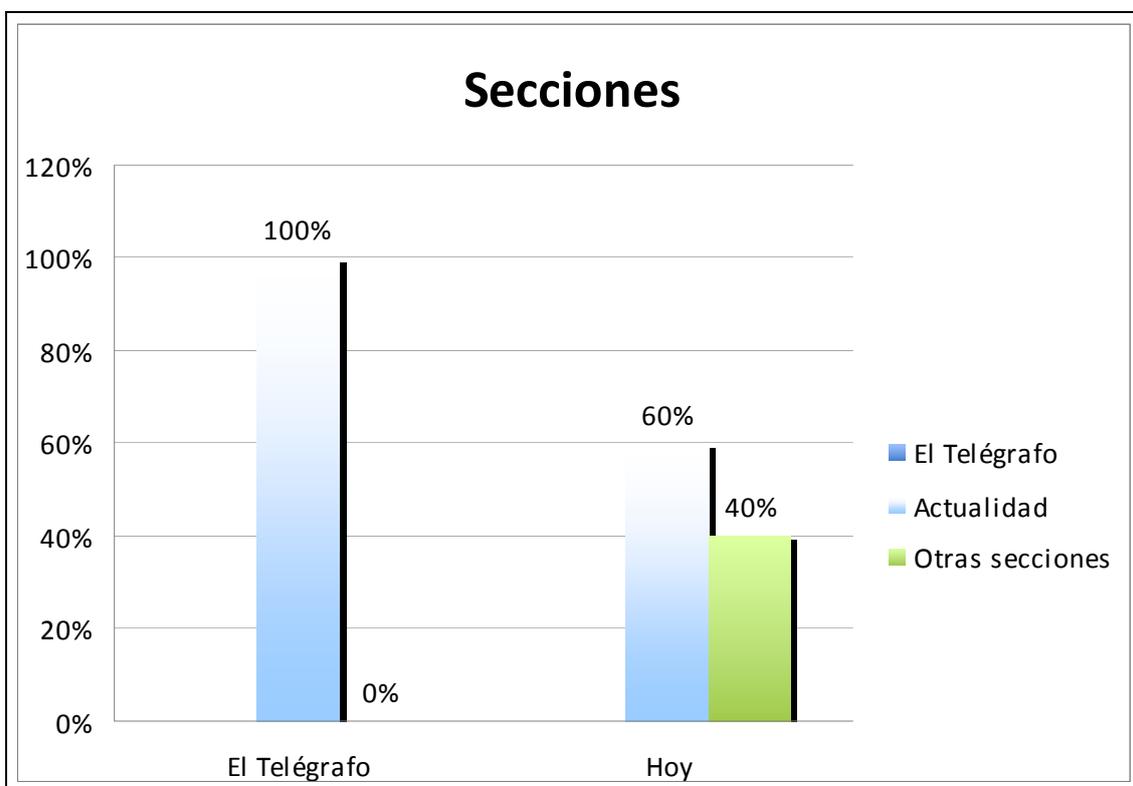


Figura 28. Secciones

4.7.2 Jerarquía

El 50 % de las notas de El Telégrafo son de apertura, mientras que un 31 % aparecen en portada. Las secundarias constituyen un 6 % y las inferiores un 13 %.

En Diario Hoy, portada y apertura abarcan un 41 % cada una, dejando un 12 % a las notas secundarias y un 6 % a las inferiores.

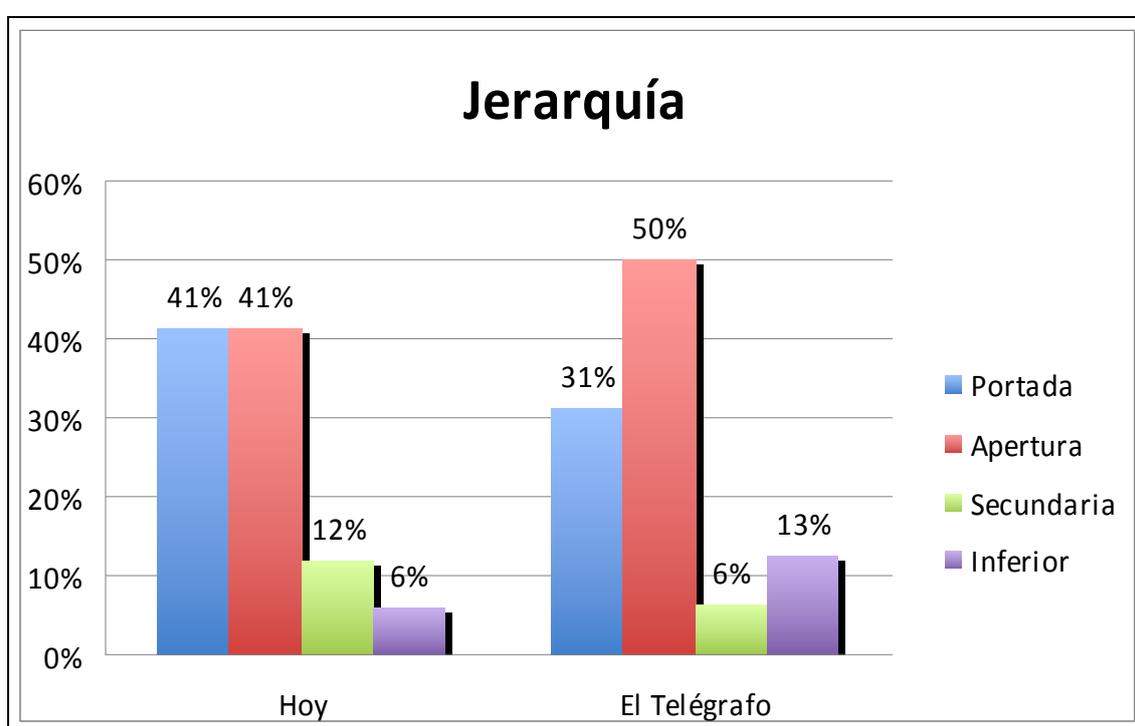


Figura 29. Jerarquía

4.7.3 Géneros periodísticos

La tendencia se mantiene, pues la noticia es el género más utilizado. En El Telégrafo representa un 55 % y en el Hoy un 70 %.

No obstante, por primera vez ambos utilizan la crónica. El Telégrafo lo hace en un 18 %, mientras que el Hoy en un 10 %.

El reportaje, por su parte, recibe un 27 % en el caso de El Telégrafo y un 10 % en el Hoy, siendo éste el único que recurre a la entrevista (10 %).

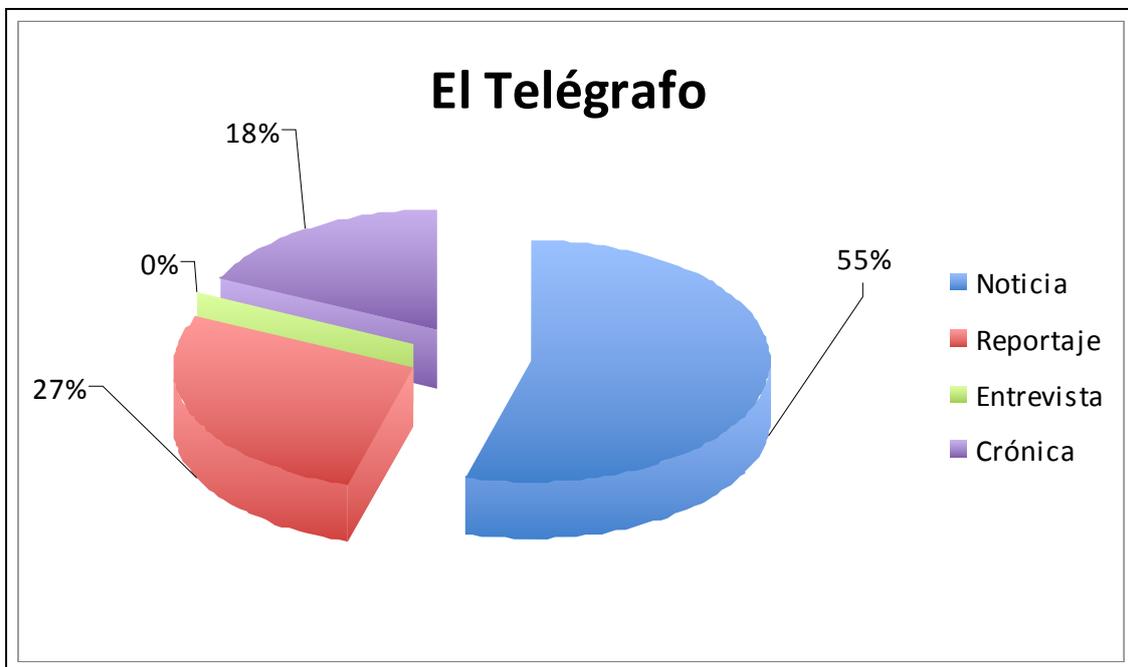


Figura 30. El Telégrafo

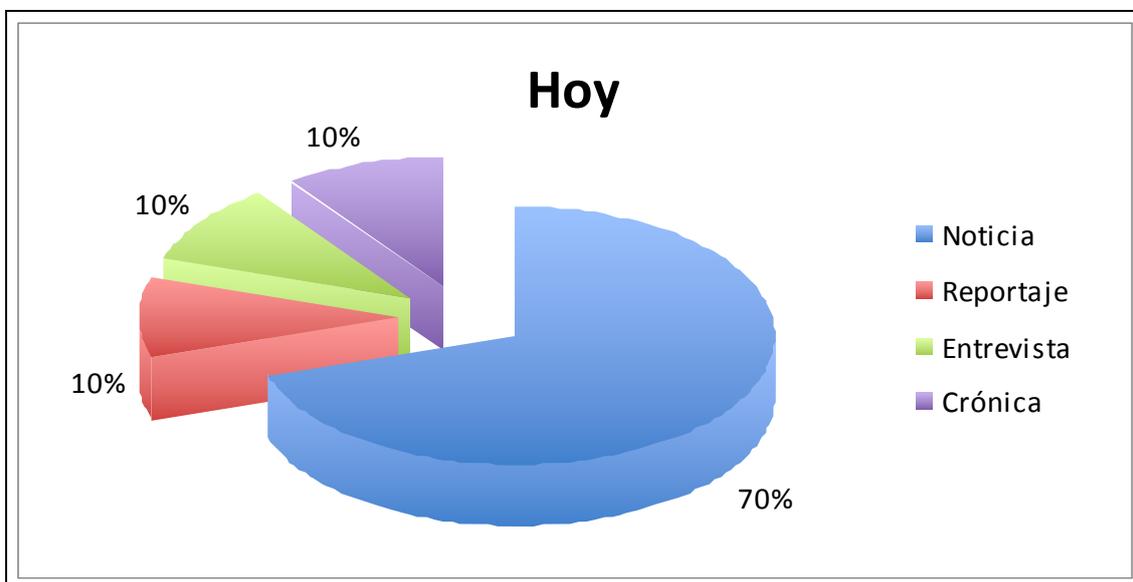


Figura 31. Hoy

4.7.4 Número de Fuentes

En ambos casos el unifuentismo se reduce considerablemente. En El Telégrafo este representa un 10 % y en el Hoy un 11 %.

Lo contrario ocurre con las notas que tienen más de cuatro fuentes. En El Telégrafo se trata de un 60 % y en el Hoy de un 56 %.

Un 20 % en El Telégrafo y un 11 % en el Hoy son notas con dos fuentes, mientras que un 10 % en el caso del primero y un 22 % en el caso del segundo tienen cuatro.

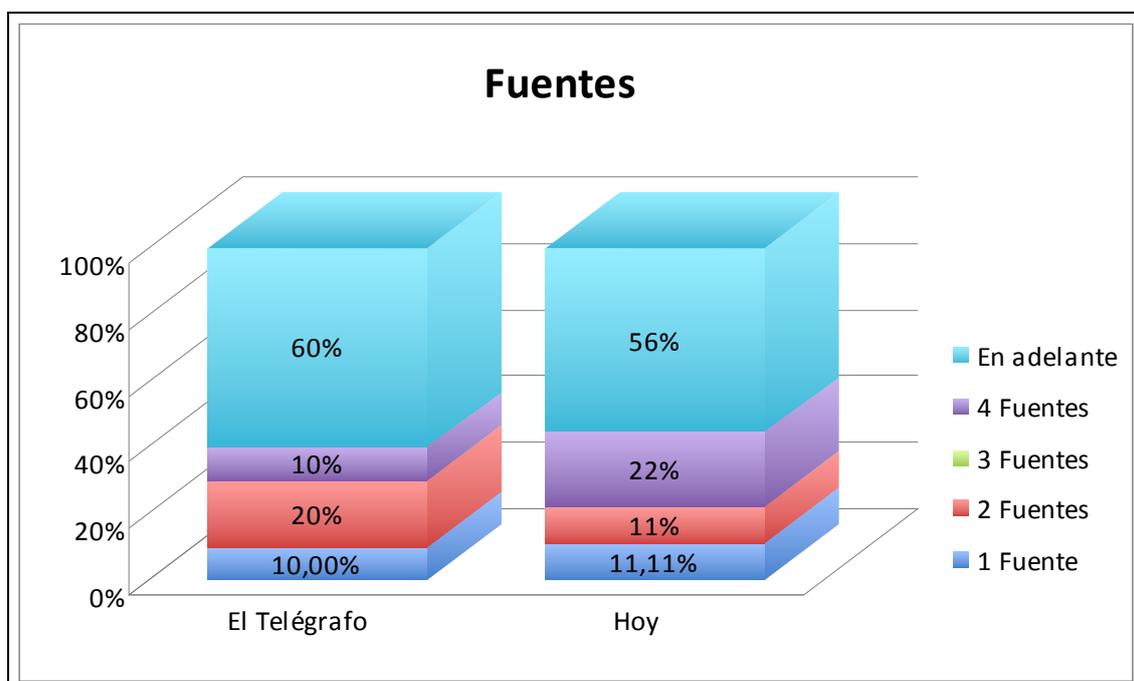


Figura 32. Fuentes

4.7.5 Contraste de Fuentes

Nuevamente las notas sin contrastar tienen porcentajes altos. En El Telégrafo se trata de un 50 % y en el Hoy de un 56 %.

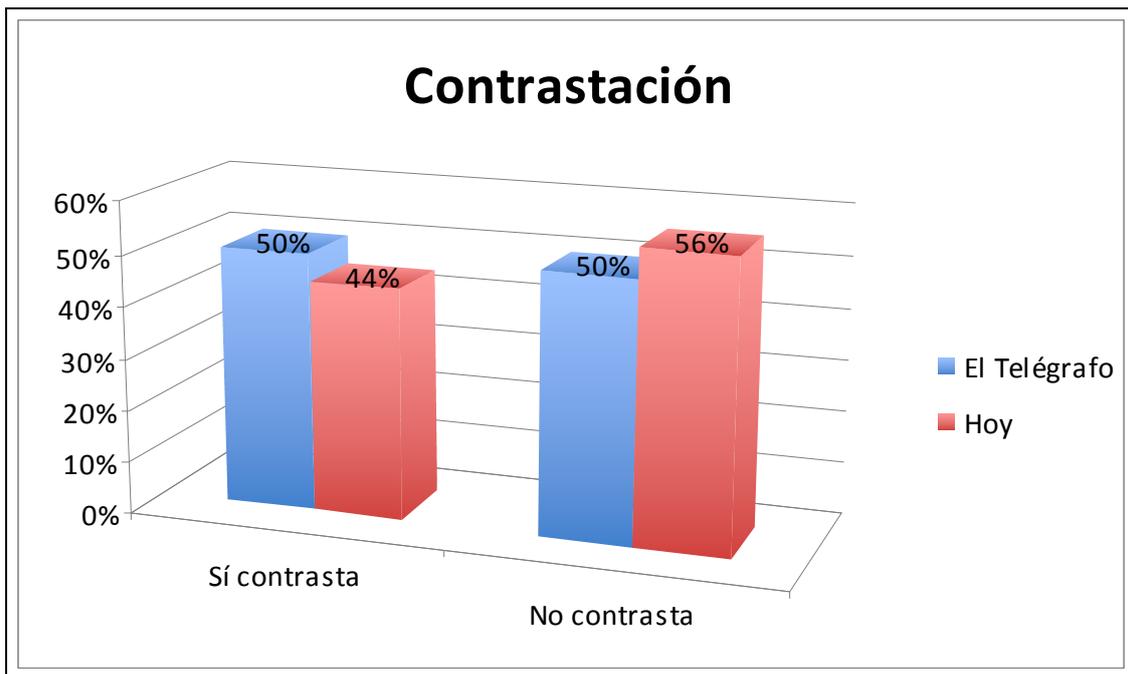


Figura 33. Contrastación

4.7.6 Tendencia

La tendencia a realizar notas equilibradas vuelve a disminuir. En El Telégrafo se trata de un 50 % y en el Hoy de un 60 %.

En el diario público el 50 % restante son a favor, algo que en Diario Hoy constituye un 10 %. El resto, es decir el 30 %, son en contra.

