

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

Escuela De Comunicación

“Propuesta de un periódico deportivo quincenal auto sustentable para las ligas barriales del Quito urbano”

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el título de Licenciado en Periodismo.

Profesor: Marco Antonio Bravo

Autores: Miguel Suárez

Andrés Granizo

2007

*A mi familia que siempre me ha apoyado en todas las
decisiones de mi vida y a las personas que hicieron
que este proyecto sea una realidad.*

Miguel

A mi familia y a mis padres en particular por ser un apoyo constante en mi realización como profesional y a toda la gente que estuvo pendiente de este trabajo.
Andrés

ÍNDICE

Resumen.....	8
Introducción.....	9
Capítulo I. Prensa Escrita.....	10
1.1 Historia de la Prensa Escrita.....	10
1.1.1 La Prensa en la Actualidad.....	12
1.2 La Prensa Escrita en el Ecuador.....	14
1.2.1 El Telégrafo.....	16
1.2.2 El Comercio.....	20
1.2.3 El Universo.....	24
1.3 Ciclo de la Prensa Ecuatoriana.....	27
1.4 Prensa Deportiva.....	33
1.4.1 Tratamiento del Deporte en los Medios Escritos.....	33
1.4.2 Directores de Medios Deportivos.....	35
Capítulo II. Ética Periodística.....	38
2.1 Concepto.....	38
2.2 Historia.....	40
2.3 Ética Periodística en América.....	41
2.3.1 Federación Latinoamericana de Periodistas.....	41
2.3.2 Colegio de Periodistas de Chile.....	43
2.3.3 Sociedad de Periodistas Profesionales.....	44
2.4 Ética Periodística en Ecuador.....	46

2.4.1 Federación Nacional de Periodistas del Ecuador.....	47
2.4.2 Colegio de Periodistas de Pichincha.....	50
2.4.3 Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador.....	51
2.4.4 Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha.....	54
Capítulo III. Prensa Alternativa.....	57
3.1 Concepto.....	58
3.2 Características.....	58
3.3 Datos Generales.....	59
3.4 Ejemplares de Prensa Alternativa en el Mundo.....	60
3.5 Entrevistas a Especialistas.....	62
3.6 Prensa Gratuita.....	65
3.6.1 Concepto.....	65
3.6.2 Historia.....	66
3.6.3 Características.....	67
3.6.4 Datos Generales.....	67
3.6.5 Prensa Gratuita en Argentina.....	68
3.6.6 Ejemplares de Prensa Gratuita en el Mundo.....	68
3.6.7 Metrohoy.....	69
3.6.8 El Comercio de España.....	71
3.6.9 El Clásico.....	72
3.6.10 Comparación entre Prensa Gratuita y Pagada.....	74

CAPÍTULO IV. Fútbol Barrial	77
4.1 Historia del Deporte Barrial en Quito	77
4.2 Prensa Deportiva y Fútbol Barrial	81
4.2.1 Últimas Noticias.....	81
4.2.2 El Comercio.....	83
4.2.3 Revista Click Deportivo.....	86
4.2.4 Revista Estadio.....	88
4.3 Organización del Fútbol Barrial en Quito	89
4.4 Liga Barrial San Juan	91
4.5 Liga Barrial Chaupicruz	93
Capítulo V. Propuesta del Proyecto	95
5.1 Anteproyecto	96
5.2 Estudio de Factibilidad	98
5.3 Estudio Técnico	102
5.4 Estudio Jurídico	104
5.5 Estudio Social	108
5.6 Estudio de la Capacidad Institucional	108
5.7 Estudio Financiero	108
5.8 Estudio de Mercado	110
5.9 Descripción del Proyecto	112
5.10 Recomendaciones del Proyecto	113

Conclusiones	115
Bibliografía	116
Anexos	118

RESUMEN

Este proyecto consiste en la propuesta para la implementación de un periódico quincenal dedicado a las ligas barriales de fútbol de la capital.

Se decidió plantear este periódico debido a la falta de espacios del deporte barrial en los medios tradicionales. En el proyecto se explica los motivos porque los diarios no brindan una mayor cobertura al deporte barrial, específicamente el fútbol.

Se consideró que la distribución sea gratuita, ya que va a ser un medio nuevo y esa sería una manera para posicionarse en el mercado con mayor facilidad. Con la implementación de este periódico se intentará aumentar la práctica del deporte barrial en la comunidad.

Este nuevo medio de comunicación está dirigido a todos los amantes del deporte barrial en Quito, sin importar la edad ni el género. Al inicio el periódico se centrará en una sola liga. En este caso será San Juan y más adelante se ampliará a más ligas de la ciudad.

En el primer capítulo se dará una amplia explicación sobre la historia de la prensa a nivel mundial y más adelante se hablará sobre los inicios de la prensa en el Ecuador. Además se entrevistó a varios periodistas de renombre que comentaron sobre la influencia de los medios escritos en la actualidad.

En el siguiente capítulo se abordó el tema de la ética periodística, los códigos de ética de varias instituciones periodísticas a nivel sudamericano y también local. Asimismo, varios periodistas dieron su visión sobre la ética periodística.

El tema de la prensa alternativa se trató en el tercer capítulo. Además se investigó sobre las tendencias de la prensa gratuita y de su auge mundial. Finalmente en el cuarto capítulo se habló sobre todo lo referente al fútbol barrial de Quito, desde su historia y evolución, como también su organización.

INTRODUCCIÓN

El deporte barrial es un espacio que está en continuo crecimiento y que tiene una gran trascendencia para un grupo de la comunidad. A pesar de este desarrollo, los diarios tradicionales no brindan la debida cobertura a esta disciplina que fomenta el deporte en la sociedad.

Con 'Barrio Deportivo' se intentará suplir con este vacío informativo y así comunicar de la mejor manera sobre el acontecer deportivo barrial, en Quito. En la investigación se comprobó que los medios tradicionales, como El Comercio y Últimas Noticias, destinan media página semanal a la cobertura del deporte barrial.

Incluso los directores de estos medios aceptaron que existe gran cantidad de información, sin embargo, debido a la publicidad, no es posible incluir más espacio en las secciones deportivas.