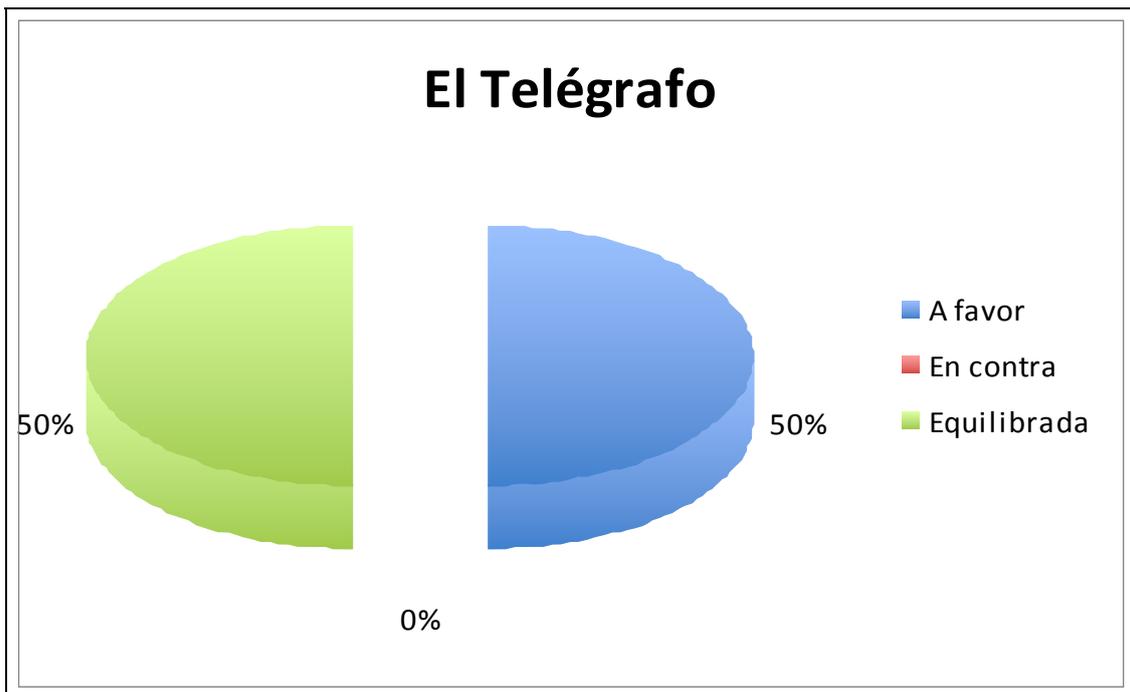


Figura 34. El Telégrafo

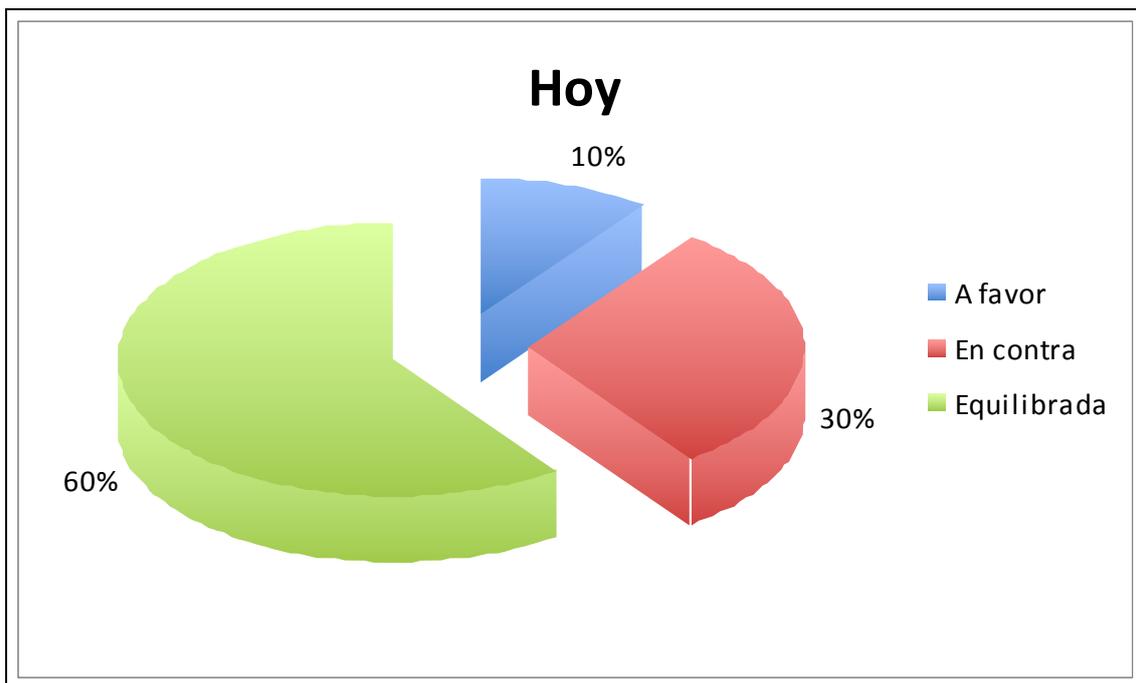


Figura 35. Hoy

4.8 ANÁLISIS GENERAL

Los resultados del presente trabajo demuestran serias falencias en el tratamiento de la información por parte de los diarios El Telégrafo y Hoy, en

torno al proyecto de Ley de Comunicación. Las variables analizadas dan cuenta de que muchas de las publicaciones planteadas por estos medios contienen deficiencias.

Además, las posturas de ambos periódicos son reflejadas en los textos informativos, los mismos que, en gran medida tienden a ofrecer a las audiencias un trabajo incompleto y poco analítico.

Como se verá más adelante, gran parte de esto se debe al poco interés que los medios tienen en utilizar géneros periodísticos más completos como el reportaje, la crónica o la entrevista. La mayoría de sus trabajos se basan en noticias que, en grandes cifras, son realizadas sobre la base del criterio de un solo sector, sin un contraste ni un equilibrio en sus fuentes.

De igual forma, hay una diferencia considerable sobre la cobertura que cada medio de comunicación le da a la temática. Esto a pesar de las coincidencias en la jerarquización de sus notas.

Para entenderlo de mejor manera, a continuación un análisis conjunto de los resultados que dejan los cuatros periodos estudiados:

Retomando el criterio de Viedma en el capítulo anterior, el escogimiento de lo que se publica y lo que no se publica en los medios consiste en otorgar mayor o menor importancia a las informaciones. Según las argentinas Elisandro y Gaetano, se trata de “valores de noticiabilidad”.

En este caso, la investigación muestra que el proyecto de Ley de Comunicación tiene más importancia para Diario Hoy que para El Telégrafo. Es así, que en la institución privada de los 86 días analizados, 50 contienen alguna información relacionada con el proyecto de Ley. Diferencia notable en relación al medio público, en el cual la temática aparece en 30 publicaciones.

A pesar de esto, en lo que sí coinciden ambos matutinos es en elegir a la sección de Actualidad y a la página tres como los lugares más recurrentes para ubicar sus notas durante los cuatro periodos estudiados.

Es así, que en el medio público los trabajos que aparecen en la tercera carilla representan un 31 %, mientras que en el Hoy un 47 %.

Además, las informaciones acerca del proyecto de Ley que son publicadas en las portadas alcanzan un 29 % en El Telégrafo y un 31 % en el Hoy. Sin embargo, la diferencia radica en la jerarquización que ambos periódicos le dan a sus notas.

El medio público presenta un 42 % de sus trabajos en sitios de apertura, un 14 % como notas secundarias y un 15 % en lugares inferiores.

En diario Hoy un 31 % son de apertura, un 25 % secundarias y un 13 % inferiores.

A pesar de abordar en menor cantidad el tema, El Telégrafo tiene mayor tendencia a presentar trabajos más extensos y mejor ubicados (notas de apertura). Por ejemplo, el 12 de abril de 2012 publica la nota titulada: “Los artículos de consenso en Ley de Comunicación serán votados primero”. Esta nota es anunciada en la portada y replicada en toda la página tres.

Algo similar ocurre el 5 de enero de 2010 con el reportaje denominado: “Cordero renueva el llamado a consenso”, el cual es anunciado en portada y desplegado en toda la carilla tres.

En diario Hoy, por su parte, a pesar de que existe un porcentaje considerable de notas de apertura, hay una fuerte tendencia por publicar trabajos más pequeños en lugares secundarios, es decir a los costados o en la mitad de las páginas.

Notas como las del 17 de diciembre de 2009 y del 18 de septiembre del mismo año, tituladas: “De la crónica roja a la ley ‘mordaza’” y “Ley ‘Mordaza’: Mera y Alvarado sí opinaron” son un ejemplo. Ambas son ubicadas en la mitad de la página tres, al costado derecho y tienen una extensión muy pequeña.

Según Villamarín, la ubicación de los textos podría constituir una estrategia mediante la cual ambos medios intentan convencer a las audiencias sobre qué es lo más importante y qué debe pensar al respecto. Además, tanto El Telégrafo como el Hoy estarían intentando configurar la ideología de sus lectores y mostrando parte de su línea editorial.

Respecto a los géneros periodísticos, la noticia con un 66 % en El Telégrafo y un 80 % en el Hoy es la más usada. Este género supera ampliamente al reportaje, la entrevista y la crónica.

La mayoría de las publicaciones se basan en una recopilación de hechos puntuales o momentáneos, los mismos que ayudan a que el lector conozca los últimos sucesos sobre el proyecto de Ley, pero no permiten un análisis mucho más exhaustivo y profundo, sin la presión de la inmediatez y con el beneplácito de sus periodistas y editores a dedicarle más tiempo y espacio al trabajo.

En El Telégrafo esto se refleja en notas como la del 5 de abril de 2012 denominada: “Andino entrega a Cordero la norma de Comunicación”. La noticia se refiere a la presentación del proyecto final de Comunicación por parte del presidente de la Comisión Ocasional de Comunicación, Mauro Andino, al presidente de la Asamblea Nacional, Fernando Cordero. Dicho trabajo se limita a contar lo sucedido un día antes, dejando de lado, por ejemplo, los artículos o modificaciones que pudo haber tenido la propuesta de ley. Tampoco se cuenta con el criterio de asambleístas de oposición u otras personas ajenas al órgano legislativo.

En diario Hoy, el 7 de enero de 2010, se presenta la nota: “AP teme que posición de Carrillo rompa acuerdo”. Haciendo referencia a una declaración

emitida en días anteriores por Betty Carrillo, en ese entonces presidenta de la Comisión Ocasional de Comunicación, sobre la inclusión de un artículo que suspenda a los medios impresos, la noticia únicamente se basa en recoger el criterio de asambleístas de oposición y de gobierno. No contextualiza de forma amplia y tampoco cuenta con el criterio de Carrillo.

A pesar de esto, en lo que sí hay diferencias es en dos de los tres géneros periodísticos también analizados. El Telégrafo recurre al reportaje en un 27 %, mientras que el Hoy en un 9 %.

En el caso de la entrevista la situación es al revés. Diario Hoy la usa en un 9 % y El Telégrafo en un 3 %.

En lo que sí coinciden es en la poca importancia que le dan a la crónica. Esta representó un 4 % en el medio público y un 2 % en el medio privado.

Sin duda, para los lectores no fue lo más óptimo, pues como explican Grijelmo y García, a través de un buen reportaje las audiencias pueden tener una visión más amplia de lo que está pasando, a través de la entrevista conocer más y mejor a los personajes, y a través de la crónica sentir más detalladamente los sucesos.

Otro de los datos que muestra la investigación es el gran porcentaje de notas elaboradas con una sola fuente, más conocido como unifuentismo.

Ambos periódicos caen en este error, representando un 24 % en El Telégrafo y un 22 % en el Hoy.

Tal como señalan los periodistas Rubén Darío Buitrón y Fernando Astudillo, esto es sumamente perjudicial para los lectores, pues se presenta “una realidad falsa e incompleta” que se basa en lo que ellos llaman como “declaracionitis”. Además, este “discurso sincronizado” no tiene como objetivo servir a la colectividad, sino a determinados intereses que, como expresan los

escritores José Villamarín y Mario Morales, es cualquier cosa, menos periodismo.

Sin embargo, hay que resaltar que ambos medios de comunicación también publican un importante porcentaje de notas con más de cuatro fuentes. En El Telégrafo estas llegan a un 39 % y en el Hoy a un 34 %.

No obstante, tampoco con esto basta. Otro de los errores que arroja la investigación es la gran cantidad de trabajos sin un contraste y equilibrio en sus fuentes. Los dos medios de comunicación incurren en esta falta, diferenciándose únicamente por la tendencia de las fuentes que deciden mostrar.

Cuando se da este factor, habitualmente en Diario Hoy (65 %) se observa exclusivamente el criterio de actores políticos o representantes de organizaciones que están en contra de la aprobación de la Ley. Algo parecido, aunque en menor grado, ocurre en El Telégrafo (48 %), en donde la diferencia radica en que hay notas que cuentan con el pensamiento únicamente de opositores o simpatizantes del proyecto de ley.

El 14 de abril de 2012 en Diario Hoy aparece la nota titulada: “La abstención resultó ser ‘No’”. En ella hay ocho fuentes consultadas, de las cuales seis corresponden a assembleístas de oposición y dos a legisladores del gobierno.

Un día antes, en El Telégrafo la noticia: “Solo en 15 artículos no se logra consenso”, ocupa media página. Esto haría pensar que la diversidad de criterios sería una de sus características. Sin embargo, el periodista solo acudió a los legisladores de gobierno, Mauro Andino y Fernando Cordero para elaborar su trabajo.

Como estas, las notas que no presentaron las distintas visiones respecto del marco legal en construcción son varias. Empero, hay que tomar en cuenta que

el contraste de fuentes no se basa solo en presentar las diversas posiciones. Además, tal como explica Villamarín, hay que analizar la calidad de las mismas, pues “no se trata de un equilibrio numérico sino de un similar peso específico en los contenidos de las declaraciones”.

Varias son las publicaciones en las que aparentemente “hay un contraste”, pero que realmente el contenido de una de las dos partes no se equipara al de su opuesto.

Sumado a esto, hay que destacar que en el último período ambos medios de comunicación centran sus fuentes únicamente en los legisladores. La presencia de actores externos como especialistas, organizaciones sociales o ciudadanos en general es nula.

A todo lo mencionado se añade la tendencia que ambos periódicos reflejan en sus trabajos informativos respecto al proyecto de Ley. De manera directa como es el caso de Diario Hoy o de forma implícita y en menor grado como prefirió hacerlo El Telégrafo, un porcentaje considerable de las informaciones se vieron afectadas por calificativos, falta de pluralidad en sus trabajos y la intención de resaltar únicamente lo bueno o lo malo del marco legal en debate.

La investigación señala que durante los cuatro periodos de estudio un 37 % de las notas informativas de El Telégrafo tuvieron una tendencia favorable al proyecto de Ley y un 63 % fueron equilibradas.

Esto se observa, por ejemplo, en la publicación del 11 de abril de 2012: “El Prian y PSP condicionan los votos de sus legisladores”. Ahí se señala que “pese a que sus propuestas (refiriéndose a los assembleístas contrarios al marco legal) han sido recogidas en el proyecto, la oposición se resiste a la ley”. Además, afirma que mientras “el oficialismo destacó aspectos positivos de la ley”, quienes se oponen anunciaron “con expulsar a sus coideareos”.

Parecido a esto, el 14 de abril de 2012 el medio público titula: “Etnias tendrán representación en el Consejo de Comunicación”. Sin embargo, al leer la nota hay enfoques contrarios a lo manifestado, dejando entrever que, por ejemplo, el tema podía ser abordado desde la inconformidad que sienten algunos representantes del sector indígena, como es el caso del asambleísta, Gerónimo Yantalema.

En los dos ejemplos hay la intención de que el lector conozca los últimos hechos acerca del marco legal desde una perspectiva favorable al discurso gobiernista. Por ello, desde sus titulares y entradillas se observa la intención de enfocar la temática desde una visión gubernamental que rescata los derechos y propone alternativas. Siendo la oposición la encargada de prácticamente boicotear el debate.

No obstante, en donde más se evidencia la toma de posiciones es en Diario Hoy. Además de los errores ya indicados, los calificativos de “Mordaza” o la acusación de que el proyecto de ley “coarta la investigación” aparecen en sendos titulares sin una fuente que los respalde.

Las publicaciones del 20 de septiembre de 2009, del 22 de diciembre de 2009, del 5 de enero de 2010 y del 11 de abril de 2012 corroboran lo afirmado. En éstas la “información” es presentada así: “Proyecto coarta la investigación”, “Ley mordaza pone a prueba palabra del oficialismo”, “Ley mordaza: oposición quiere firma como aval”, “Cacería voto a voto para definir Ley Mordaza, hoy”.

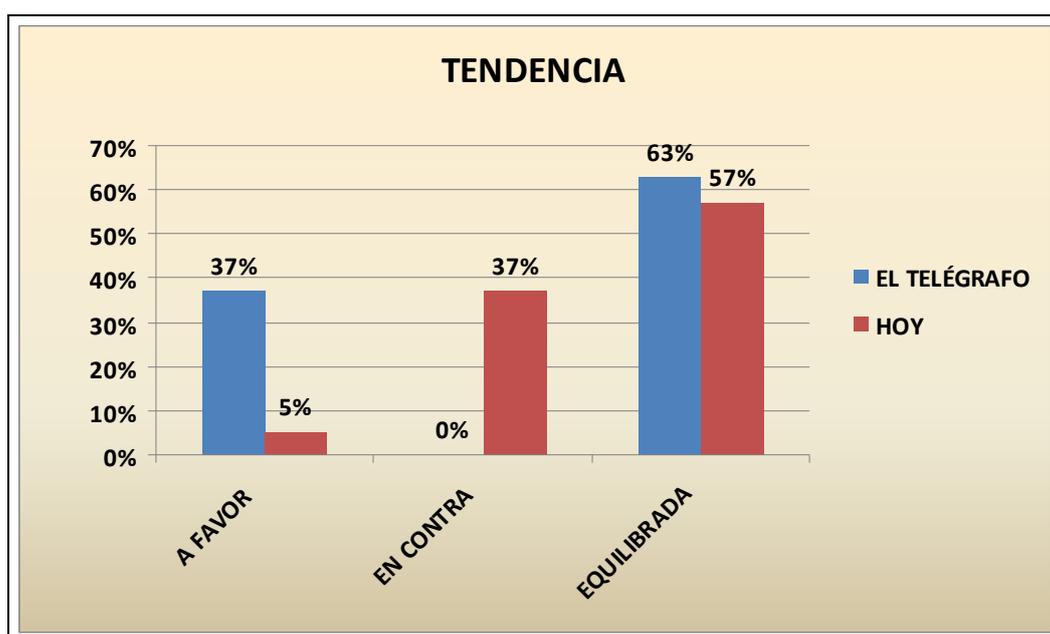
Similar a lo acaecido en las páginas de El Telégrafo, pero desde la otra “orilla” en Diario Hoy se tiende a resaltar los aspectos negativos o que podrían constituir un peligro para la “libertad de expresión”. La falta de rigurosidad periodística y la intromisión de las opiniones del periodista o, incluso del medio de comunicación, se hacen presente en los géneros de información presentados.

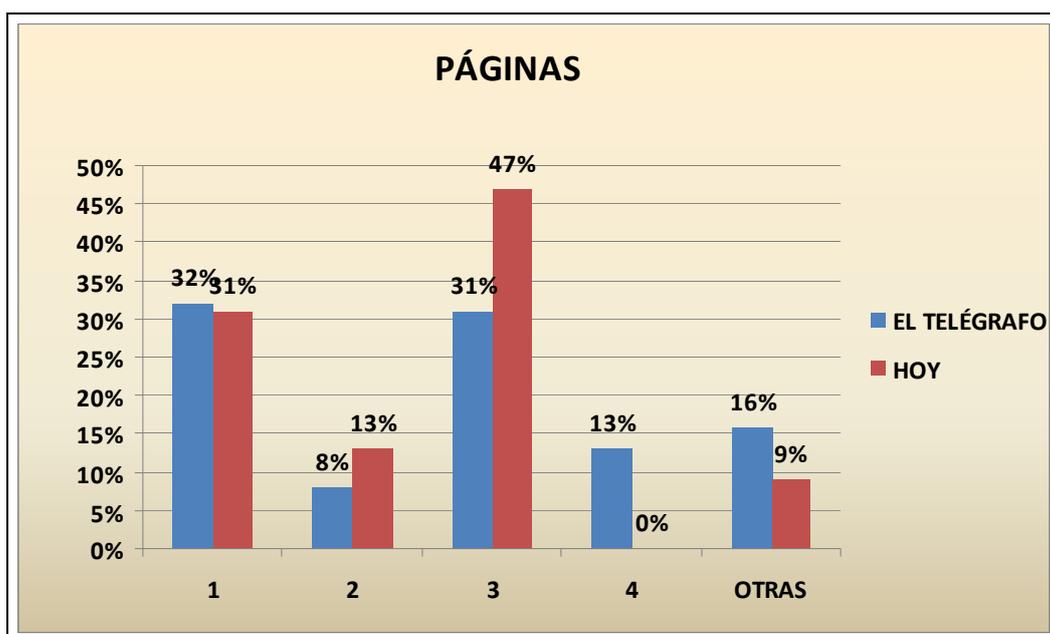
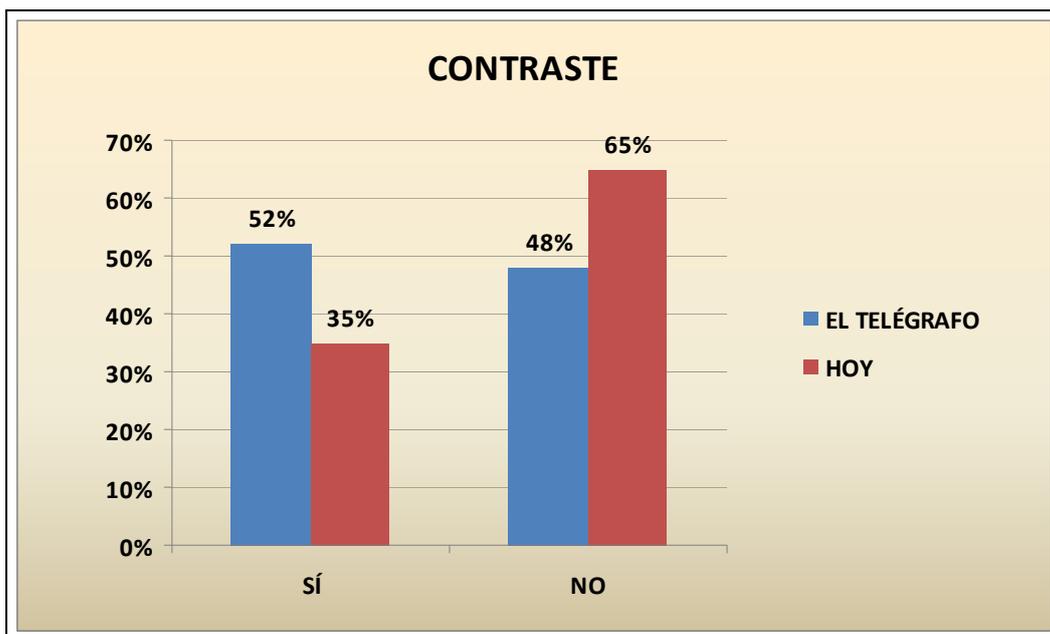
De esta forma, ambos medios de comunicación centraron su debate en temas como la responsabilidad ulterior, la conformación y las atribuciones de un posible Consejo de Comunicación, las regulaciones a la prensa y la redistribución del espectro radioeléctrico.

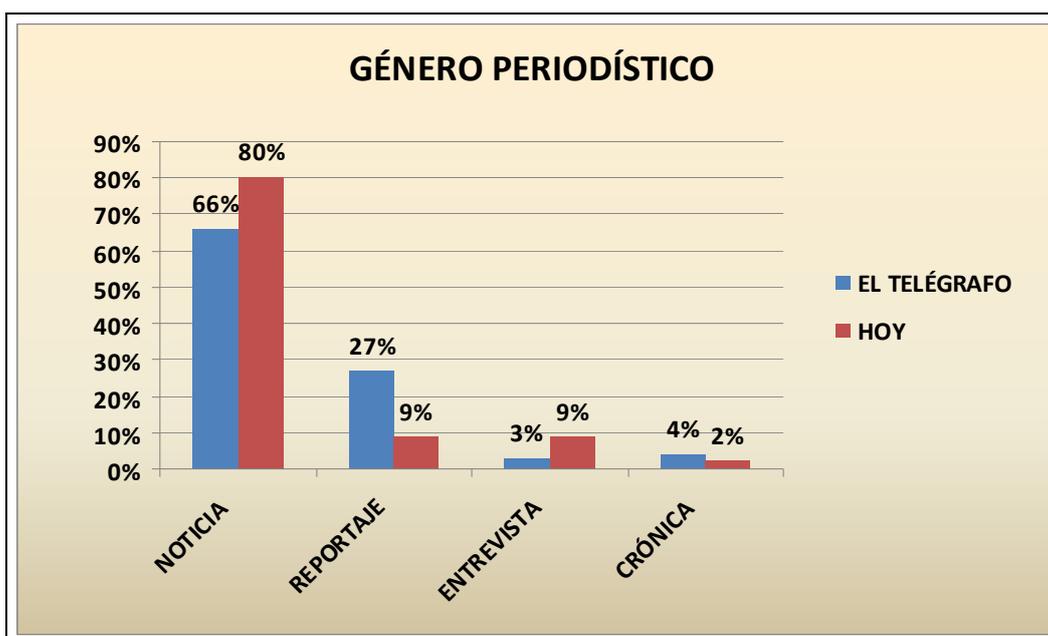
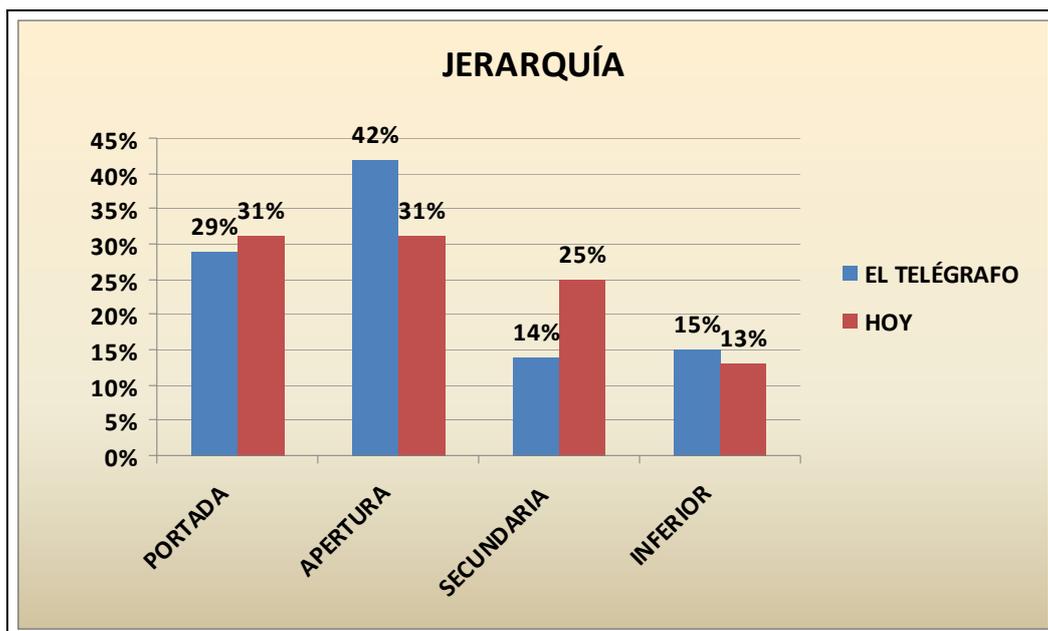
Otros puntos, como los derechos laborales de quienes trabajan en las empresas de comunicación, los derechos de los niños, niñas y adolescentes o el fomento de la producción nacional independiente no fueron considerados como importantes en los dos periódicos.

Adicional a esto y, aunque en el presente trabajo no fue motivo de estudio, hay que resaltar que tanto en el Hoy como en El Telégrafo se constató el uso de sus páginas para realizar campañas a favor y en contra del proyecto. Eso sí, el medio público en un grado mucho menor al del medio privado.

En este escenario y recalcando lo manifestado por Checa, ambos periódicos han construido disímiles realidades sobre el tema. Realidades que, si se toma en cuenta lo dicho por varios autores antes citados, están supeditadas a intereses políticos y económicos que hacen del periodista un ser con prejuicios al momento de realizar su trabajo.







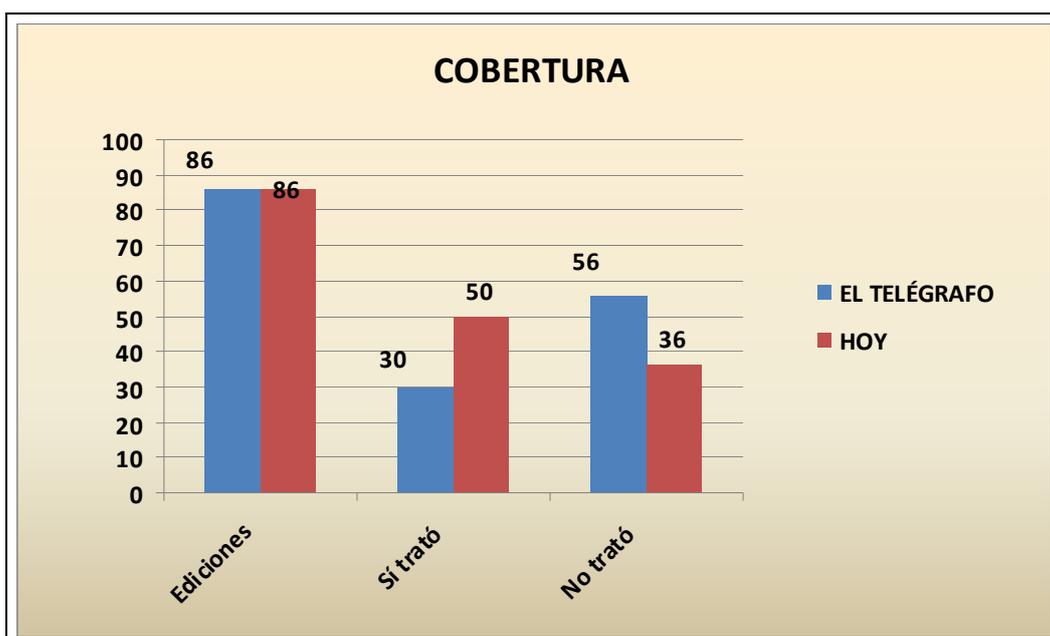
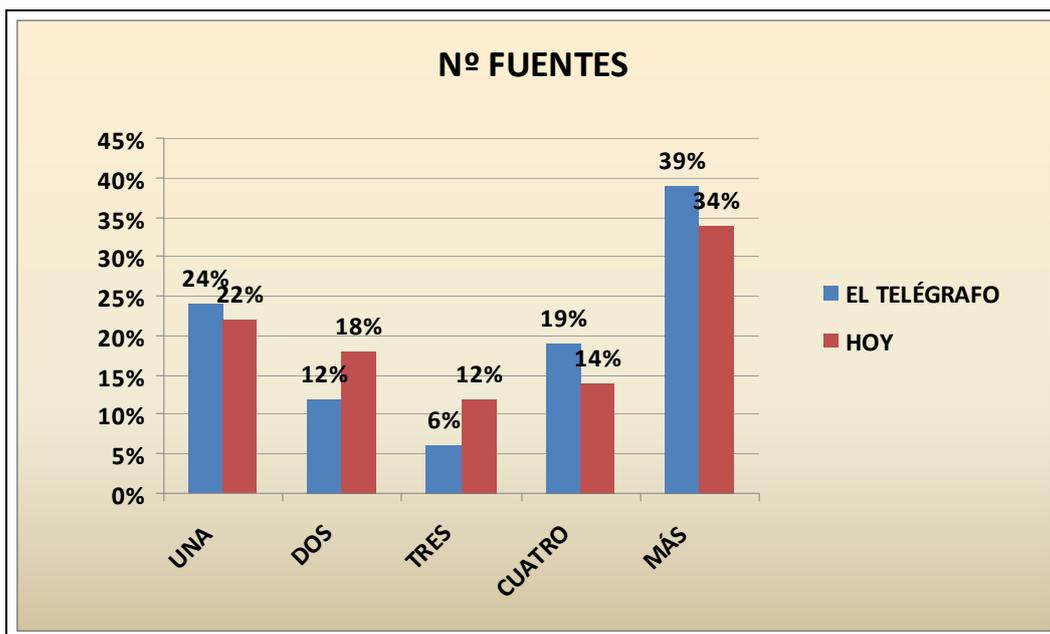


Figura 36. Análisis

5 CAPÍTULO V: OTRA MIRADA

5.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

El Gran reportaje multimedios sobre el análisis del manejo de información de los periódicos Hoy y El Telégrafo, en el caso del proyecto de Ley de Comunicación, periodos: 9 al 30 de septiembre de 2009, 10 al 31 de diciembre de 2009, 1 al 19 de enero de 2010 y 4 al 25 de abril de 2012; responde a la intención de investigar la rigurosidad periodística de ambos matutinos respecto al que quizá ha sido uno de los proyectos de ley más polémicos en los últimos años.

El objetivo fundamental es analizar el trabajo periodístico realizado por los diarios antes citados. Entre las finalidades destacan el conocer la calidad de información que recibieron las audiencias acerca de la construcción del marco legal. Así como brindar resultados que permitan el desarrollo de un periodismo más riguroso y comprometido únicamente con los intereses ciudadanos.

El Gran reportaje se despliega en cuatro medios de comunicación: radio, televisión, prensa e internet.

El grupo objetivo de los productos son los medios de comunicación, las audiencias de los periódicos analizados, periodistas, estudiantes de comunicación social, políticos, analistas de medios y personas interesadas en temas de investigación periodística.