Se consideró hacer un periódico gratuito, ya que es una manera para posicionarse dentro del mercado. La calidad editorial y el diseño serán óptimos. No por tratarse de una publicación gratuita se descuidará estos detalles. A nivel deportivo no existen muchas publicaciones gratuitas. A pesar de que hace cinco años llegó al mercado 'Metrohoy', los medios gratuitos no han logrado consolidarse dentro de la comunidad.

En la ciudad de Quito existen 79 ligas asociadas a la Federación de Ligas Barriales del cantón Quito. Estas se dividen en cuatro zonas: norte, centro, sur y valles. Al existir tal cantidad de ligas, no se puede dejar de lado a este grupo que genera mucha información, semana tras semana.

De esta actividad han surgido varios elementos que lograron consolidarse en el fútbol profesional. De entre estos se destacan los seleccionados Carlos Tenorio, Antonio Valencia y figuras del ayer como Bolívar Ruiz, Carlos Ron y Jorge Alvear. Por estas razones se consideró pertinente crear este proyecto y así dar información que esta relacionada a este espacio.

CAPÍTULO I

PRENSA ESCRITA

En este capítulo se entregará una explicación de los inicios de la prensa escrita y como esta evolucionó. Más adelante se señalará los principales periódicos de distintos siglos y épocas hasta la actualidad.

La propuesta de realizar un periódico gratuito radica en que el mercado en el mundo va en aumento, especialmente en Europa.

Los inicios de la prensa en el país se remontan al siglo XVIII cuando en 1792, Eugenio Espejo escribe 'Primicias de la Cultura de Quito' que fue el primer periódico del país, circuló siete veces, la primera ocasión el 5 de enero de 1792.

A continuación detallamos la historia de los tres principales diarios del país por importancia e influencia política y social. Estos periódicos son El Telégrafo, El Comercio y El Universo.

Para finalizar puntualizamos año a año el ciclo de la prensa escrita ecuatoriana desde 1800 hasta la actualidad con todos los periódicos y revistas que se han publicado en el país.

1.1 HISTORIA

El Imperio Romano, bajo el dominio de Julio César, enviaba noticias sobre su reinado en un periódico denominado Acta Diurna en el año 59 A. C. También el gobierno imperial chino, en el año 713 d. C., creó una publicación denominada Noticias Mezcladas.

Sin embargo no es sino hasta el siglo XV donde se generó un cambio radical dentro de la escritura con la invención de la imprenta creada por el alemán Johannes Gutenberg.

La novedad de este invento fue que las letras o tipos móviles, eran independientes y se las combinaba para formar las palabras. Así se aumentó el nivel de producción y poco a poco se fueron creando más libros a una velocidad mayor.

El primer libro impreso con este nuevo invento fue la Biblia. El primer periódico impreso fue *Nurenberg Zeitung*, y se publicó en Alemania en 1457.

El primer periódico que se mantiene vigente en la actualidad es el *Post-och Inrikes Tidningar* de Suecia fundado en 1645.

En ese mismo siglo, nacieron en Venecia las gazzetas, en las cuales se informaban las noticias y acontecimientos comerciales. Este fenómeno se amplió rápidamente por toda Europa. La aparición de la imprenta posibilitó a estos medios de comunicación y a los literatos escribir semanarios, revistas, diarios etc. En Inglaterra se fomentó un periodismo de interés público y no solamente político que era la tendencia hasta ese entonces.

“El primer periódico en la historia del periodismo que fue impreso se publicó en Alemania, en el año 1457, con el título de ‘Nurenberg Zeitung’.”¹ En América el primer periódico fue la ‘Hoja de México’ donde se narraban los hechos del terremoto de Guatemala. Ese medio nació en 1541.

En el siglo XVII estas publicaciones eran cada vez más frecuentes en el viejo continente. En 1615 apareció en Alemania el semanario ‘Diario de Frankfurt’. Posteriormente en 1622 nació en Inglaterra un boletín denominado ‘Noticias Semanales’. ‘La Gaceta de Francia’ surgió en 1631 que su creador Richelieu lo convirtió en el periódico oficial del gobierno. En el año 1641 se publicó la ‘Gaceta de Barcelona’ y la Gaceta de Madrid nació en 1691.

El primer periódico diario nació en Inglaterra en 1702 se lo llamó ‘Daily Courrant’. Para 1715 ya existía una fuerte actividad editorial en el país europeo

¹ <http://periodismomundial.grilk.com/hdelpmundial.htm>

lo que conllevó a la aparición de varios periódicos de publicación variable. “Con el desarrollo de la prensa tuvo lugar el nacimiento de la opinión pública.”

“Paulatinamente, los países europeos fueron regulando la prensa e instaurando leyes en las que se reconocía la libertad de expresión.”²

Además, su información era editada por agencias estatales de noticias que fueron los mediadores entre los gobiernos y los periódicos.

El periodismo fue reconocido como profesión en el siglo XIX. Además con la inclusión de la publicidad, los periódicos encontraron un mecanismo para sustentarse, lo que propició la disminución de los precios de los ejemplares.

Con la creciente demanda de información, los periódicos llegaron a ser instrumentos de gran influencia y poder. Por ejemplo, durante las guerras mundiales, los periodistas colaboraron con los diferentes ejércitos, mediante la invención de noticias para mantener motivados a los soldados y a los ciudadanos.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, se empezó a desarrollar la teoría de la responsabilidad social de los medios de comunicación y surgieron periódicos que impulsaron el análisis de los hechos y la investigación exhaustiva. El pionero de esta tendencia fue el diario inglés The Times.

1.1.1 La Prensa en la Actualidad

La Asociación Mundial de Periódicos (WAN por sus siglas en inglés) señaló que las ventas de diarios a nivel mundial en el 2005, aumentaron un 0,56% y un 5% en los últimos cinco años. La venta total de ejemplares llega a la suma de 439 millones, siendo Asia el mayor contribuyente. Los diarios gratuitos son el 6% del total de periódicos, que se editan diariamente.