5.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La actual Constitución del Ecuador, aprobada en 2008, manda en su disposición transitoria primera a que la Asamblea Nacional expida 16 normativas. Entre ellas la Ley de Comunicación, que hasta la presente fecha no ha podido ser aprobada.

La discusión referente a dicho marco legal ha generado una serie de criterios, a favor y en contra. Temas como la libertad de expresión, la responsabilidad ulterior, la veracidad en la información y la creación de un Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación son algunos de los artículos que más polémica han causado. Sectores políticos, organizaciones sociales, medios de comunicación y periodistas han discrepado respecto a la aprobación o no de esta normativa.

Por ejemplo, el subdirector del diario público El Telégrafo, Orlando Pérez, ha manifestado que es necesaria una Ley de Comunicación que contemple niveles de responsabilidad de los medios, su democratización y el mejoramiento de la calidad de los contenidos (Pérez en El Ciudadano TV, 2011).

Esta posición no es compartida desde la línea editorial de Diario Hoy, la cual rechaza la publicación de una Ley que, a su criterio, “nació torcida” y “debe ser archivada”. (www.hoy.com.ec).

De acuerdo a una investigación previa, realizada con el apoyo de especialistas en la materia y basada en las publicaciones de los medios impresos El Telégrafo y Hoy, se pudo determinar que ambos estarían incurriendo en errores periodísticos, tal como se evidencia en los siguientes ejemplos:

El 6 de julio del 2011 el diario El Telégrafo presentó una noticia titulada: “Programación elimina los mensajes discriminatorios”. En ella, se da a conocer una resolución de la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional referente a los contenidos que los medios ofrecen en su parrilla, usando como fuentes únicamente a las asambleístas de Alianza PAIS, Betty Carrillo y María Augusta Calle.

Según el periodista Alex Grijelmo, esto constituye un error tanto del periodista como del editor, pues “se debe examinar, como cuestión prioritaria, si en el texto se reflejan todas las fuentes con capacidad para hablar de un determinado tema” (Grijelmo, 2003, p. 157).

Por su parte, Diario Hoy publicó el 22 de diciembre de 2009 la nota titulada: “Ley mordaza pone a prueba palabra del oficialismo”. En este caso, el medio de comunicación no tiene problema en calificar el proyecto de ley como una “mordaza”.

De acuerdo al periodista David Randall, esto va en contra de una de las características más valoradas del reportero: la precisión. Randall indica que “cualquier reportero advertirá enseguida que la reputación de ser preciso, no exagerar, ni al hablar de los hechos ni al ponerlos por escrito, es bien valioso”, ya que cuando se pierde, afirma, no es fácil de recuperar. (Randall, 1996, p. 10)

Ante estos errores los más perjudicados son las audiencias. Así lo señala Norberto Gaitano, decano de la Facultad de Comunicación Institucional de la Universidad Pontificia de la Santa Cruz de Roma, para quien la información es un sinónimo de verdad:

(...) cualquier consideración que se haga sobre la información, sea de la vida cotidiana, sea una especulación académica más o menos sesuda, asume implícitamente este presupuesto de tozudo realismo: informarse significa saber cómo están las cosas de verdad” (Gaitano, p. 19).

De igual forma, Randall (1996) considera sumamente importante que la opinión del periodista no se inmiscuya en las informaciones. Por ello, manifiesta que:

(...) a nadie se le puede pedir que prescinda de todas sus creencias y opiniones más apreciadas, pero, aunque sea imposible evitar que nos afecten de manera inconsciente, nunca debemos permitir que ejerzan una influencia consciente en nuestro trabajo. El deber de un reportero es informar con exactitud sobre lo que ha ocurrido, sin pasar los hechos sobre el tamiz de sus prejuicios, por muy inteligentes y bien informados que éstos sean (...) (Randall, 1996, p. 10).

Hay que señalar que El Telégrafo es un medio de comunicación público en manos del Estado desde 2008, y Diario Hoy, una empresa de comunicación privada con más de 30 años desde su creación.

Según el sociólogo Hernán Reyes, ambos deben mantener una independencia económica y política:

(...) la mezcla de intereses políticos, económicos y judiciales es incompatible con un manejo de medios de comunicación sano, independiente y atento únicamente a los intereses de la comunidad".
(Reyes, 2011, p. 163)

Por lo expuesto, la presente investigación busca analizar el trabajo periodístico de los diarios Hoy y El Telégrafo en el caso del proyecto de Ley de Comunicación y mostrarlo a través un Gran reportaje multimedios para prensa, radio, televisión y sitio web.

Una de sus principales finalidades es contribuir al desarrollo de un periodismo más responsable y una sociedad mejor informada.

Los periodos analizados han sido escogidos en base a una investigación previa que determinó que la creación de la Comisión Ocasional de Comunicación, la firma el Acuerdo Ético Político, el primer debate del proyecto de ley y la fallida votación del marco legal fueron fechas en que los medios de comunicación abordaron el tema en gran porcentaje.

5.3 OBJETIVOS DEL GRAN REPORTAJE

5.3.1 General

- Analizar el manejo de información de los periódicos El Telégrafo y Hoy en el caso del proyecto de Ley de Comunicación, periodos: 9 al 30 de

septiembre de 2009, 10 al 31 de diciembre de 2009, 1 al 19 de enero de 2010 y 4 al 25 de abril de 2012.

5.3.2 Secundarios

- Contextualizar el debate del proyecto de Ley de Comunicación hasta el término de esta investigación.
- Analizar el manejo de información en el caso del proyecto de Ley de Comunicación: contraste de fuentes, tendencia de la nota, jerarquía, número de fuentes, página, sección.

5.4 VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD

5.4.1 Técnica

Se tiene acceso a las publicaciones de los diarios mencionados, así como a los proyectos de Ley de Comunicación presentados en la Asamblea Nacional del Ecuador, informes complementarios de la Comisión Ocasional de Comunicación y demás documentos que se requieran.

De igual forma, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) colaborará con la ayuda de expertos en comunicación, su biblioteca será una fuente constante de investigación y sus trabajos servirán como una guía para el investigador.

De igual forma, se acudirá a la organización Fundamedios para recabar información sobre investigaciones anteriores relacionadas con los medios de comunicación.

Se entrevistará a varios periodistas y estudiosos de la comunicación como José Villamarín, Gustavo Abad, César Ricaurte, Guadalupe Fierro, Romel Jurado,

entre otros. Así como a los directivos o representantes de los diarios El Telégrafo y Hoy.

5.4.2 Financiera

Los gastos serán cubiertos por el investigador, los mismos que se necesitarán para la adquisición de material bibliográfico, movilización dentro de Quito, elaboración de los productos comunicacionales y demás necesidades que demande el proyecto.

5.4.3 Legal

El Gran reportaje multimedios se basa en la Constitución de la República del Ecuador, la cual en sus artículos 16 y 18 dice:

Art. 16 Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Art. 18 Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley.

En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Además, para acceder a la información de carácter público se sustenta en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la misma que señala:

Art. 1.- Principio de Publicidad de la Información Pública.-

El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado.

Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.

5.5 ESTUDIO TÉCNICO

5.5.1 Duración del Gran Reportaje Multimedia

La investigación y elaboración del Gran reportaje “Otra mirada” se realizó durante ocho meses.

5.5.2 Escenario del Proyecto

Las instalaciones de los diarios Hoy y El Telégrafo, así como la visita a los lugares de trabajo de los distintos entrevistados fueron los espacios donde se desarrollaron los productos comunicacionales. Las ediciones analizadas de ambos periódicos fueron obtenidas de la hemeroteca de la Pontificia Universidad Católica de Quito (PUCE).

5.5.3 Nombre del Proyecto

“Otra mirada”

Justificación:

“Otra mirada” responde a la propuesta de generar un trabajo periodístico desde una óptica diferente, en la cual los medios de comunicación son analizados de forma plural, profunda y en base a las diversas realidades.

La idea es que la gente relacione al nombre con una nueva forma de hacer periodismo.

5.5.4 Imagen Corporativa



El logotipo corporativo está compuesto por el nombre del producto y se basa en el elemento central que, a través de un trazo circular, representa libertad para generar ideas. Además, se realiza una fusión de dos rostros que expresan las diferentes maneras de pensar. En este caso, las diversas visiones de los periódicos analizados.

5.5.5 Audiencia

Los productos comunicacionales, por tener un enfoque de análisis del trabajo periodístico, están enfocados en un grupo objetivo de 18 años en adelante, interesado en temas de comunicación.

5.5.6 Productos Comunicacionales

5.5.6.1 Suplemento

Tamaño suplemento

- 22,5 X 32

Extensión del suplemento:

- 12 páginas a full color.

Tipografía y color:

- Helvética Neue por ser una tipografía fuerte, legible y agradable para los lectores.
- Títulos: Helvética Neue Bold
- Contenidos: Helvética Neue regular
- Color: Blanco

Papel:

- Couché de 120 gramos páginas interiores

Portada y contraportada:

- Couché de 120 gramos

Definiciones de secciones del suplemento impreso

Es un suplemento de 12 páginas en el que se abordan temas sobre el manejo de información de los periódicos Hoy y El Telégrafo en el caso del proyecto de Ley de Comunicación. Entrevistas, infografías, testimonios, caricaturas y un reportaje son distribuidos en cada una de las páginas.

Las secciones son:

- Opinión
- Infórmate
- Investigación
- Los personajes
- Puertas adentro
- Los especialistas
- Bajo la lupa

Descripción de secciones

- **Portada:** (página 1)

Tiene la imagen corporativa de “Otra mirada”, fecha de publicación, valor, dirección del sitio web, titulares de los trabajos que se muestran en las otras páginas y una gráfica de un stand de venta de periódicos. La idea es que sea sobrio y diferente a los tradicionales.

- **Opinión:** (página 2)

Espacio en el que se presenta el criterio del medio de comunicación a través del editorial y la caricatura.

- **Infórmate:** (página 2)

Sección de infografías fáciles de entender para los lectores. Brinda información de forma diferente y atractiva.

- **Investigación:** (páginas 4, 5 y 6)

Sección donde se presenta el reportaje que es producto de la investigación. Cuenta con gráficos e infografías que dan mayor atractivo y vida al texto.

- **Los personajes:** (páginas 7 y 8)

Comprende entrevistas de los representantes de los medios de comunicación analizados.

- **Puertas adentro:** (página 9)

Se destaca por recopilar los testimonios de cuatro periodistas que han abordado el proyecto de Ley de Comunicación en la Asamblea Nacional.

- **Los especialistas:** (página 10)

En esta sección se destacan dos entrevistas a periodistas y analistas de la comunicación.

- **Bajo la lupa:** (páginas 11 y 12)

Presenta información acerca de los puntos más polémicos del proyecto de Ley de Comunicación. Así como investigaciones realizadas por dos empresas encuestadoras sobre el trabajo de la prensa en Ecuador.

5.5.6.2 Reportaje Televisivo

El reportaje es el género utilizado porque permite mostrar la información obtenida de la investigación, complementarla con entrevistas y desarrollarla a través de cuadros y una locución acorde al trabajo.

El desarrollo del reportaje se basa en recoger el criterio de los directivos de ambos periódicos, especialistas en la materia y ciudadanía en general.

Además, por tratarse de ser el género más completo y con la necesidad de cumplir con los cánones que exige el buen periodismo, el trabajo es contextualizado con datos que permiten comprender de mejor manera la investigación.

El producto tiene una duración de 14 minutos y está estructurado a través de un guión técnico en que se detalla tiempo, locución, musicalización y efectos e imágenes.

En el trabajo sobresalen tomas de periódicos, de las publicaciones de los diarios Hoy y El Telégrafo, así como de la Asamblea Nacional, voceadores, stands y material de archivo obtenido gracias a la colaboración de canales como Ecuador TV y Gama TV.

Recursos técnicos y humanos

El equipo que trabaja en la elaboración del reportaje televisivo está integrado por:

Tabla 1. Recursos técnicos y humanos

Producción y Realización:	Eduardo Andino Espinoza
Cámaras:	Byron Andino
Edición:	Eduardo Andino Espinoza
Gráficas:	David Santillán

5.5.6.3 Radio

El programa de radio denominado “Perspectiva Juvenil” es parte de “Otra mirada”. El cambio en el nombre se debe a que se trata de una radio revista elaborada exclusivamente por jóvenes que buscan analizar los hechos más importantes a nivel local, nacional y mundial.

Con una duración de 30 minutos el programa cuenta con la presencia de dos invitados (siempre jóvenes) que dan su punto de vista acerca de la investigación. Además, tiene los segmentos: Entérate, Conversa al aire y Escuchemos. A esto se suma un vox populi que recoge la opinión ciudadana.

El objetivo principal es brindar espacio al sector juvenil, conocer sus criterios y visibilizar sus propuestas.

Los tiempos, así como su esquema han sido coordinados con los directivos de la Radio Casa de la Cultura 940 AM, quienes han manifestado su interés en difundir el producto de forma continua.

Recursos técnicos y humanos

El personal que desarrolla el programa está compuesto por:

Tabla 2. Recursos técnicos y humanos

Producción y Realización:	Eduardo Andino Espinoza
Reportería:	Eduardo Andino Espinoza
Edición:	Eduardo Andino Espinoza
Musicalización:	Eduardo Andino Espinoza
Controles:	Byron Andino
Locución de presentaciones y despedidas:	Ricardo Guamán Villa

5.5.6.4 Sitio Web

El sitio web “Otra mirada” es una compilación de los anteriores productos comunicacionales de una forma dinámica y atractiva para la audiencia. Emplea una imagen corporativa similar a la del periódico.

Tipografía y color:

- Helvética por ser una letra limpia, agradable para los lectores.
- Títulos: 83.
- Contenidos: 39 el titular y 18 el detalle.

Naranjas y los relacionados con la imagen corporativa.

Dominio del sitio web: www.otramirada.com

Definición de secciones del sitio web:

El sitio web presenta en su portada información sobre del concepto de “Otra mirada”. Se cree conveniente empezar así para que los visitantes reconozcan enseguida la finalidad del sitio que visitan.

La estructura del sitio web está dividida de la siguiente manera:

Tabla 3. Estructura del sitio web

SECCIONES	CONTENIDOS
Inicio	Quiénes somos
Entérate	Productos televisivo y radial
Infografías	Gráficos y dibujos
Bájate	Documentos, leyes, proyectos
Contactos	Información de la empresa

Recursos técnicos y humanos:

El equipo de trabajo está compuesto por:

Tabla 4. Recursos técnicos y humanos

Edición:	Eduardo Andino Espinoza
Reportería:	Eduardo Andino Espinoza
Fotografía:	Eduardo Andino
Web Máster:	Fernando Salas

5.6 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla 5. Presupuesto del proyecto

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Investigación bibliográfica (Libros y copias)	700 páginas 3 libros	0,05 12	35 36
Diseño del periódico	1	100	100
Impresión	4	20	80
Cámara de video y set de luces	1	120	120
Gráfica de video	1	40	40
Cassettes de grabación	3	6	18
Diseño de sitio web	1	150	150
Transporte	6 tanques de gasolina	20	120
		Total	699

6 CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez que el proceso de investigación y la realización de los productos periodísticos de "Otra Mirada" ha finalizado se concluye y recomienda que:

6.1 CONCLUSIONES

- El proyecto de Ley de Comunicación tuvo una mayor cobertura en Diario Hoy que en El Telégrafo.
- De acuerdo a la rigurosidad periodística, ninguno de los periódicos analizados cumplió con los parámetros mínimos que demanda el ejercicio del buen periodismo.
- Luego de analizar las seis variables, el trabajo de los dos diarios tiene una evaluación con una fuerte tendencia negativa.
- Diario Hoy y El Telégrafo tomaron partido en la publicación de sus notas informativas. El primero en contra y el segundo a favor de la propuesta legal.
- La noticia fue el género más utilizado en ambos medios de comunicación.
- Las notas informativas ocuparon mayoritariamente las portadas y los sitios de apertura de ambos diarios.

6.2 RECOMENDACIONES

- Los medios de comunicación deben guiarse y respetar los parámetros mínimos de rigurosidad periodística.

- Las notas informativas de Diario Hoy y El Telégrafo no deben estar afectadas por las posiciones políticas de los medios de comunicación, pues para eso están las páginas de opinión.
- Debido a la alta competencia, se deben utilizar otros géneros periodísticos que permitan profundizar el tema y romper con la hegemonía de la noticia.
- Se debe monitorear continuamente el trabajo realizado por los medios de comunicación.
- Las notas informativas deben ser contrastadas y contextualizadas.
- En sus notas informativas los periódicos Hoy y El Telégrafo deben evitar el uso de calificativos que no tengan una fuente de respaldo.

REFERENCIAS

Abad Gustavo, El club de la pelea. Gobierno y medios, un entramado de fuerzas y debilidades, Editorial Quipus, 2011.

Barbero Jesus, Comunicación masiva: discurso y poder, Editorial Época, 1978.

Buitrón Rubén y Astudillo Fernando, Periodismo por dentro, Ediciones INTIYAN, 2006.