² BERNABEU, Natalia, “Breve historia de la Prensa”, www.quadraquinta.org

Existen cinco países que dominan en cuanto al número de ejemplares vendidos. China, con 96,6 millones de ejemplares vendidos diariamente; India, con 78,7 millones; Japón, con 69,7 millones; Estados Unidos, con 53,3 millones; y Alemania, con 21,5 millones.

En el 2005 la cantidad de ejemplares producidos, disminuyó en un 0,3%. Sin embargo, desde el 2001 aumentó hasta un 8,1%, incluidos los diarios gratuitos, es decir 7862 periódicos (marcas) que circulan diariamente por todo el mundo.

El mercado de diarios gratuitos en varios países de Europa, representa una buena cantidad del total. En España, constituye el 51% del mercado, en Portugal 33%, en Dinamarca 32%, y en Italia, 29%.

“Resulta evidente que los periódicos están en una etapa de renacimiento a través de nuevos productos, nuevos formatos, nuevos títulos, nuevos enfoques editoriales, mejor distribución y mejor marketing”³, señaló Timothy Balding, Director General de la Asociación Mundial de Periódicos WAN, en un discurso anual del 2005. En el 2004 las ventas alcanzaron los 395 millones diarios, en 1999 la cifra fue de 374 millones.

Los lectores diarios en Internet aumentaron un 32 por ciento con referencia al 2003, registrando un aumento del 350 por ciento en los últimos cinco años.

Asimismo, las ventas de ejemplares en Sudamérica creció un 6,3 por ciento en comparación al 2003. En el 2004 se registraron las mejores cifras de publicidad de los últimos cuatro años, donde se obtuvo un aumento de los ingresos en un 5.3 por ciento.

En el 2004 se publicaban 6580 periódicos diariamente. Lo que representó un aumento del 2 por ciento en el 2004 y 4.6 por ciento desde el año 2000. La cifra de diarios se elevó en un 4,1 por ciento en Asia; 1,3 por ciento en Europa y 1,1 por ciento en Sudamérica.

³ “Tendencias de la prensa mundial: los periódicos incrementan la circulación y la publicidad en todo el mundo”, www.wan-press.org

Al parecer la prensa continuará manteniendo su hegemonía informativa por varios años más, y no como muchos creían que con el nacimiento del Internet este medio iba a perder protagonismo.

“Vuelve a comprobarse que la aparición de nuevos medios no significa necesariamente la muerte de los ya existentes, pero lógicamente, introduce modificaciones en los consumos,”⁴ indicó María Ángeles Cabrera, profesora de periodismo en la Universidad de Málaga.

El periodismo escrito se mantiene vigente por “la perennidad y fortaleza de nuestra materia prima: la palabra escrita y por nuestra profunda vocación periodística. Ambos le han dado tal solidez a nuestro mensaje que nos ha permitido ir enfrentándonos con eficacia al depredador de turno,”⁵ enfatizó Alejo Miró Quesada, presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

“En el año 70 se inició una crisis que dio entrada a la sociedad de información en la que estamos inmersos.”⁶ La tendencia actual se concentra en el emisor como centro de la comunicación. Además de que la información es un bien que no tiene fronteras y está sobre cualquier incidencia política.

1.2 LA PRENSA ESCRITA EN EL ECUADOR

‘Primicias de la Cultura de Quito’ se llamó el primer periódico del Ecuador fundado por Eugenio Espejo el 5 de enero de 1792. Antes de lanzar el primer número publicó una especie de prospecto llamado ‘Instrucción previa sobre el papel periódico intitulado Primicias de la Cultura de Quito’. La publicación se enfocaba en la idea de libertad de las Colonias por lo que fue perseguido por sus detractores.

⁴ CABRERA, María Ángeles, “Convivencia de la prensa escrita y la prensa on-line en su transición hacia el modelo de la comunicación multimedia”, <http://www.ucm.es/>

⁵ MIRÓ, Alejo, “Discurso de inauguración ante la 61a Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa.”, www.sipiapa.com

⁶ BERNABEU, Natalia, “Breve historia de la Prensa”, www.quadraquinta.org

Antes de elaborar el periódico, Espejo era considerado un propagandista de ideas políticas, conspirador y debido a esto el Presidente de la Real Audiencia, Juan José de Villalengua, empezó una persecución contra él, obligándole a irse hacia Bogotá en 1789.

En la capital colombiana, fue recibido por su amigo el Marqués de Selva Alegre; juntos hicieron un llamamiento a los 'Hombres Selectos de la Audiencia de Quito' para estructurar un organismo de progreso, comprensión y patriotismo, que se llamaría Escuela de la Concordia.

A su regreso tuvo que vivir una etapa de tranquilidad y tratar de no llamar la atención. En el nuevo periodo presidencial se organizó una 'Sociedad Patriótica de Amigos del País', que se conformó por los nobles de la colonia quienes nombraron a Espejo Secretario de la Sociedad.

Esta Sociedad decidió publicar un periódico quincenal, a partir del primer jueves de enero de 1792. Las ideas que aparecían en el periódico no eran revolucionarias, ya que se trataba de un medio oficial, sin embargo, servía para estar en contacto con la nobleza.

En la primera publicación, Espejo escribió un suplemento dirigido a los maestros de primeras letras del Reino de Quito. Este trató sobre como conducir de un modo fácil a los niños a las verdades más importantes. Además se incluyeron copias de las cartas que Espejo envió a importantes personalidades de Quito y del país.

Por ejemplo, la carta que le envió al Presidente Luis Muñoz de Guzmán, solicitándole la autorización para publicar el suplemento para los maestros y la carta de respuesta del Presidente a Espejo.

Además se anunció sobre la suscripción al periódico, que tendría un costo de 4 pesos anuales. Se comunicó que el precio unitario sería de un real y medio.

Uno de los propósitos que tenía el periódico era comunicar las inquietudes sobre los problemas que se suscitaban en la colonia. Los siete números se

publicaron hasta el 29 de marzo de ese año. Cabe citar que el periódico era escrito casi en su totalidad por Espejo.

En enero de 1795, el Presidente de esa época, Muñoz de Guzmán, apresó a Espejo quien murió en la cárcel el 27 de diciembre del mismo año a causa de disentería. Sus restos fueron enterrados en el Cementerio del Tejar.

El 5 de enero de cada año se celebra el Día del Periodista en honor a la fundación del periódico 'Primicias de la Cultura de Quito'. Espejo fue el primer periodista de Quito, también se desempeñó como médico reconocido en Europa. Se graduó en la Universidad de San Gregorio con el título de médico. Fue un escritor de gran valía, publicó más de diez libros entre los que se destaca 'Reflexiones sobre las Viruelas', que fue publicado en Madrid.

1.2.1 El Telégrafo

El 16 de febrero de 1884, apareció la primera edición de El Telégrafo circulando en las calles de Guayaquil; fundado por Juan Murillo Miró, constituyó una publicación combativa de línea liberal. El diario nació bajo una lucha revolucionaria donde sus directores y redactores fueron expatriados y apresados por el gobierno progresista.

Años antes de la fundación del diario, empezaron a nacer movimientos transformadores que promulgaban la confrontación de ideas, debido a este acontecimiento se inició una lucha para que sean respetados los derechos ciudadanos. Este cambio hizo que el Ecuador se abra hacia el libre pensamiento en donde predominaba una sociedad conservadora.

Don José Abel Castillo asumió la administración de El Telégrafo el 14 de octubre de 1896, y se hizo cargo de su dirección editorial.

Su política editorial se basó en defender las libertades ciudadanas, la defensa de la democracia, la justicia social y una visión de una patria libre y encaminada al progreso. Gracias a estos principios crearon el lema 'Tribuna de la Verdad sin temor ni favor'.

Castillo llevó al diario guayaquileño a ser baluarte de la prensa libre ecuatoriana e innovador en las técnicas de impresión de periódicos.

Al ser un defensor de las libertades ciudadanas, el diario fue el único que denunció la masacre provocada por el gobierno de José Luís Tamayo contra los obreros el 22 de noviembre de 1922. Posteriormente Castillo envió una carta al Presidente de la República condenando este hecho lo que ocasionó su expatriación. Durante los años que estuvo ausente, sus hijos José y Manuel se hicieron cargo del periódico.

José Abel Castillo estuvo vinculado al diario hasta 1940, desde ese entonces su hijo José manejó completamente el diario hasta su fallecimiento en 1969. Durante los 73 años que El Telégrafo estuvo a cargo de la familia Castillo, fue el de mayor influencia nacional, el de mayor circulación por varias décadas lo que le brindó renombre internacional. En 1949 José Castillo obtuvo el premio al periodismo María Morss Cabot, otorgado por la Universidad de Columbia el cual recibió de manos del General Dwight Eisenhower.

En la actualidad el periódico imprime 40 mil ejemplares a nivel nacional y es estatal.

El periodista Fernando Melo trabajó durante 20 años como redactor de la sección deportiva. Tuvo gran trascendencia en su época pero ha perdido presencia en el periodismo ecuatoriano indica Melo.

Una de las causas es la tecnología. “Muchos medios han avanzado con la tecnología, nosotros nos hemos quedado en ese aspecto”. Aparte de eso, la filosofía de informar la verdad se ha mantenido, según el periodista.

“Es uno de los diarios que tiene una sólida imagen, un pensamiento definido; el manejo es diferente, pero se ha mantenido la esencia del diario”, dice Fernando Melo sobre la estructura del diario.

Acerca del futuro del diario, comenta que se ha encaminado a mejorar, en lo que respecta a la tecnología, contenidos, imagen e impresión; aspectos que se han demorado en implementar por la falta de recursos económicos.

Javier Manrique es el jefe de redacción y señala que el periódico es influyente de alguna u otra manera.

“Para el Ecuador este periódico significa una fuerte presencia, ya que somos un ejemplo con más de 100 años de historia. Por eso nos hemos afianzado a pesar de los problemas”, dice Javier Manrique.

Considera que la gente confía mucho en el diario: “si el periódico no tuviera influencia o la gente no nos leyera, las puertas de este periódico se hubieran tenido que cerrar hace muchos años”.

Se prioriza la información de la comunidad, sobretodo en Guayaquil, sede del diario. “Se pone mucho cuidado y atención en todo lo que publicamos” comenta Javier Manrique sobre su preocupación en el manejo de la información.

“Se ha reducido el número de páginas, por la situación económica del país; además los costos del papel y la tinta complican en la impresión. Esto influye en la edición de todos los periódicos”, explica Manrique.

“No ha bajado la popularidad, pero los costos de modernización nos ha significado bastante, sin embargo se sigue en la lucha por mantener al diario”, comenta el jefe de redacción sobre la actual situación del medio de comunicación.

“La lucha sigue. Se trata de crear un fuerte vínculo entre el medio y la comunidad, ya que nos debemos a ellos”. Manrique cumple estas funciones dentro de su trabajo.

Sobre el internet y la relación con los medios escritos, Javier Manrique opina: “El internet muy lejos de lo que se decía, que iba a ser un enemigo; ha sido un

aliado para nosotros los periodistas, ya que tenemos la información mundial en una computadora”.

Gonzalo Melo Ruiz es un ex periodista de este diario y señala que en la época que se fundó El Telégrafo la situación política era complicada sin embargo el diario se fundó en un régimen democrático.

En 1986 el quiteño participa en el rediseño y reestructuración del diario. “El diario contaba con tres secciones y una era la deportiva en la que se publicaban 12 páginas exclusivamente de deportes. Seis de ellas estaban dedicadas al deporte amateur porque en Guayaquil hay un desarrollo muy importante de la actividad amateur” el otro 50% estaba dedicado al deporte nacional (fútbol, básquet, volley) y al internacional.

A lo largo de su historia, el diario “al ser uno de los pioneros cumplió un papel muy importante dentro de la Revolución Liberal porque siempre marcó una política de igualdad, equilibrio, paz y principalmente impulsando los productos de la región costa como el banano” destaca Melo Ruiz.