Cantavella Juan y Serrano José, Redacción para periodistas: informar e interpretar, Editorial Ariel S.A, 2004.

Checa Fernando y otros, De Angostura a las computadoras de Uribe: prensa escrita y crisis de marzo, Ediciones Abya – Yala, UDLA, 2008.

Chomsky Noam y Edward Herman, Los guardianes de la libertad, Ediciones Crítica, 1990.

Chomsky Noam y Ramonet Ignacio, Cómo nos venden la moto, Icaria editorial, 1996.

Consejo Nacional Electoral, Referéndum, <https://app2.cne.gob.ec/resultados/>, 2011, 28 de octubre de 2012.

Constitución Política del Ecuador, 2008.

Cytrynblum Alicia, “Un periodista debe consultar siempre a una tercera fuente, por el bien de la democracia”, *Tran[60]as de la comunicación y la cultura*, 2008.

Diario El País, Jerarquizar las noticias, ¿tarea de quién?, http://elpais.com/diario/2006/03/30/ciberpais/1143683482_850215.html, 2006, 20 de noviembre de 2012.

Diario El País, Manual de estilo Diario El País de España, <http://blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pa%C3%ADs.pdf>, 2002, 15 de diciembre de 2012.

Diario El Tiempo, Carrillo deja la presidencia de la Comisión Ocasional, Sección Ecuador, 19 de junio de 2010.

Diario Hoy, +RESPETO, 9 de diciembre de 2009.

Diario Hoy, Manual de Estilo, www.hoy.com.ec/descargas/manualdeestilo, 2009, 20 de diciembre de 2012.

Diario PP El Verdadero, Diario El Telégrafo, 128 años de historia, www.ppelverdadero.com.ec/actualidad/item/diario-el-telegrafo-128-anos-de-historia.html

El Telégrafo, medios menos irrespeto, página 2, 15 de diciembre de 2009.

El Telégrafo, Quiénes somos, <http://www.telegrafo.com.ec/quienes-somos.html>, 20 de diciembre de 2012.

El Universo, Ley de Comunicación superó el primer debate sin ningún cambio, Sección Política, 6 de enero de 2010.

El Universo, SIP: Falta de democracia al proyecto Panchana, Sección Política, 17 de octubre de 2009.

Elisandro Laura y Gaetano Laura, Consideraciones teóricas sobre la construcción de las noticias, <http://comunicacionculturayeducacion.blogspot.com/2009/07/consideraciones-teoricas-sobre-la.html>, 2009, 19 de noviembre de 2012.

Fundamedios, Antídoto contra el silencio, La Caracola Editores, 2012.

García Jimmmy, El mundo de la radio, Ediciones Ciespal, 1998.

Gargurevich Juan, Géneros periodísticos, Ediciones Ciespal, 2000.

Gómez Carmen, Nuevas tecnologías de comunicación, Editorial Trillas, 1999.

Gordillo Inmaculada, La hipertelevisión: géneros y formatos, Intiyan Ediciones Ciespal, 2009.

Grijelmo Álex, El estilo del periodista, Santillana Ediciones Generales, S.A. de CV, 2003.

Herrán María y Restrepo Javier, Ética para periodistas, Tercer mundo editores, 1992.

Jurado Romel, El proceso de elaboración de la Ley de Comunicación en Ecuador, 2011.

Jurado Romel, Reconstrucción de la demanda por el derecho humano a la comunicación, Intiyan Ediciones Ciespal, 2009.

Kunczik Michael, Conceptos del periodismo Norte y Sur, Editorial Druck Center Meckenheim, 1991.

Ley Orgánica de Acceso y Transparencia a la Información Pública, 2004.

Lipovetsky Guilles, La era del vacío, Editorial Anagrama, 2003.

MacBride Sean, Un solo mundo, voces múltiples, PAIDEIA, 1998.

Martínez Esperanza, Leer críticamente las noticias de la política nacional en la prensa, Comunicar, 1999.

Mattelart Armand, La comunicación – mundo. Historia de las Ideas y de las estrategias, Siglo xxi editores, 2003.

Mediaciones para el análisis y la lectura crítica de los medios, Oposición 7, oficialismo 0, www.ciespal.net/mediaciones/index.php/component/content/article/49-carpinteria/588-oposicion-7-oficialismo-0.html, 2011, 17 de diciembre de 2012.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador – 2011, V&M GRAFICAS, 2011.

Prieto Gregorio, Estructura de un periódico, <http://aprietopcp.blogspot.com/2012/01/estructura-de-un-periodico.html>, 2012, 20 de noviembre de 2012.

Profesor en línea, Descripción de un periódico, http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Periodico_Descripcion.html, 19 de noviembre de 2012.

Querejeta Alejandro, Periodismo de investigación, Paradiso editores, 2011.

Randal David, El periodista universal, Siglo XXI de España Editores, 2009.

Restrepo Javier, El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, Editorial Fondo de cultura económica, 2004.

Rey Silvia, La construcción de la noticia, Ediciones Abya – yala, 2003.

Reyes Hernán, ¿Correa versus los medios?: Los imperios mediáticos y su “obsceno goce” de la política, País profundo, 2007.

Reyes, Hernán y otros, Medios, democracia y poder. Una mirada comparada desde Colombia, Ecuador, Venezuela y Argentina, Ediciones Uniandes, 2011.

Ronderos María y otros, Editora Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A., 2002.

Ruiz Adela y Albertini Emiliano, Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso, Tran[60]as de la comunicación y la cultura, 2008.

Savater Fernando, El valor de elegir, Editorial Ariel, 2003.

Sel Susana y otros, Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas, CaRol – Go S.A., 2010.

Viedma Covadonga, Manual de periodismo, http://canales.elcomercio.es/extras/programa_escolar/pdf/manual_3.pdf, 19 de noviembre de 2012.

ANEXOS

ANEXO 1

ANTEPROYECTO



ANTEPROYECTO

NOMBRE: Eduardo Andino Espinoza	CARRERA: Periodismo
NÚMERO DE MATRÍCULA: 109183	FECHA:

1. Tema: Análisis del manejo de información de los periódicos Hoy y El Telégrafo, en el caso del proyecto de Ley de Comunicación, periodo (tentativo) noviembre del 2011- enero del 2012.

2. Problematización y justificación:

La actual Constitución del Ecuador, aprobada en el 2008, manda en su disposición transitoria primera a que la Asamblea Nacional expida 16 leyes, entre ellas está la Ley de Comunicación, que hasta la presente fecha no ha sido publicada en el Registro Oficial.

La discusión referente a dicho marco legal ha generado una serie de criterios, a favor y en contra. Temas como la libertad de expresión, la responsabilidad ulterior, la veracidad en la información y la creación de un Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación son algunos de los artículos que más polémica han causado. Esto, debido a que varios medios de comunicación, entre privados y públicos, han considerado la aprobación o no de estas normativas como trascendentales para el desarrollo de la comunicación.

Por ejemplo, el subdirector del diario público El Telégrafo, Orlando Pérez, ha manifestado que es necesaria una Ley de Comunicación que contemple niveles de responsabilidad de los medios, su democratización y el mejoramiento de la calidad de los contenidos (Pérez en El Ciudadano TV, 2011). Este criterio no lo comparte el periódico privado Hoy, quien en sus editoriales ha rechazado la publicación de una Ley que, según su criterio, “nació torcida”. Por ello, desde su punto de vista debe ser archivada (Hoy, 2011).

De acuerdo a una investigación previa, realizada con el apoyo de especialistas en la materia, y basada en las publicaciones de los medios impresos El Telégrafo y Hoy, se pudo determinar que ambos estarían incurriendo en errores periodísticos, tal como se puede evidenciar en los siguientes ejemplos:

El 6 de julio del 2011 el diario El Telégrafo presentó una noticia titulada: “Programación elimina los mensajes discriminatorios”. En ella, se da a conocer una resolución de la Comisión de Comunicación de la Asamblea Nacional referente a los contenidos que los medios ofrecen en su parrilla, usando como fuentes únicamente a los asambleístas de Alianza PAIS, Betty Carrillo y María Augusta Calle. Según el periodista Alex Grijelmo, esto constituye un error tanto del periodista como del editor, pues “se debe examinar, como cuestión prioritaria, si en el texto se reflejan todas las fuentes con capacidad para hablar de un determinado tema” (Grijelmo, 2003, 157).

El periódico Hoy publicó, el 14 de junio del 2010, una nota titulada “Cuenta regresiva para Ley de Medios”. En este caso, al decir “Ley de medios” no se está informando con exactitud, ya que en el Ecuador se tramita una Ley de Comunicación, mas no una de medios. De acuerdo al periodista David Randall, esto estaría en contra de una de las características más valoradas del reportero: la precisión, pues indica que cualquier reportero advertirá enseguida que la reputación de ser preciso, no exagerar, ni al hablar de los hechos ni al ponerlos por escrito, es bien valioso. Cuando se pierde, no es fácil de recuperar. (Randall 1996, 10)

Ante este manejo inadecuado de los principios del periodismo por parte de la prensa, los más perjudicados son las audiencias, ya que como lo indica Norberto Gaitano, decano de la Facultad de Comunicación Institucional de la Universidad Pontificia de la Santa Cruz de Roma, “cualquier consideración que se haga sobre la información, sea de la vida cotidiana, sea una especulación académica más o menos sesuda, asume implícitamente este presupuesto de tozudo realismo: informarse significa saber cómo están las cosas de verdad” (Gaitano, 19).

De igual forma, Randall (1996) considera sumamente importante que la opinión del Periodista no se inmiscuya en las informaciones. Por ello, manifiesta que:

[...] a nadie se le puede pedir que prescinda de todas sus creencias y opiniones más apreciadas, pero, aunque sea imposible evitar que nos afecten de manera inconsciente, nunca debemos permitir que ejerzan una influencia consciente en nuestro trabajo. El deber de un reportero es informar con exactitud sobre lo que ha ocurrido, sin pasar los hechos sobre el tamiz de sus prejuicios, por muy inteligentes y bien informados que éstos sean [...] (Randall, 1996, 10).

Hay que señalar que El Telégrafo es un medio público y Hoy un medio privado, los mismos que según el sociólogo Hernán Reyes deben mantener una independencia económica y política para realizar un trabajo adecuado. “Así, la mezcla de intereses políticos, económicos y judiciales es incompatible con un manejo de medios de comunicación sano, independiente y atento únicamente a los intereses de la comunidad”. (Reyes, 2011, 163)

Por lo anteriormente expuesto, la presente investigación busca analizar el trabajo periodístico de los diarios Hoy y El Telégrafo en el caso de la Ley de Comunicación, además de comparar su labor con los principios éticos que se necesitan para realizar un periodismo de calidad. Se analizará el periodo (tentativo) de noviembre del 2011 a enero del 2012, ya que en este lapso de

tiempo el proyecto ha sido debatido en segunda instancia y se espera por el informe final que presente el titular de la Comisión Ocasional de Comunicación, Mauro Andino.

El impacto de la investigación está enfocado en los ciudadanos que se informan a través de los medios escritos, estudiantes de comunicación social, periodistas, universidades, investigadores, organizaciones políticas, y personas en general interesadas en comunicación.

3. Objetivo General:

- Analizar el manejo de la información de los periódicos El Telégrafo y Hoy en el caso del proyecto de Ley de Comunicación, periodo (tentativo) noviembre del 2011 enero del 2012.

3.1 Objetivos específicos:

- Contextualizar el debate del proyecto de Ley de Comunicación hasta el término de esta investigación.
- Analizar el manejo de la información en el caso del proyecto de Ley de Comunicación: contraste de fuentes, verificación, exactitud de datos, separación entre opinión e información.

4. Viabilidad y Factibilidad:

- **Técnica**

Se tiene acceso a las publicaciones de los diarios mencionados. Además, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) colaborará con la ayuda de expertos en

comunicación, su biblioteca será una fuente constante de investigación y sus trabajos servirán como una guía para el investigador.

De igual forma, se acudirá a la organización Fundamedios para recabar información sobre investigaciones anteriores relacionadas con los medios de comunicación. También se entrevistará a los periodistas que forman parte de la organización con la finalidad de recibir sugerencias sobre la realización de un monitoreo de medios.

Se entrevistará a varios estudiosos de la comunicación como Mauro Cerbino, Rubén Darío Buitrón, Romel Jurado, y Hernán Reyes.

No se descarta la ayuda de otros expertos, organizaciones o actores políticos que puedan contribuir con el trabajo.

- **Legal:**

No existe impedimento para acceder a información que provengan de instituciones públicas, pues la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), en el artículo 1 manifiesta que “el acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado”.

- **Financiera:**

Los gastos serán cubiertos por el investigador, los mismos que se necesitarán para la adquisición de material bibliográfico, movilización dentro de Quito y aspectos técnicos que demande el proyecto.

5. Temario Inicial:

1. Contextualización de la Ley de Comunicación
 - 1.1 Origen fáctico
 - 1.2 Origen formal
 - 1.3 Actores relevantes

2. Herramientas conceptuales
 - 2.1 Manejo de información
 - 2.1.2 Verificación
 - 2.1.3 Contrastación de fuentes
 - 2.1.4 Separación entre información y opinión
 - 2.1.5 Exactitud

3. Análisis del tratamiento periodístico a la Ley de Comunicación en los periódicos Hoy y El Telégrafo
 - 3.1 Referencia histórica de Diario Hoy
 - 3.1.1 Análisis del tratamiento periodístico realizado por el Hoy
 - 3.1.2 Alcance de la muestra
 - 3.1.3 Contrastación de fuentes en los artículos analizados
 - 3.1.4 Verificación en los artículos analizados
 - 3.1.5 Separación entre información y opinión
 - 3.1.6 Exactitud
 - 3.2 Referencia histórica Diario El Telégrafo
 - 3.2.1 Análisis del tratamiento periodístico realizado por el Telégrafo
 - 3.2.2 Alcance de la muestra
 - 3.2.3 Contrastación de fuentes en los artículos analizados
 - 3.2.4 Verificación en los artículos analizados
 - 3.2.5 Separación entre información y opinión
 - 3.2.6 Exactitud

4. Propuesta comunicacional
 - 4.1 Sitio web Mediaciones
 - 4.2 Revista Chasqui
 - 4.3 Radio Pública del Ecuador
 - 4.4 Ecuador TV

6. Marco teórico referencial

La elaboración de una ley de comunicación por parte de la Asamblea Nacional del Ecuador ha generado una serie de debates, los cuales han incluido el análisis del trabajo periodístico que los medios de comunicación realizan. Dicha discusión se ha centrado, en muchos casos, en una crítica a medios públicos y privados, pues a los primeros se los acusa de responder a intereses políticos del gobierno actual, mientras que a los segundos de responder a intereses particulares de los dueños de los medios.

Martínez considera que en los medios de comunicación es inevitable la creación de estados de opinión, debido al poder de la prensa y a su relación entre las empresas periodísticas y los autores de la política nacional, lo cual, en la mayoría de los casos, los convierte en “causa y parte interesada”. (Martínez, 1999, 141)

Por esta razón, advierte lo siguiente:

...la información periodística especializada, que se acerca al análisis de la realidad, debe trascender en la mayoría de lo posible, las tendencias políticas y partidistas inmediatas, con el fin de proporcionar a la sociedad información especializada sobre todo aquello que concierne a la política nacional. (Martínez, 1999, 141)

La teoría crítica latinoamericana de la comunicación, según García, analiza las características de las sociedades, cuestionando a aquellas en las que existe

una desigualdad social, económica y educativa. A partir de esto, los teóricos críticos analizan el papel que juega la comunicación en la “preservación de sistemas tan inadecuados e injustos”. (<http://letras-uruguay.espaciolatino.com>)

6.1 Origen fáctico

La reconstrucción de la demanda por crear los derechos de la comunicación tienen su antecedente en la Guerra Fría y su origen en la producción de discursos políticos y económicos, los cuales, según Romel Jurado, reciben el calificativo de “alternativos”, generados principalmente en el seno del Movimiento de los Países No Alineados en los foros del sistema de Naciones Unidas, especialmente en la UNESCO. Esta demanda fue sustentada en la necesidad de dotar de soluciones jurídicas a los problemas socioestructurales de la comunicación, pues ellos “limitan o pueden limitar el desarrollo de las personas consideradas pobres o empobrecidas, amenazan sus culturas originarias y aumentan su dependencia respecto de los países desarrollados”. (Jurado, 2009, 38)

6.2 Origen formal

La Constitución de la República del Ecuador, vigente desde el 20 de octubre del 2008, incluye aspectos de suma importancia en materia de comunicación. Es así, que en su disposición transitoria primera manda a que la Asamblea Nacional elabore 11 leyes, entre ellas la de Comunicación (Constitución del Ecuador, 2008, 198). Por tal motivo, se creó la Comisión Ocasional de Comunicación en octubre del 2009. Sin embargo, hasta la presente fecha el país aún no cuenta con esta normativa legal, pues recién el pasado 15 de noviembre se realizó el segundo y definitivo debate.