El Telégrafo tuvo “su época de oro” en la reingeniería que se realizó en 1986. Con esta reestructuración el periódico pasa a ser ‘Full Color’ y se venden 45 mil ejemplares, así comienza un cambio que le permite, a este medio guayaquileño, “tener 14 años brillantes” que terminan en 1998 cuando, por ambiciones personales, el diario pasa a manos de Carlos Navarrete quién se adueña del periódico y deja a un lado al Estado que tenía la mayoría de las acciones del decano de la prensa ecuatoriana.

En la actualidad el periódico no tiene, prácticamente, ninguna influencia política ni social, ha caído en ventas, en publicidad y se encuentra en un pozo sin salida desde 1998, es el pensamiento de Gonzalo Melo.

Melo cree que la causa del estancamiento de este diario se debe al manejo del actual director Carlos Navarrete. “Dirige al periódico sin una política editorial

definida y sus artículos y editoriales carecen de sustento y visión periodística” comenta el comunicador.

“Lamentablemente no se ha pensado en soluciones para sacar al diario de la crisis porque sigue estancado, no hay inversionistas que quieran tomar las riendas del periódico y sacarlo adelante”, sostuvo.

Acota además que “con la consolidación de El Universo en el país y principalmente en Guayaquil, El Telégrafo no cuenta con un ‘peso periodístico’ dentro de la ciudad y todo se debe al manejo del diario, a la poca formación de los periodistas y por su baja calidad de impresión,” puntualiza.

En la época de auge de diario El Telégrafo, el personal que conformaba la redacción era reconocido en Guayaquil. Por ejemplo escribía ‘Chicken’ Palacios, Mauro Velásquez entre otros quienes eran representativos dentro del deporte guayaquileño por esa razón “tuvimos, por varios años, una influencia muy importante dentro de la vida política, social y deportiva de la provincia del Guayas”, expone Melo.

“Si sigue por este camino, lo más probable es que desaparezca porque es un diario sin publicidad, sin ventas y esta condenado al fracaso.” La razón principal es que cayó en manos de Fernando Aspiazu y tras el colapso bancario todos los bienes del ex banquero pasaron a manos del Estado Ecuatoriano por lo cual actualmente este es el dueño de El Telégrafo. “A partir de este momento el diario se vino para abajo porque un banquero no tiene idea de cómo manejar un periódico” finaliza el periodista.

1.2.2 El Comercio

Este diario se funda el primero de enero de 1906 por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome. Ellos junto a Celiano Monge y Alejandro Mata, reúnen 16000 sucres y deciden montar esta empresa.

Al inicio no tuvo un buen posicionamiento dentro de la ciudadanía por lo cual “regalaban periódicos, obsequiaron anuncios y proporcionaron buen material

de información y así fueron manteniéndose en el mercado”⁷ indicó Jorge Ribadeneira, Director de Últimas Noticias.

En 1920 se inauguró una prensa lo que permitió que se impriman 5000 ejemplares diarios, este significó un cambio importante dentro de la vida del periódico.

En 1935 los dos hermanos se separaron y el mayor, César, se hizo cargo del Teatro Bolívar construido dos años antes, y Carlos continuó al mando del diario hasta 1970, año de su muerte.

Debido a una radio novela de la ‘Guerra de los Mundos’ que enardeció a la gente, tanto El Comercio como Radio Quito fueron quemados el 12 de febrero de 1949, razón por la cual El Comercio no circuló al día siguiente. El periódico El Día le prestó su imprenta durante los ocho meses que duró la reconstrucción de la prensa de El Comercio.

Un choque con el Gobierno de Velasco Ibarra terminó con la clausura, por 45 días, del periódico en 1953.

El diario proclama como ideología principal la independencia, esta doctrina junto a la constante evolución, son los pilares fundamentales que han permitido que El Comercio se mantenga como un referente periodístico durante cien años.

Actualmente El Comercio imprime 80 mil ejemplares de lunes a viernes. El sábado llega a la suma de 130 mil y el domingo 150 mil.

Francisco Ordóñez presidente del Colegio de Periodistas de Pichincha, considera que El Comercio es una institución emblemática del periodismo y que marca la pauta de muchos acontecimientos de la historia nacional.

⁷ Entrevista realizada el 23 de noviembre del 2006 a Jorge Ribadeneira, Director de Últimas Noticias

“Sin duda se convirtió en un periódico que tiene una gran influencia en el devenir político, social y económico del país” comenta el periodista sobre la relevancia de El Comercio en la opinión nacional.

Explica que el peso de la información es amplio, ya que ningún político se atreve a dar un paso sin haber leído El Comercio. “La opinión que genera es trascendente en todos los sentidos. Es tomada en cuenta y muchas veces es decisoria”.

Sobre la libertad de prensa en el medio manifiesta que ningún periódico del Ecuador goza de una libertad a plenitud. “En El Comercio hay una autocensura por parte de los periodistas, por comentarios de colegas. La libertad se da en la línea editorial del diario”.

“Está vinculado con la clase política ya que ha determinado a ministros, ha incidido en decisiones del Congreso. Tiene más influencia en el ejecutivo”, dice sobre los vínculos del diario con la política del país.

Acerca de que si el periódico es regional o nacional, responde que El Comercio es más regional. “Es cierto que la cobertura en la Costa aumentó, pero no hay una buena distribución en esta región”. Para él esto se devela en las cifras de tiraje: El Comercio con 75 mil y El Universo 150 mil.

Considera que el futuro está ligado al desarrollo de la tecnología. Observa que la tendencia será reducir el tiraje en papel y digitalizar el periódico. “Personalmente este es mi último año de suscripción. De aquí en adelante lo leeré en internet”.

Jorge Ribadeneira, Director de Últimas Noticias y conocedor a fondo de la historia de El Comercio señala que los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome, nacidos en Píllaro se convirtieron en empresarios y montaron varios negocios, entre ellos este periódico. Asimismo expone que en esa época sólo existían periódicos del Gobierno y los hermanos deciden crear un medio de

comunicación independiente, que no esté vinculado con el Gobierno ni con los partidos políticos.

En 1938 circula el primer ejemplar del diario Últimas Noticias, medio perteneciente a la familia Mantilla Ortega que dos años más tarde funda Radio Quito.

La quema de la radio se produce el 12 de febrero 1949 a consecuencia de la radio novela 'La Guerra de los Mundos' que enardece a la ciudadanía. Al siguiente día El Comercio no circula, lo hace dos días más tarde acogido por el otro periódico de Quito, El Día que le da un espacio en primera página y le permite usar su imprenta por ocho meses, tiempo que tomó reparar la de El Comercio enfatiza Ribadeneira.

El periódico ha sufrido varios cambios en lo que respecta a su diseño "ha mejorado su calidad, sus fotografías, todo gracias a la modernización y nuevas tecnologías."

El Director de Últimas Noticias señala que "la independencia que proclamó al nacer se ha mantenido en este siglo de vida" aunque en algunas ocasiones se ha alineado con algunos mandatos como es el caso de Galo Plaza a quién apoyó y así también estuvo en contra del Gobierno de Camilo Ponce; sin embargo la tendencia ha sido mas bien de independencia e imparcialidad.

En 1925 se creó la sección deportiva en el diario. "Este espacio siempre ha tenido una gran importancia dentro del periódico, en la actualidad es la sección más leída y de mayor aceptación por parte del público" acota.

Se ha tratado de mejorar el posicionamiento en la costa, sin embargo el peso regional que posee el país ha impedido que El Comercio entre con fuerza en esta región donde "El Universo es el referente como El Comercio lo es aquí en Quito" expresa Ribadeneira.

El diario La Hora y Hoy no representan una competencia mayor para El Comercio ya que este diario se encuentra bien posicionado. “La principal competencia es con la televisión” indica.

Lenin Muela fue editor de la sección económica del diario capitalino. Expresa que “El Comercio ha tenido una gran influencia en el ámbito político y económico del país, donde su opinión ha sido materia de debate en varios gobiernos.”

Es un medio independiente, porque siempre se “lograban hacer las coberturas sin influencia de ningún tipo” indica Muela. Asevera que el estar en la sección de Economía, siempre demandaba un mayor grado de profesionalismo para no caer en las “trampas” y reclamos de las fuentes por tratar temas delicados.

Con referencia a la política editorial que mantenía el diario durante el tiempo que el trabajó ahí, señaló que todo el personal estaba muy pendiente de analizar los procesos y de ir más allá de lo obvio y siempre confrontar las fuentes para que las notas tengan una mayor credibilidad. “Se les exigía a los periodistas un alto grado de capacitación,” puntualiza el editor de la revista Vanguardia.

El economista cree que el haber trabajado en este diario significó una escuela importante, porque le ayudó a actuar más responsablemente y a manejar los tiempos de cierre. “Un periódico es fundamental para la formación de un reportero, aprende a manejar el estrés y a mejorar su calidad de trabajo” indica el quiteño.

1.2.3 El Universo

El 16 de septiembre del 2006, El Universo cumplió 85 años de vida. Su fundador y primer director, fue el señor Ismael Pérez Pazmiño. Dos meses antes de la aparición de este periódico, se crea ‘El Universal’, donde laboraba Ismael Pérez Pazmiño y era dirigido por Luis Guerra.

Lamentablemente, el 15 de septiembre de 1921, dos meses después de su creación, el periódico decidió cerrar sus puertas, por factores económicos.

Desilusionado por este fugaz trabajo, Don Ismael Pérez decidió crear su propio diario y aprovechó para comprar las instalaciones del diario 'El Universal'. De esa manera se creó El Universo el 16 de septiembre de 1921.

Con la creación de su periódico, Ismael Pérez señala que su labor era aportar a la verdad, pelear por la justicia y por la libertad. Además que explicó que El Universo fue y será una publicación liberal.

Para 1921, año de fundación de El Universo, se imprimen 800 ejemplares. Ya en 1933 el diario saca a la venta alrededor de 14500. Mientras que hace más de 30 años, en 1970 la suma llega a 95 mil ejemplares y el periódico era leído por 425 mil personas.

En sus inicios, el diario estuvo ubicado en la calle Chimborazo, entre Vélez y Luque; lugar donde funcionó 'El Universal'. En 1924 la redacción del diario se traslada a Boyacá y Sucre. Actualmente el diario funciona en la Avenida Domingo Comín y Calle 11.

Cabe citar que en homenaje al fundador diario, Ismael Pérez Pazmiño, se creó una institución educativa en 1966: el Colegio 'Ismael Pérez Pazmiño' y también una calle en el oeste de Guayaquil lleva su nombre.

En estos 85 años de vida, han existido cambios necesarios; como en la redacción, el estilo, la impresión y la tecnología usada; pero la esencia del diario siempre se ha mantenido.

Xavier Simancas, trabajó durante 8 años en el diario El Universo, como director de información. Previamente estuvo ligado a Teamazonas, donde fue el director de información del noticiero '24 horas'.

Considera que El Universo es el eje motriz del desarrollo de la comunicación impresa en el Ecuador. "Si bien es cierto El Telégrafo es el decano de la prensa

y El Comercio tiene su espacio en la historia; pero El Universo es el que más ha llegado en el Ecuador”.

En su permanencia en el diario nunca percibió ninguna sugerencia para que los periodistas se inclinen por una u otra ideología. “Eso es una virtud de los grandes medios. El lector siente que le obligan a tomar parte; eso nunca sucedió en El Universo” enfatiza Simancas.

Para Xavier Simancas, El Universo se mantuvo a través de los años por tres razones: imparcialidad, independencia y severidad al momento de informar. Además comenta que se trabajaba bajo tres ejes fundamentales: libertad de prensa, de expresión e información.

En lo que respecta al futuro del medio, el periodista dice que “los medios impresos no desaparecerán, porque es el instrumento de credibilidad más fuerte para el ciudadano. Necesita tener en sus manos la información para creer”.

Además ve al internet como un complemento, ya que la información se vive segundo a segundo; sin embargo, tomará tiempo hasta que este instrumento de comunicación se masifique en la población.

Yolanda León, presidenta de la Federación Nacional de Periodistas (FENAPE), considera que es un periódico con trayectoria que se ha posicionado a nivel nacional. “Es un medio que responde a intereses políticos y económicos pero también ha sido amplio y pluralista”.