De acuerdo a la exposición de motivos del proyecto de Ley presentado por el asambleísta ponente, Mauro Andino, es fundamental que la normativa se sustente en la naturaleza pública de la comunicación social con disposiciones

que hagan de la sociedad un actor clave para la democratización de las comunicaciones, superando normativas excluyentes del pasado, por estar circunscritas a la relación entre Estado y sector privado empresarial (Proyecto de ley de Comunicación, 2011).

6.3 Herramientas conceptuales

Las herramientas conceptuales en las que se basa la investigación son consideradas para varios periodistas y estudiosos de la comunicación, como José Villamarín y Rubén Darío Buitrón, como normas básicas para cumplir un periodismo ético. Es por ello, que Buitrón señala lo siguiente:

Ser ético es entender que la información no pertenece al periodista sino al público y a la sociedad. Y porque esa realidad trasciende la persona o el individuo que la cuenta, va más allá de mi yo, y mi obligación es ser un obsesivo con la precisión. Y al ser obsesivo ella, ser ético es buscar diversidad de fuentes, reconfirmar datos, atribuir exactamente la cita, con la exactitud con la que la persona me dijo. (Buitrón, 2005, 19)

6.3.1 Manejo de información:

El manejo de la información en los medios de comunicación es, quizá, uno de los puntos neurálgicos para desarrollar un periodismo de calidad, pues incluye temas como el contraste de fuentes, la contextualización, exactitud en los datos, separación entre opinión e información, verificación, entre otros.

Dentro de esto mucho se ha hablado sobre la objetividad del periodista y su único y exclusivo compromiso con la sociedad. Ante ello, varios autores como Restrepo, Buitrón y Villamarín consideran que nadie puede ser absolutamente objetivo, ya que en momentos de gran complejidad – crisis políticas, depresiones económicas, violencia – cobran mayor auge las tesis subjetivistas, porque los hechos son tan abrumadores que requieren algo más que su simple

relación: la gente quiere contextos, interpretaciones, que la orienten. No obstante, para enfrentar el problema de emitir criterios que no permitan a la sociedad estar informadas, se requiere de acciones de buena fe en la búsqueda de los hechos noticiosos y en la meta del ejercicio profesional, que es proporcionarle información al público en general. El periodista debe entender que la información no le pertenece a él, sino a la sociedad, pues trasciende la persona o el individuo que la cuenta. La obsesión por la búsqueda de la verdad debe ser un objetivo primigenio del periodista. (www.ciespal.net/mediaciones)

David Randall afirma que el periodista, al igual que cualquier otra persona, también tiene opiniones formadas. Sin embargo, estas no deben inmiscuirse en el trabajo periodístico, porque su labor es informar con exactitud sobre lo que ocurre, sin pasar los hechos sobre el tamiz de sus prejuicios, por muy inteligentes y bien informados que éstos sean (Randall, 1966, 10).

6.3.2 Verificación.-

Villamarín señala que la verificación consiste en que el periodista no caiga en ingenuidades, sino que, al contrario, dude absolutamente de todo. “Hasta del cariño de una madre”: (www.ciespal.net) Razón por la cual indica lo siguiente:

Hay que dudar de todo, más aún de las fuentes oficiales y de las fuentes interesadas. Apresurarse a informar sin verificar la declaración es hacerle el juego a alguien que seguramente quiere defender intereses particulares. El periodista, en ese caso, se convierte en tonto útil. Aunque, en no pocos casos, lo hace también conscientemente, porque coincide con los intereses de la fuente. (Villamarín en sitio web www.ciespal.net/mediaciones/)

6.3.3 Contraste de fuentes

Una de las bases para construir una noticia de calidad, apegada a los mandatos éticos del periodismo, es el equilibrio y contraste de fuentes. Por esta razón, José Villamarín manifiesta lo siguiente:

Si la característica de un periodismo ético y responsable es propiciar la toma de decisiones, lo más adecuadas posible, lo ético es construir una nota con fuentes contrastadas y equilibradas. Pero el problema no es de cantidad, sino de calidad. No se trata de un equilibrio numérico sino de un similar peso específico en los contenidos de las declaraciones, para evitar que la balanza se incline a favor de una tesis u otra (Villamarín, en www.ciespal.net/mediaciones/)

6.3.4 Exactitud

Randall indica que el periodismo tiene que ser enemigo de las imprecisiones, pues las informaciones que escriben los reporteros tienen como finalidad despejar las interrogantes de los lectores. Por este motivo, afirma que todo lo que no sea específico no es válido, señalando lo siguiente:

De nada sirven las informaciones que hablan de “organizaciones oficiales” sin facilitar nombres. Es recomendable emplear términos específicos y concretos, mencionar nombres propios, confeccionar listas y dejar las cosas bien claras. Habrá que pensar en la mejor manera de encajar todos estos detalles, pero nunca habrá que omitirlos (Randall, 1996, 244).

6.3.5 Separación entre opinión e información

En periodismo hay que saber diferenciar claramente entre los géneros de información y los de opinión, pues las confusiones pueden llevar a cometer crasos errores.

Villamarín considera que otro de los problemas frecuentes en los medios de comunicación es tratar de confundir opinión con información, con lo cual se busca lograr que un punto de vista, es decir una verdad parcial de quien opina, sea elevado a la categoría de hecho o verdad total. “La estrategia es simple: a una opinión se le quita la fuente y automáticamente pasa a convertirse en hecho”. (www.ciespal.net)

6.4 Referencia histórica de diario Hoy

Nace el 7 de junio de 1982, siendo el primer diario del país impreso a todo color, con diseño modular y elaborado electrónicamente. Su matriz principal se encuentra en Quito, aunque también se edita simultáneamente en Guayaquil. Fue creado con la finalidad de abrir los espacios informativos a una sociedad que, en aquellas épocas, empezaba a vivir la democracia. Para ello, priorizó un lenguaje directo y menos complaciente con la información, además de la inclusión de voces generalmente excluidas por la prensa y los sistemas políticos (Burbano, en sitio web Diario Hoy, 1997).

6.5 Referencia histórica de diario El Telégrafo

Fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, el diario nace en medio de una coyuntura política agitada, pues en este periodo los Restauradores derrocaron al general Ignacio de Veintimilla. Su nombre es un homenaje al servicio telegráfico que se instaló en Ecuador en 1884, lo cual posibilitó que el país establezca una comunicación eficaz con el mundo. De esta manera, El Telégrafo fue el primer periódico ecuatoriano que utilizó este invento. Catalogado como un medio de comunicación liberal, el 3 de julio de 1886, durante el gobierno de Plácido Caamaño, dejó de circular debido a presiones políticas. En 1898 todas las acciones del periódico fueron adquiridas por el ambateño José Abel Castillo; mientras que en 1923 se inauguró el actual edificio del periódico, ubicado en las avenidas Diez de Agosto y Boyacá, centro de Guayaquil. El Telégrafo fue el primer periódico en adquirir los servicios de

agencias noticiosas extranjeras, además de ser el primero en publicar fotografías aéreas del país. Actualmente el diario es un medio de comunicación público que cuenta con alrededor de 18 secciones. (sitio web de El Telégrafo).

7. Metodología

Por propósito:

Aplicada.-

El propósito de la investigación es analizar si los medios de comunicación El Telégrafo y Hoy cumplen con los parámetros profesionales para realizar un correcto trabajo periodístico, expresados a través de diversos autores y normativas legales, lo cual permitirá ofrecer una evaluación de ambos matutinos, tomando como caso el proyecto de Ley de Comunicación.

Alcance:

Descriptivo.-

Un estudio de alcance descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Fernández, y Baptista 2010, 80) Dicho estudio se utilizará en la investigación, pues su finalidad es describir cómo los periódicos (El Telégrafo y Hoy) han tratado el tema de la ley de Comunicación.

Preguntas de investigación:

¿Por qué es importante que los medios cumplan un trabajo acorde a los parámetros éticos del periodismo?

¿Por qué es necesario contextualizar el desarrollo del proyecto de Ley de Comunicación?

¿Cómo pueden ser afectadas las personas con las publicaciones de los medios de comunicación?

¿Por qué es importante realizar un análisis de medios sobre las publicaciones en el caso del proyecto de Ley de comunicación?

Técnica:

Monitoreo de medios.-

Definición: Es una técnica mediante la cual se realiza el seguimiento y archivo de la performance mediática de un tema, una persona, una organización, una campaña publicitaria, una marca, etc, en medios impresos y digitales ya sean estos de alcance regional, nacional o local, para su posterior análisis cuantitativo y cualitativo (www.comunicologosblog.blogspot.com, 2011).

Los resultados del monitoreo de medios son aplicables tanto a campañas de marketing, de prensa, etc, como a investigaciones realizadas en el ámbito de la investigación en Ciencias Sociales (www.comunicologosblog.blogspot.com, 2011).

Universo: Serán estudiadas las publicaciones informativas de los diarios Hoy y El Telégrafo, referente al proyecto de ley de Comunicación, en el periodo (tentativo) de noviembre del 2011 a enero del 2012, tiempo en el que se realizó el segundo debate del proyecto. Aproximadamente se realizará el estudio de 100 textos periodísticos.

Procedimiento: Se analizarán las publicaciones informativas de los periódicos mencionados que hagan referencia al proyecto de Ley de Comunicación. El

registro que se llevará será escrito y los temas a examinar son la contrastación de fuentes, la contextualización, la exactitud en los datos y la separación entre información y opinión.

Para esto, se utilizará una matriz donde el investigador puede ir tabulando si los periódicos Hoy y El Telégrafo cumplen o no con los parámetros establecidos para el estudio: contraste de fuentes, verificación, exactitud en los datos, y separación entre información y opinión.

Ejemplo de matriz:

Entrevista.-

Definición: Considerado como un género periodístico altamente informativo y de interpretación, la entrevista es un diálogo cercano entre dos personas que puede usarse para obtener información, conocer el mundo interior de un personaje prominente o popular. (Prado, 2007)

Entrevistados:

Mauro Cerbino: Doctor en Antropología Urbana, docente de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador.

Se dedica a investigar organizaciones juveniles de la calle, juventudes y violencia. Dirige un Observatorio de Medios donde aborda diversos temas, haciendo énfasis en el discurso de los medios de comunicación y la mediatización de la política.

El objetivo de la entrevista será conocer cómo las publicaciones de los medios de comunicación pueden influenciar de manera positiva o negativa en las audiencias.

Romel Jurado: Catedrático y especialista en derechos humanos y derecho a la comunicación. Fue asesor de la Red ANDINATIC y APC para formular una

propuesta de Ley de Comunicación en el país. Actualmente es asesor de la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional del Ecuador.

La finalidad de la entrevista será realizar una contextualización del proyecto de Ley de Comunicación, desde que se creó la Comisión Ocasional de Comunicación, hasta la fecha de publicación de la presente investigación.

Rubén Darío Buitrón: Periodista, narrador y poeta; escritor de varios libros y ponente en varios seminarios a nivel nacional. Actualmente es editor de Informaciones de Diario El Comercio.

La entrevista se basará en analizar si los medios escritos, El Telégrafo y Hoy, realizaron un tratamiento periodístico de las noticias sobre el proyecto de Ley de Comunicación acorde a la ética profesional.

Hernán Reyes: Licenciado en Sociología y Ciencias Políticas, Universidad Central del Ecuador, Quito; MA en Desarrollo y Género, University of East Anglia, Norwich; Diplomado en Planificación Social, Comisión Económica para América Latina, Santiago; candidato doctoral en Estudios Culturales Latinoamericanos, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Quito.

Desde el punto de vista sociológico se buscará saber si la prensa ha tenido injerencia en los diversos procesos políticos del Ecuador; haciendo énfasis en el periodo de construcción de la Ley de Comunicación.

José Villamarín: Docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad Central del Ecuador, ex decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Las Américas (Quito), periodista, analista de medios, y miembro del sitio web Mediaciones de CIESPAL.

La entrevista se enfocará en cómo realizar un correcto monitoreo de medios, su importancia y sus efectos en la sociedad.

Además de los mencionados, se acudirá donde los miembros de la Comisión Ocasional de Comunicación para realizar entrevistas y encuestas sobre el manejo de la información en el caso del proyecto de Ley de Comunicación.

8. Método

En la presente investigación se utilizará un enfoque mixto, el cual según Teddlie y Tashakkori (2003) se basa en un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo trabajo, con la finalidad de responder a un planteamiento de un problema. A pesar de ser un método relativamente nuevo, éste tiene como ventajas la profundización del problema y el análisis múltiple de datos. (López, 2010, 2)

En esta investigación se analizará el trabajo periodístico que han desarrollado los periódicos El Telégrafo y Hoy en el caso del proyecto de Ley de Comunicación. Por tal motivo, se busca visualizar, por ejemplo, el espacio que cada medio de comunicación ha asignado a los actores políticos. De igual forma, a través de entrevistas, se quiere conocer cómo han manejado la información los periódicos que son motivo de este estudio.

9. Conclusiones

Recomendaciones

- El investigador debe ser muy cuidadoso de que su apasionamiento por el tema no incida desfavorablemente al realizar el trabajo, pues su posición ideológica no debe inmiscuirse en el desarrollo de la mismo. Esto permitirá que el análisis sea lo más objetivo posible.
- Es necesario definir el periodo en el cual se va a desarrollar el estudio, pues de esta manera se agiliza el proceso de investigación a través de la recolección y análisis de las publicaciones de los periódicos Hoy y El Telégrafo.

Limitaciones

- Existe la posibilidad de que el proyecto de Ley de Comunicación sea archivado en la Asamblea Nacional. Si eso ocurre, el investigador deberá basar su estudio en publicaciones anteriores emitidas por los diarios Hoy y El Telégrafo.

Propuesta comunicacional:

La presente investigación está dirigida a periodistas, audiencias de los periódicos Hoy y El Telégrafo, estudiantes de comunicación social, medios de comunicación, organizaciones políticas, y la ciudadanía interesada en esta temática. Por tal motivo, para difundir la investigación se ha escogido a medios de comunicación que tengan públicos objetivos similares.

Además de ello, previo a la publicación de este trabajo se ha realizado los contactos con las instituciones mencionadas, con la finalidad de tener un aval que garantice el cumplimiento de la propuesta.

CIESPAL, sitio web: Mediaciones:

El proyecto se propone publicar en Mediaciones porque es un medio de comunicación que está dirigido al sector académico, investigadores, estudiantes de comunicación, periodistas de los medios de comunicación, líderes de opinión y gente interesada en el ámbito comunicacional. Además, en conversaciones previas con los directivos del periódico digital, ellos han manifestado que no hay ningún problema en que la investigación sea difundida a través de su portal web.

Según Fernando Checa el sitio web Mediaciones es:

...un periódico digital que pretende ser un escenario académico en el que se hace y se presenta una lectura crítica de los medios de comunicación,

un análisis riguroso y ecuánime de los mensajes que se circulan y compiten en el ecosistema mediático, pero también un escenario desde y en el cual los ciudadanos construyen sentidos críticos a la oferta de los medios...(Checa en www.ciespal.net/mediaciones/)

Chasqui:

Para la publicación de la investigación en material impreso se ha elegido a la revista de circulación trimestral “Chasqui”, pues la misma está dirigida a estudiantes, docentes, investigadores, periodistas, y profesionales de la comunicación y de otras áreas vinculadas a ella. Sus textos llegan a universidades, centros de investigación, medios de comunicación, gremios periodísticos e instituciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en el campo social, especialmente en la educación - comunicación y desarrollo (Revista Chasqui, edición 105).

Los beneficiarios de la investigación se acoplan al grupo objetivo de la revista “Chasqui”, lo cual permite que los resultados que arroje el análisis sean de interés para los lectores.

Radio Pública del Ecuador:

El grupo objetivo de Radio Pública del Ecuador es amplio, tratando de abarcar a toda la población nacional. Por esta razón, su parrilla se basa en programas de diversos estilos, entre los cuales están los noticieros.

Esta investigación será presentada en el espacio de noticias, pues partiendo de la aceptación de sus directivos, y de su intención por desarrollar un medio de comunicación “eficiente, competitivo, moderno, plural, e incluyente” (Sitio web Radio Pública del Ecuador); el presente análisis servirá para informar a la ciudadanía sobre el trabajo periodístico que realizan los periódicos Hoy y El Telégrafo.

Ecuador TV:

Entre los valores institucionales del canal público Ecuador TV está la “apertura”, la cual es entendida como la aceptación de nuevas ideas, proyectos, propuestas y enfoques, que les permita mejorar en su trabajo periodístico. (Sitio web Ecuador TV) Al igual que Radio Pública del Ecuador, el medio televisivo tiene un target amplio, que busca acaparar a todos los sectores sociales del país. La producción nacional es una de sus fortalezas, es así que tienen 25 espacios producidos con talento ecuatoriano. Uno de ellos es Palabra Suelta, conducido por Xavier Lasso, de lunes a jueves a partir de las 21H15; en donde existe una aceptación previa para presentar el producto televisivo.

Se escogió ‘Palabra Suelta’ porque es un programa de opinión que aborda diversos temas coyunturales y que ha mostrado un interés en conocer los resultados de la investigación sobre el manejo de la información de los periódicos Hoy y El Telégrafo, en el caso del proyecto de Ley de Comunicación. Además, el target del programa se alinea con los beneficiarios del proyecto, ya que los comunicadores, líderes de opinión, audiencias de los periódicos a ser analizados, entre otros, conforman su audiencia.

Recursos generales:

Humanos:

El investigador desarrollará el trabajo con la colaboración de especialistas en el tema, investigadores que han incursionado en temas similares, y organizaciones como CIESPAL y Fundamedios. Además, cuenta con el apoyo de familiares y amigos que son profesionales del periodismo y que ayudarán como camarógrafos, iluminadores, y en aspectos de logística.

Materiales: Se requiere las siguientes cosas:

- Cámara de video
- Cámara fotográfica
- Grabadora de audio
- Cassetts
- Pilas doble AA
- Libros
- Periódicos
- Transporte
- Editoras de video y audio

Presupuesto:

La investigación será autofinanciada por el estudiante, quien tiene la mayoría de los implementos técnicos requeridos: cámara de fotos, grabadoras de audio, cámara de video, editoras de video, editoras de audio, transporte y alimentación.

El resto de herramientas serán dotadas por la Universidad de Las Américas. Estos son: equipo de luces, micrófono corbatero, digitalizadora.

Para la impresión de material, adquisición de libros y otros requerimientos que se presenten en el desarrollo del trabajo, el estudiante tiene un presupuesto de USD 1.000.

CRONOGRAMA DE GANT:

No. e la tarea	Nombre de la tarea	Número de días en que se realizará	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Tarea predecesora
1	Contextualización del debate del proyecto de Ley de Comunicación	3 semanas	10 Junio 2012	26 Junio 2012	Contextualización del desarrollo de una Ley de Comunicación en Ecuador.
2	Recolección de periódicos	1 semana	27 Junio 2012	2 Julio 2012	Recolección de periódicos
3	Monitoreo y análisis del manejo de información	5 semanas	3 julio 2012	11 agosto 2012	Monitoreo y análisis del manejo de información
4	Escrito y análisis del monitoreo	2 meses	12 agosto 2012	12 octubre 2012	Escrito y análisis del monitoreo
5	Propuesta comunicativa	4 meses	13 octubre 2012	13 febrero 2012	Final

Bibliografía:

1. Randall David, El periodista universal. Madrid, Siglo XXI de España Editores. 1999.
2. Grijelmo Álex, El estilo del periodista. México DF, Santillana ediciones generales. 2003.
3. Reyes Hernán, Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. Buenos Aires, Editorial CaRol- GO S.A. 2011.
4. Jurado Romel, Reconstrucción de la demanda por el derecho humano a la comunicación. Quito, Ediciones Intiyan. 2009.
5. Restrepo Javier, Ética para Periodistas. Santafé, Tercer Mundo Editores. 1992.
6. Hernández, Fernández y Baptista, Metodología de la investigación, 2010.
7. Martínez Esperanza, Leer críticamente las noticias de política nacional en la prensa, Revista Chasqui, 1999.
8. Buitrón Rubén, Periodismo por dentro. Revista Chasqui, 2005.
9. Gaitano Norberto, Comunicación e información. Ensayo publicado en la Universidad Pontificia de la Santa Cruz de Roma.
10. Constitución Política del Ecuador. Montecristi. 2008.
11. Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Quito, Registro Oficial Suplemento 337. 2004.
12. Villamarín José, Carpintería Periodística, www.ciespal.net/mediaciones/_27-01-2012
13. Apha, Monitoreo de medios, www.comunicologosblog.blogspot.com, 30-01-2012
14. www.comunicologosblog.blogspot.com
15. Ecuador TV, misión y visión, www.ecuadortv.ec/ecutopnw.php?c=1225_01-02-2012

ANEXO 2

ENTREVISTAS

ORLANDO PÉREZ, DIRECTOR DE EL TELÉGRAFO

¿Cómo abordó El Telégrafo el proyecto de Ley de Comunicación?

No hicimos campaña ni a favor ni en contra, únicamente informamos lo que ocurría. Primero porque es un mandato constitucional y segundo porque la mayoría de los “debates” ocurrieron en contra de la ley.

Los resultados muestran que El Telégrafo le dio menor cobertura al tema que Diario Hoy. ¿Por qué?

Le dimos la importancia informativa que requiere un hecho de esa naturaleza. Por ser un espacio político de disputa adquirió la relevancia que tuvo en su momento y por eso lo destacamos así. Si el día de hoy volviéramos hablar de la ley de Comunicación, probablemente ya no lo haríamos de esa forma porque el espacio de disputa son las elecciones.

¿El Telégrafo tomó una postura a favor o en contra de la ley?

Nosotros estamos a favor de lo que manda la Constitución y de la consulta popular que aprobó el pueblo ecuatoriano. Como diario público no hacemos política, pero si tenemos una política clara que es defender la Constitución y lo que ordenó la ciudadanía que fue tener una ley de Comunicación. Por eso sustentamos la necesidad de una ley.

El análisis indica que hay un gran porcentaje de notas sin un contraste y equilibrio en sus fuentes. ¿Por qué?

No tengo claro que no más hicimos en esa época. Pero una de las exigencias que más planteamos a los reporteros es la contrastación de fuentes. En este caso, no se si en gran proporción, pero se recogió la versión de todas las partes. Además, quisimos hablar con Vicente Ordóñez y Diego Cornejo, pero no aceptaron. Algunos no quieren hablar con El Telégrafo de estos temas porque lo consideran gobiernista, a pesar de que damos espacio a todo el mundo.

La noticia fue el género más utilizado. El reportaje, la crónica y la entrevista muy poco. ¿A qué se debe?

El recurso mejor utilizado por nosotros fue la noticia porque eso es lo que ocurría. Lo que decían unos y otros, si se aprobaba o no, etc. A eso nos restringimos, al registro de lo que estaba pasando. Más allá de eso no había lugar a más. Por ejemplo, ¿cómo hacer una crónica de un sector que dice no a la ley y de otro que dice sí? No cabe.

El Telégrafo es un medio público, ¿Qué hizo diferente a los medios privados?

Darle a la sociedad los mejores argumentos para que tome decisiones. Resaltamos constantemente los artículos polémicos, las diversas posturas. Sin embargo, aún fue insuficiente porque la sociedad está más preocupada de cosas urgentes antes que de problemas de esta naturaleza.

¿Qué le faltó a El Telégrafo?

Dada la polarización que se estableció entre estar a favor o en contra lo que quedó ausente fue el debate del contenido de la ley. Únicamente se ha discutido si es favorable o no. El Telégrafo no tuvo la profundidad necesaria.

¿Qué opina del trabajo realizado por la prensa privada en este asunto?

Entiendo su situación, una ley de Comunicación desnuda cual es el carácter real de su existencia en el mundo mediático. Son una empresa con fines de lucro en donde los derechos del ciudadano no caben. Ellos han reemplazado a los actores políticos y estos han delegado su rol a los medios de comunicación privados.

GUADALUPE FIERRO, VICEPRESIDENTA DE LA UNIÓN NACIONAL DE PERIODISTAS (UNP)

¿Cómo califica el trabajo de la prensa sobre el proyecto de Ley de Comunicación?

Ha habido una cobertura bastante amplia. Tal vez lo que ha faltado es un poco de análisis conceptual.

¿Cree que se ha informado responsablemente?

En general cumplieron con su deber de llevar a la ciudadanía un tema de crucial importancia como es el de la libertad de expresión, un derecho fundamental.

¿Qué opina sobre los errores encontrados en esta investigación?

En el periodismo todavía nos queda mucho por recorrer. Siempre hay una fuente que no se ha cubierto, un punto de vista que falta. Es algo con lo que debemos luchar todos los días para corregirlo.

¿Por qué cree que ambos diarios usaron más la noticia?

Por un déficit para desarrollar un debate conceptual sobre el tema. Hubiera sido valioso que esta ley se la debata, por ejemplo, desde el ejercicio práctico de las esferas oficiales y privadas de la libertad de expresión.

¿Los medios de comunicación debían tomar partido en este tema?

No solamente es legítimo que lo hayan hecho, sino que es necesario. Únicamente así se puede añadir a este debate una perspectiva conceptual sobre lo que es el derecho a la libertad de expresión y cómo debe ejercerse en una democracia. Sería absurdo que no lo hagan.

¿Incluso El Telégrafo que es un diario público?

No porque se supone que es un medio que representa a la ciudadanía. Ahí faltaron voces de la sociedad y sobreabundaron las del oficialismo.

¿Es correcto que Diario Hoy haya calificado en sus notas informativas al proyecto como una “mordaza”?

No veo la necesidad de que exista una fuente específica para decir ley mordaza a algo cuando uno cree que ese texto puede constituirse en una verdadera cortapisa para la libertad de expresión.

¿Vivimos una guerra mediática?

Lamentablemente sí. El gobierno ha empleado todos los recursos para llevar adelante su verdad. Los medios de igual forma. En medio estamos los periodistas y los ciudadanos.

DIEGO ARAUJO, SUBDIRECTOR DE OPINIÓN DE DIARIO HOY.

¿Cómo trató diario Hoy el proyecto de ley de Comunicación?

Hay que considerarlo desde varias vertientes. Primero desde una información objetiva sobre el contenido del proyecto, el desarrollo de los debates, los resultados de la Asamblea Nacional. Luego es esencial analizar la sección de

opinión. Ahí ha existido un debate sustancioso sobre el contenido de la ley. Ha habido un pluralismo de voces opinando.

Los resultados de esta investigación muestran que Hoy no cumplió con algunos parámetros de rigurosidad periodística. ¿Cuál es su criterio?

No se puede calificar el manejo informativo de los diarios sin considerar el contexto. Esto explica, probablemente, el tratamiento informativo. El Presidente (Rafael Correa) ha declarado a los medios privados como sus mayores enemigos. En el caso del Hoy, han habido acciones directas como prohibir publicidad.

No puede juzgarse la generación de una ley de Comunicación sin considerar estas circunstancias.

Usted habló de información objetiva. ¿Qué tan factible es eso cuando de acuerdo a esta investigación Diario Hoy presentó un gran porcentaje de notas con la visión de un solo sector?

Habría que examinar si hubo o no un contraste de fuentes. Por ejemplo, si hay un hecho en el congreso y el periódico informa, ya hay una fuente que se utiliza. Por supuesto que en informaciones polémicas, donde hay denuncias, hay que contrastar. Pero si se relatan hechos como una cobertura legislativa simplemente hay que describir. Ahí qué contraste de fuentes se puede pedir.

¿Diario Hoy tomó una postura a favor o en contra del proyecto de ley?

Como lo prueban sus opiniones institucionales diario Hoy asumió una posición adversa a la ley.

¿Incluso en sus informaciones?

Bueno, no en las informaciones. Ahí ha procurado contar los hechos. Por su puesto como en todo proceso informativo eso está mediatizado a través de las subjetividades. El momento en que usted selecciona qué noticia va a cubrir ya hay un pedazo de subjetividad, por más objetiva que ésta sea.

Dentro de estas subjetividades, ¿es correcto haber calificado al proyecto como “mordaza”?

Esto se explica dentro del contexto bélico que no promovieron los medios, sino que ha nacido y se sostiene desde la política oficial del gobierno. En esas circunstancias es explicable que haya habido calificativos.

¿Cree que los medios de comunicación debían tomar partido en el desarrollo de este proyecto?

Hablamos de seres humanos que están respondiendo a una agresión política y jurídica. La información no es ajena a las tensiones que se han creado. El rigor profesional de la prensa en el manejo informativo hay que juzgarlo teniendo presente la coyuntura en la que se desenvuelven. Esta es extremadamente difícil para los medios que no están bajo la sombra del gobierno.

¿Qué opina del trabajo realizado por los medios públicos en este tema?

Los medios públicos hacen el papel de las barras bravas en los estadios. Es decir, sirven para alentar con vivas al poder político de turno y para agredir a los que están del otro lado de las preferencias de quien está jugando en la cancha.

En Ecuador, ¿los medios de comunicación están polarizados?

Una política del gobierno ha sido polarizar la sociedad y construir a los medios privados como sus enemigos. Esto puede producir réditos políticos, pero crea complejos problemas para un desarrollo democrático de la información.

CÉSAR RICAURTE, DIRECTOR DE FUNDAMEDIOS

¿Qué opina del trabajo realizado por El Telégrafo y Hoy entorno al proyecto de Ley de Comunicación?

Hay evidencia de una enorme polarización frente a una ley fundamental para el país. Diario Hoy la ha calificado como una “mordaza”, hecho que incluso fue observado por la defensora del lector del periódico.

Por su parte, en El Telégrafo hay que recordar que se trata de un medio público, donde las exigencias de pluralismo y de neutralidad tendrían que ser mayores. Sin embargo, también ha tenido un sesgo, una posición editorial de defensa del proyecto.

La investigación señala que Diario Hoy abordó más el tema que El Telégrafo. ¿A qué cree que se debe?

A los medios privados les concita más interés porque evidentemente están más afectados. No obstante, es curioso que El Telégrafo no trate más el tema. Los medios que se consideran públicos deberían tener un gran apego porque estos asuntos se debatan, pues se trata de una ley de alto interés social que debería ser abordada en todos los medios.

Por tratarse de un tema que los ataña, ¿ambos periódicos debían tomar partido?

Es algo para debatirlo. Es un tema que no podía dejarse de lado en los medios. Sin embargo, las condiciones para hacerlo debían ser distintas. Bajo un clima de polarización no hay como hacerlo de forma sana, abierta y plural. Eso sí, las posiciones editoriales no deberían afectar la parte informativa que tiene que mantenerse neutral.

¿El que ambos medios hayan presentado un gran porcentaje de notas sin contrastar afectó a la calidad de sus trabajos?

Sí. El unifuentismo es un mal del periodismo ecuatoriano. Es realmente inaudito que no se corrija. Una nota debería tener por lo menos tres fuentes. Caso contrario la información puede tener equívocos e incluso puede considerarse parte de la propaganda a favor o en contra, antes que información.

¿Cree que los errores detallados en la investigación afectaron la credibilidad de ambos matutinos?

La mayoría de la gente ve a la ley de Comunicación como algo muy lejano, que no afecta su vida cotidiana. Entonces, no creo que haya aportado a la credibilidad. Quizá, por haber asumido una posición tan de inicio haya afectado en ciertos sectores.

En esta coyuntura, ¿qué deberían hacer ambos periódicos?

Lo primero bajar el clima de hostilidad. Los medios privados deben cuidar el convertirse en elementos de descalificación a priori de proyectos de ley, de los medios estatales e incluso de los colegas que trabajan ahí.

Los públicos lo mismo, pero además deben reconocer que su papel es ser un espacio de debate plural y no estar alineados a las posiciones de un sector político. Deben ser un medio en el que todos los sectores puedan debatir sobre el marco legal.

GUSTAVO ABAD, SECRETARIO GENERAL DE CIESPAL

¿Qué le dicen los resultados de esta investigación?

La cultura periodística en el Ecuador no ha cambiado mucho. Ha estado habituada a ser complaciente con quien tiene el control del medio, ya sea privado o estatal.

Tenemos dos visiones maniqueas. Desde los medios públicos se produce un enfoque muy positivo y desde los privados uno muy negativo. La realidad no es así, no es blanco y negro.

Siendo un proyecto de ley que atañe a los medios de comunicación y a los periodistas ¿es correcto que estos tomen partido?

El periodismo no está para tomar partido. Está para ofrecer a la sociedad la mayor cantidad de elementos que permitan construir un juicio claro y pertinente de las cosas. Quien ejerce esta profesión únicamente debe estar a favor de un concepto llamado derecho a la información.

Ambos periódicos incurrir en errores similares como no contrastar las fuentes. ¿A qué cree que se debe?

Hacer información unifuentista o sesgada en algunos casos puede obedecer a una cultura periodística poco apegada a la reflexión, pero en otros puede responder a una intención consciente de producir información distorsionada.

Autores como Hernán Reyes o Juan Carlos Calderón manifiestan que en Ecuador se vive una guerra mediática. ¿Coincide con esta apreciación?

Sí. Es lamentable que la necesaria crítica a la prensa se haya tergiversado. El posicionamiento crítico frente a los medios privados no se limita a la descalificación. Un pensamiento crítico también implica ofrecer otro modo de hacer periodismo. Los medios estatales estaban llamados a hacerlo, pero lamentablemente están haciendo el mismo periodismo distorsionado, solo que a favor del gobierno.

Ante esto, ¿cómo queda la sociedad?

Mal, son los principales afectados. No estamos recibiendo información confiable de los medios privados ni del gobierno.

¿Qué deberían hacer los medios para construir un periodismo de calidad?

Volver a la investigación, a los presupuestos del periodismo. Eso es una tarea no solo de los medios, también del Estado, de la academia, de los organismos especializados. El periodismo está sesgado por intereses políticos y económicos que distorsionan su práctica. El objetivo debe ser producir un clima donde se vuelva a trabajar desde la base del servicio público.