Igualmente dice que sí ha sido un referente de un periodismo serio, no obstante es un diario regional que hace nacionales a los temas locales. Pero es el único periódico que da espacios que representan a todos los sectores de la sociedad, destaca la periodista.

“No creo que sea un medio independiente. Se ve que hay un reflejo de la relación de poder” expone. Agrega además que El Universo ha estado

relacionado con los círculos de poder de Guayaquil, banqueros, bananeros entre otros.

El diario mantiene su apariencia casi igual como cuando se creó. “Esto significa para ellos mantener una identidad, enarbolar un símbolo lo cual promocionan como un valor y generan un nexo con la población para que esta también valore esta identidad del diario” señala León.

En lo referente a la política editorial, no cree que haya cambiado mucho porque aunque escriba gente de la costa, de la sierra y de diferentes tendencias, todos están dentro de la línea editorial del periódico. Algo positivo es que dentro de esta política coexiste una gama de opiniones que vuelven variado a este periódico, comenta la presidenta de la Fenape.

León piensa que El Universo es “un periódico de peso y es un referente para otros medios al citar informaciones que publicó este periódico.” Sin embargo, no incide en la opinión de la sociedad, es únicamente un punto de vista más sobre los acontecimientos. Por último destaca que el diario guayaquileño si ha tomado posición con ciertos gobiernos y candidatos aunque nunca de forma abierta.

1.3 CICLO DE LA PRENSA ECUATORIANA

De 1800 a 1812

- Gaceta de la corte de Quito (1809)
- Gaceta de la Corona (1810)
- La Gaceta Curiosa

De 1812 a 1830

- El Conservador (1819)
- El Monitor Quiteño (1823)

- El Noticioso (1825)
- El Republicano (1825)
- El Imparcial (1827)
- El Garrote (1828)
- La Gaceta de Quito (1829)
- El Eco del Azuay (1828)
- El Perogrullo (1828)
- La Alforja (1829)
- El Patriota de Guayaquil (1821)
- El Republicano del Sur (1822)
- El Chispero (1825)
- El Ruiseñor (1828)
- El Colombiano del Guayas (1829)

De 1830 a 1845

- Las Facultades Extraordinarias (1833)
- El Investigador (1833)
- La Balanza (1839)
- El Argos en favor de Flores (1839)
- El Amigo de la Sociedad (1839)
- El Ultramontañero (1839)
- La Verdad Desnuda (1843)
- La Concordia (1843)
- El Semanario Eclesiástico (1835)
- La Luz (1843)
- La Razón (1841)
- El Hombre Libre (1832)
- Gaceta del Ecuador (1834)
- Las Armas de la Razón (1845)

De 1845 a 1861

- El Zurriago (1846)

- La Nación
- La Ilustración
- El Progresista (1847)
- El Observador (1846)
- La Razón (1848)
- El Clamor de Atahualpa (1847)
- El Quiteño Honrado (1849)
- El Industrial (1861)
- El Iris (1861)

De 1861 a 1875

- Los Andes (1863)
- La Crónica Semanal (1863)
- El Centinela (1863)
- La Prensa (1871)
- La Patria (1865)
- El Correo del Ecuador (1863)
- La Opinión Nacional (1864)
- El Republicano (1865)
- El Clero (1863)
- La América Latina (1866)
- La Estrella de Mayo (1869)
- La Sociedad Republicana (1868)
- El Eco Liberal (1868)
- El Justiciero (1868)
- El Vigilante (1869)
- El Guayas (1871)
- El Porvenir (1874)
- La Nueva Era (1871)
- El Comercio (1875)

De 1875 a 1883

- El Regenerador (1876)
- El Popular (1876)
- El Convencional (1876)
- La Civilización Católica (1876)
- La Voz del Azuay (1876)
- Las Catacumbas (1877)
- La Candela (1878)
- El Bálsamo (1878)
- El Vigilante (1878)
- The Times (1877)
- El Imparcial (1878)
- El Heraldo (1878)
- La Nación (1878)

De 1883 a 1895

- El Corro Frigio (1883)
- El Ecuador (1885)
- La República (1883)
- El Federalista (1883)
- El Telégrafo (1884)
- El Independiente (1885)
- El Semanario Popular (1889)
- El Telegrama (1889)
- El Constitucional (1889)
- La Época (1895)
- El Progresista (1891)
- La Voz del Patriota (1891)
- El Partido Liberal (1891)
- La Reacción (1888)
- El Censor (1889)
- El Tiempo (1891)
- El Radical (1892)

- El Industrial (1892)
- La Estrella Blanca (1893)
- El Monitor Popular (1893)
- El Heraldo (1893)
- El Diario de Quito (1895)
- El Correo Nacional (1895)
- El Imparcial (1892)
- El Grito del Pueblo (1895)

De 1895 a 1915

- El Comercio (1906)
- El Día (1913)
- El Luchador (1896)
- La Palabra Libre (1896)
- El Brujo (1900)
- El Guante

De 1915 a 1928

- El Universo (1921)
- La Nación (1918)
- La Bandera Roja (1920)
- Humanidad (1923)
- El Mercurio (1924)

De 1928 a 1940

- El Socialista (1932)
- Ultimas Noticias (1938)
- La Tierra
- El Debate
- El Diario de la Tarde
- Cartel

- La Verdad

De 1940 a 1960

- La Tierra (1945)
- La Nación (1949)
- El Sol (1951)
- Diario El Ecuador (1955)
- Revista La Calle (1957)
- Revista La Mañana (1960)
- Revista Vistazo (1957)
- El Siglo (1957)
- Combate (1953)
- Diario del Ecuador (1956)
- El Tiempo (1955)

De 1960 a 1980

- El Tiempo (1964)
- La Prensa (1963)
- El Expreso (1969)
- El Extra (1975)
- La Razón (1980)
- El Avance (1970)

De 1980 a 1990

- Hoy (1982)
- El Meridiano (1983)
- La Hora (1986)
- El Austral

1.4 PRENSA DEPORTIVA

1.4.1 Tratamiento del Deporte en los Medios Escritos

Se decide analizar a los dos diarios más importantes del país, como son El Comercio y El Universo. Durante una semana se observa el espacio que estos medios brindan al deporte en general y se separa la cantidad de páginas que dedican al fútbol.