ANEXOS 3

GUIONES Y LIBRETOS DE TV Y RADIO

Guión del programa: Perspectiva juvenil

BLOQUE	TIEMPO	RESPONSABLE
PRESENTACIÓN GRABADA	46 SEGUNDOS	TÉCNICO
SALUDO INICIAL CONDUCTOR	30 SEGUNDOS	CONDUCTOR
CORTINA	10 SEGUNDOS	TÉCNICO
PRESENTACIÓN DEL TEMA	45 SEGUNDOS	LOCUTOR
PRESENTACIÓN DEL SEGMENTO ENTÉRATE	21 SEGUNDOS	TÉCNICO
CRÓNICA	3 MINUTOS	TÉCNICO
ANUNCIO DE ENTREVISTADOS	30 SEGUNDOS	LOCUTOR
SEGMENTO CONVERSA AL AIRE	18 SEGUNDOS	TÉCNICO
INICIA ENTREVISTA	5 MINUTOS 11,2	TÉCNICO
SOSTENIMIENTO DE DESPEDIDA	14 SEGUNDOS	TÉCNICO
MENSAJES DE LA RADIO	3 MINUTOS	TÉCNICO
SOSTENIMIENTO DE REGRESO	14 SEGUNDOS	TÉCNICO
ANUNCIO DEL SIGUIENTE SEGMENTO	15 SEGUNDOS	LOCUTOR
SEGMENTO ESCUCHEMOS	19 SEGUNDOS	TÉCNICO
NOTA ESPECIALISTAS	4 MINUTOS	TÉCNICO
CONTINUA ENTREVISTA	3 MINUTOS	CONDUCTORA
VOX POPULI	2 MINUTOS	TÉCNICO
CONTINUA ENTREVISTA	2 MINUTOS	
SOSTENIMIENTO DE DESPEDIDA	14 SEGUNDOS	TÉCNICO
MENSAJES CASA DE LA RADIO	3 MINUTOS	TECNICO
SOSTENIMIENTO DE REGRESO	15 SEGUNDOS	TÉCNICO
PARTE FINAL ENTREVISTA	3 MINUTOS	LOCUTOR
DESPEDIDA DE PROGRAMA	3 MINUTOS	TÉCNICO

Libreto radio revista Perspectiva juvenil

001 Control presentación

002 Eduardo: Saludos cordiales amigos y amigas. Bienvenidos a su radio revista: Perspectiva Juvenil. El espacio en el que los jóvenes investigan, analizan y debaten los hechos más importantes a nivel local, nacional e internacional. Todo desde una perspectiva diferente, desde una perspectiva juvenil.

Bienvenidos y bienvenidas.

003 Control: Cortina

004 Eduardo: Desde 2009 en la Asamblea Nacional se trata de elaborar una ley de Comunicación. Sin embargo, hasta la presente fecha esto no ha podido cristalizarse debido a varias divergencias entre los legisladores que promueven este marco legal y quienes lo cuestionan.

004 Eduardo: La responsabilidad ulterior, la redistribución de las frecuencias y la conformación de un Consejo de Comunicación han sido algunos de los temas más polémicos en el proyecto.

005 Eduardo: En esta coyuntura, los medios de comunicación han jugado un papel preponderante. Tanto públicos como privados han expresado sus posiciones al respecto.

006 Eduardo: Por ello, y con el objetivo de analizar la calidad de la información que reciben las audiencias, en esta ocasión perspectiva juvenil investigó cómo manejaron la información en este tema los periódicos Hoy y El Telégrafo.

007 Eduardo: Como es costumbre, contaremos con la participación de tres jóvenes estudiantes, con quienes conversaremos acerca de los resultados y de su visión acerca del periodismo nacional.

008 Eduardo: Pero antes de presentarlos, les invitamos a conocer más sobre la investigación en nuestro segmento: Entérate.

009 **Control: Presentación segmento Entérate**

010 **Control: Crónica**

011 Eduardo: Creado en 1982 y con cobertura nacional, Diario Hoy es un medio de comunicación privado y el primero en el país en ser impreso a todo color.

012 Eduardo: El Telégrafo, por su parte, es un medio público que está en manos del Estado desde 2008, cuando la Agencia de Garantías de Depósitos entregó al ministerio de Finanzas las acciones que antes pertenecían al ex banquero, Fernando Aspiazu.

013 Eduardo: Para analizar los resultados y conocer el joven criterio de nuestros invitados, es momento de presentar nuestro segmento: conversa al aire.

014 **Control: Presentación Conversa Al Aire**

015 Eduardo: En esta oportunidad nos acompañan Jorge Loaiza. Él es estudiante de periodismo de la Universidad de Las Américas.

016 Eduardo: También tenemos la presencia de María Del Carmen Córdova, egresada de periodismo en la Universidad de Las Américas.

017 Eduardo: Gracias a los dos por aceptar esta invitación.

018 Empieza entrevista

019 Eduardo: Es momento de hacer nuestra primera pausa. Volvemos luego de los siguientes mensajes.

020 **Control: Sostenimiento de salida**

021 **Control Mensajes de la Casa de la Cultura**

022 Control Sostenimiento de regreso

023 Eduardo: Gracias por continuar en nuestra sintonía. Antes de seguir con nuestra entrevista, es momento de conocer el criterio de quienes gozan de algo que nosotros los jóvenes recién empezamos a labrar: la experiencia. Por eso, les invitamos a escuchar el criterio de tres reconocidos periodistas en nuestro segmento: escuchemos.

024 Control: Presentación: Escuchemos

025 Control: Nota con especialistas

026 Continúa entrevista.

028 Control: Vox Populi

029 Continúa entrevista.

030 Control Sostenimiento de salida

031 Control Mensajes Radio

032 Control Sostenimiento de regreso

033 Continúa entrevista parte final y despedida.

034 Control

GUIÓN REPORTAJE TELEVISIÓN

TIEMPO	AUDIO	VIDEO	MÚSICA
33 seg	<p>Estos fueron algunos de los titulares que presentaron los periódicos Hoy y El Telégrafo para referirse al proyecto de Ley de Comunicación en Ecuador.</p> <p>Creado en 1982 y con cobertura nacional, Diario Hoy es un medio de comunicación privado y el primero en el país en ser impreso a todo color.</p> <p>El Telégrafo, por su parte, es un medio público que está en manos del Estado desde 2008, cuando la Agencia de Garantías de Depósitos entregó al ministerio de Finanzas las acciones que antes pertenecían al ex banquero, Fernando Aspiazu.</p>	<p>Imágenes de los titulares de ambos periódicos.</p> <p>Plano general del investigador analizando el periódico.</p> <p>Tomas de archivo de la Agencia de Garantía de Depósitos y de Fernando Aspiazu.</p>	Creative Disconformt
17 seg	<p>Entrevista a César Ricaurte, director de Fundamedios. Explica que en Ecuador los medios están polarizados.</p>	<p>Plano medio de Ricaurte sentado en su oficina.</p>	
5 seg	<p>Visiones diferentes que de acuerdo a la presente investigación se vieron reflejadas en sus notas informativas.</p>	<p>Plano general del entrevistador y el entrevistado.</p> <p>Imagen de un titular de periódico con zoom.</p>	Emergency Beat.
26 seg	<p>Tras haber estudiado 172 ediciones entre ambos matutinos, divididos en los periodos en que se creó la Comisión Ocasional de Comunicación, la firma del Acuerdo Ético Político, el primer debate del proyecto y la fallida votación del mismo, todos durante tres semanas cada uno; la investigación analizó si hubo o no un contraste de fuentes, la tendencia de sus notas, su jerarquía, la página y sección, el género periodístico y el número de fuentes utilizadas.</p>	<p>Paneo de periódicos.</p> <p>Tomas de archivo de la Comisión Ocasional de Comunicación y del pleno de la Asamblea Nacional.</p> <p>Over shoulder del periodista escribiendo en una computadora.</p> <p>Contrapicado de una persona revisando el periódico.</p> <p>Tilt up de periódico.</p>	Emergency Beat .
22 seg	<p>Para diario Hoy, el proyecto de ley tuvo mayor cobertura que para El Telégrafo.</p> <p>Es así, que de sus 86 ediciones estudiadas, en 50 se presentaron notas informativas sobre el tema.</p>	<p>Primer plano de Diego Araujo, Subdirector de Opinión de Diario Hoy.</p> <p>Claqueta con resultados.</p>	

	Un 47 % de estas aparecieron en la página tres, considerada en los diarios como una de las de más importantes. Además, un 31 % se presentó como notas de apertura.		
22 seg	Entrevista a Diego Araujo, Subdirector de Opinión de Diario Hoy. Explica la trascendencia del proyecto de Ley de Comunicación.	Plano medio Araujo sentado en su oficina.	
12 seg	Similar al Hoy, pero con un número de publicaciones sobre el tema que no pasó de los 30, en El Telégrafo un 31 % fueron presentadas en la página tres y un 42 % aparecieron en sitios de apertura.	Imagen de una nota de El Telégrafo. Claqueta con resultados.	Fast fuse.
28 seg	Entrevista a Orlando Pérez, Director de El Telégrafo. Habla sobre la importancia que el diario le dio al tema.	Plano medio de Pérez en su oficina. Imagen de una noticia sobre el tema. Tomas de archivo del Presidente de la República, Rafael Correa.	
17 seg	Entrevista a César Ricaurte. Explica por qué los diarios privados le dieron más importancia al tema que los públicos.	Plano medio de Ricaurte. Close up. Plano general de periodistas.	
10 seg	Desde que se creó la Comisión Ocasional de Comunicación, el 9 de septiembre de 2009, el proyecto de Ley de Comunicación lleva más de tres años y medio en la Asamblea Nacional sin poder ser aprobado.	Tomas de archivo de la Comisión de Comunicación. Plano medio del presidente de la Asamblea Nacional, Fernando Cordero. Plano general del pleno de la Asamblea Nacional.	I want my news now.
	Esto, a pesar de que la Constitución de 2008 dio un plazo a los legisladores no mayor a los 365 días para hacerlo y de que el 7 de mayo de 2011 los ecuatorianos ratificaron en una consulta popular la necesidad de contar con este marco legal.		
15 seg	Esto, a pesar de que la Constitución de 2008 dio un plazo a los legisladores no mayor a los 365 días para hacerlo y de que el 7 de mayo de 2011 los ecuatorianos ratificaron en	Planos detalles de las curules de los asambleístas en el pleno. Tomas de archivo de gente en las urnas. Paneo del pleno de la Asamblea Nacional.	Panic theory.

	una consulta popular la necesidad de contar con este marco legal.		
22 seg	La falta de acuerdos al interior del legislativo han impedido que la banca oficialista consiga los 63 votos necesarios para su aprobación. Durante este proceso ambos periódicos han tratado la información desde distintas ópticas.	Planos detalles del pleno de la Asamblea Nacional. Over shoulder de una vendedora de periódicos.	Panic theory .
33 seg	La investigación muestra que un importante número de notas informativas fueron hechas con una tendencia a favor o en contra del proyecto de ley. En el Telégrafo los trabajos que estuvieron al margen de una postura determinada y que fueron netamente informativos constituyeron un 63 %. El 37 % restante se trató de notas con una tendencia favorable al proyecto oficialista. Lo contrario ocurrió en Hoy. En donde un 57 % no tomaron partida, un 37 % fue en contra y un 5 % a favor.	Primer plano de camarógrafo. Plano general de periodistas. Contrapicado y over shoulder de Orlando Pérez. Claqueta con porcentajes.	I want my news now .
35 seg	Entrevista a Diego Araujo. Habla sobre la posición que tomó Diario Hoy respecto del proyecto de Ley de Comunicación.	Plano medio de Araujo.	
23 seg	Entrevista a Orlando Pérez. Comenta cuál ha sido la postura de El Telégrafo sobre el proyecto de ley.	Plano medio de Pérez. Cross Dissolve.	
10 seg	Los criterios periodísticos son diversos. Para unos el rigor profesional impide la toma de posiciones, pero para otros la justificación radica en la defensa de la libertad de expresión.	Primer plano de Gustavo Abad. Plano medio de periodistas y camarógrafo.	Fast fuse.
22 seg	Entrevista a Gustavo Abad, secretario general de Ciespal. Da su criterio sobre si el periodismo debe o no tomar partido en este tema.	Primer plano de Abad, sentado en su oficina.	
17 seg	Entrevista a Guadalupe Fierro, vicepresidenta de la Unión Nacional de Periodistas. Expresa un	Primer plano de Fierro en su oficina.	

	critorio contrario al de Abad.		
14 seg	De acuerdo a la investigación, el género periodístico más utilizado en ambos casos fue la noticia. Esta representó un 66 % de los trabajos en el Telégrafo y un 80 % en el hoy. El resto se dividió entre reportajes, entrevistas y crónicas. Algo que aparentemente no fue lo más conveniente.	Imagen de noticia de periódico con efecto scale. Primer plano de assembleístas. Claqueta con porcentajes.	Panic theory.
15 seg	Entrevista a Gustavo Abad. Comenta sobre el uso de la noticia.	Plano medio de Abad.	
24 seg	Entrevista a Guadalupe Fierro. Habla sobre el uso de la noticia.	Plano medio de Fierro. Efecto de dither dissolve.	
20 seg	Siendo los legisladores la voces más consultadas sobre la temática, en ambos periódicos un alto porcentaje de sus trabajos fueron hechos sin un contraste y equilibrio en sus fuentes. En las doce semanas analizadas, en El Telégrafo esto se cumplió en un 48 %, mientras que en el hoy en un 65 %. Esto, a pesar de que la mayoría de sus notas fueron realizados con más de cuatro fuentes.	Primeros planos y generales de assembleístas. Paneo del pleno de la Asamblea Nacional. Claqueta con porcentajes.	Creative Disconformt.
26 seg	Entrevista a Orlando Pérez sobre el contraste de fuentes.	Plano medio. Efecto de cross dissolve.	
43 seg	Entrevista a Diego Araujo sobre el contraste de fuentes.	Primer plano. Efecto de cross dissolve.	
27 seg	Entrevista a César Ricaurte. Da su opinión sobre no contrastar la información.	Plano medio.	
18 seg	Entre los artículos más polémicos del proyecto resaltan la conformación de un Consejo de Comunicación, la redistribución del espectro radioeléctrico y la responsabilidad ulterior. No obstante, al salir a la calle y preguntar a varias personas sobre el tema... Éstas poco o nada conocen del mismo.	Plano general de assembleísta hablando en el pleno. Plano general de camarógrafo y periodistas. Plano americano de gente caminando por la calle.	Fast fuse.
1' 10 seg	Opinión de gente para saber si conoce o no el proyecto de Ley de Comunicación.	Primeros planos, con efectos de box slide.	
4 seg	Ante esta realidad, Abad y Ricaurte explican las razones.	Plano general de entrevistador y	

		entrevistado.	
22 seg	Entrevista a César Ricaurte sobre el desconocimiento de la gente.	Plano medio de Ricaurte. Efecto de box slide.	
23 seg	Entrevista a Gustavo Abad sobre el poco interés de la gente.	Primer plano de Abad. Efecto de cross dissolve.	
24 seg	Sin embargo, desde las redacciones los criterios son diferentes. Para Araujo no se puede hablar del papel de los medios, sin analizar la coyuntura política. Mientras que para Pérez, la falta de profundidad en el tema fue una de sus principales debilidades.	Over shoulder. Primer plano de Araujo. Planos detalles de Pérez.	
22 seg	Entrevista a Diego Araujo sobre los errores encontrados en la investigación.	Plano medio de Araujo.	
30 seg	Entrevista a Orlando Pérez sobre los errores encontrados en la investigación.	Plano medio de Pérez.	
17 seg	En esta coyuntura y luego de conocer los resultados de la investigación, Ricaurte y Abad coinciden en la necesidad de que tanto medios públicos como privados, reorienten su trabajo periodístico, dejen a un lado las tensiones y empiecen a construir un periodismo basado en los intereses ciudadanos.	Tomas de archivo de la Comisión de Comunicación. Primer plano de periodistas y camarógrafos. Plano detalle de voceadora de periódico.	
40 seg	Entrevista a César Ricaurte acerca de lo que deberían hacer los medios para mejorar su trabajo.	Plano medio de Ricaurte. Plano general de los exteriores de la Asamblea Nacional. Plano general de asambleístas reunidos.	
22 seg	Entrevista a Abad. Emite su opinión para mejorar el periodismo en Ecuador.	Plano medio.	
45 seg	El periodista, Eduardo Andino, cierra el reportaje con las conclusiones del mismo.	Plano general. Plano medio.	Creative Disconformt.

ANEXO 4

CRONOGRAMA DE GANT

No. de la tarea	Nombre de la tarea	Número de días en que se realizará	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Tarea predecesora
1	Inscripción del anteproyecto	1 día	10 mayo de 2012	10 de mayo de 2012	Inscripción del anteproyecto de tesis en Secretaria Académica
2	Recolección de bibliografía y lectura	20 días	1 de agosto de 2012	20 de agosto de 2012	Lectura de libros
3	Realización de los tres primeros capítulos	3 meses	21 de agosto	21 de noviembre	Redacción de los tres primeros capítulos
4	Análisis de periódicos	15 días	22 de noviembre de 2012	7 de diciembre de 2012	Análisis y redacción de los resultados
5	Realización de la propuesta comunicativa	1 mes	8 de diciembre de 2012	8 de enero de 2012	Final