El Comercio

Martes: Deportes: Cuatro páginas y media

Fútbol: Tres páginas y media

Miércoles: Deportes: Tres páginas y media

Fútbol: Tres páginas y un cuarto

Jueves: Deportes: Cuatro páginas

Fútbol: Tres páginas y un cuarto

Viernes: Deportes: Tres páginas y un cuarto

Fútbol: Tres páginas

Domingo: Deportes: Cinco páginas y media

Fútbol: Cuatro páginas y media

Lunes: Deportes: Cinco páginas y un cuarto

Fútbol: Cuatro páginas

El Universo

Martes: Deportes: Dos páginas y tres cuartos

Fútbol: Una página y media

Miércoles: Deportes: Dos páginas y tres cuartos

Fútbol: Una página

Jueves: Deportes: Tres páginas y un cuarto

Fútbol: Una página y tres cuartos

Viernes: Deportes: Tres páginas y un cuarto

Fútbol: Una página y tres cuartos

Domingo: Deportes: Dos páginas y tres cuartos

Fútbol: Una página y tres cuartos

Lunes: Deportes: Ocho páginas

Fútbol: Cuatro páginas

<u>Porcentajes</u>	El Comercio		El Universo	
	<u>General</u>	<u>Deportes</u>	<u>General</u>	<u>Deportes</u>
Martes	34 págs. (100%)	Cuatro y media págs. (13.23%)	32 págs. (100%)	Dos y tres cuartos págs. (8.59%)
Miércoles	34 págs. (100%)	Tres y media págs. (10.29)	38 págs. (100%)	Dos y tres cuartos págs. (7.23%)
Jueves	34 págs. (100%)	Cuatro págs. (11.76%)	40 págs. (100%)	Tres y un cuarto págs. (8.12%)
Viernes	36 págs. (100%)	Tres y un cuarto págs. (9.02%)	40 págs. (100%)	Tres y un cuarto págs. (8.12%)
Domingo	48 págs. (100%)	Cinco y media págs. (11.45%)	48 págs. (100%)	Dos y tres cuartos págs.

				(5.72%)
Lunes	42 pags. (100%)	Cinco y un cuarto pags (12.5%)	50 pags. (100%)	Ocho páginas (16%)

<u>Porcentajes</u>	El Comercio		El Universo	
	<u>Deportes</u>	<u>Fútbol</u>	<u>Deportes</u>	<u>Fútbol</u>
Martes	Cuatro y media pags. (100%)	Tres y media pags. (77.7%)	Dos y tres cuartos pags. (100%)	Una y media pags. (54.5%)
Miércoles	Tres y media pags (100%).	Tres y un cuarto pags. (92.8%)	Dos y tres cuartos pags. (100%)	Una pag. (36.3%)
Jueves	Cuatro pags. (100%)	Tres y un cuarto pags. (81.25%)	Tres y un cuarto pags. (100%)	Una y tres cuartos pags. (46.6%)
Viernes	Tres y un cuarto pags. (100%)	Tres pags. (92.3%)	Tres y un cuarto pags. (100%)	Una y tres cuartos pags. (46.6%)
Domingo	Cinco y media pags. (100%)	Cuatro y media pags. (81.8%)	Dos y tres cuartos pags. (100%)	Una y tres cuartos pags. (63.6%)
Lunes	Cinco y un cuarto pags. (100%)	Cuatro páginas (76.1%)	Ocho páginas (100%)	Cuatro páginas (50%)

- Ver Gráficos Anexo

1.4.2 Directores de Medios Deportivos

Radios Deportivas FM:

- **Hoy la Radio:** 97.3
- **Radio Centro:** 97.7
- **Radio Colón:** 98.9 Jorge Blas Cappiello

- **La Red:** 102.1 Alfonso Laso Ayala (Título de Periodismo Deportivo en la Escuela de Periodismo Deportivo del Círculo de Periodistas Deportivos de Bs. As.)
- **Sonorama:** 103.7 Carlos Sandoval) Título otorgado por el Ministerio de Educación.
- **CRE Satelital:** 105.7 Mario Viteri García. Director de Deportes

Radios Deportivas AM:

- **Radio Caravana:** 610 Edgar Villaroel Título de Profesionalización otorgado por el Ministerio de Educación.
- **Radio Quito:** 760 Andrés Benavides. Título de Profesionalización otorgado por el Gobierno
- **Radio Colón:** 780 Luis Miguel Baldeón Título otorgado por el Ministerio de Educación.
- **Radio Sucre:** 900 Vicente Arroba Ditto (Presidente) Título otorgado por el Ministerio de Educación.
- **Radio Tarqui:** 990 José Granizo, Director (Título de Economía en la Universidad Central y Título de Profesionalización otorgado por el Gobierno)
- **Nueva Emisora Central:** 1180 Roberto Omar Machado. Título otorgado por el Ministerio de Educación.
- **Super K:** 1200: Vito Muñoz
- **Vigia:** 840: Manuel Pavón
- **Cosmopolita:** 960: Orley Acosta

Canales de Televisión:

- **Telamazonas:** Canal 4 Alfonso Laso Ayala (Título de Periodismo Deportivo en la Escuela de Periodismo Deportivo del Círculo de Periodistas Deportivos de Bs. As.)

- **RTS:** Canal 5 Andrés Benavides. Título de Profesionalización otorgado por el Ministerio de Educación.
- **Gamavisión:** Canal 2 Patricio Díaz
- **Ecuavisa:** Canal 8 Patricio Jarrín. Título otorgado por el Ministerio de Educación.
- **TC Televisión:** Canal 10 Patricio Palau
- **Canal 1:** Canal 12 Fabián Gallardo (Título de Comunicación Social en la Universidad Central y en la Universidad de Loja)
- **Tv Hoy:** Oscar Portilla

Periódicos:

- **El Comercio:** Deportes: Jacinto Bonilla (Título de Profesionalización concedido por el Gobierno en 1977)
- **Hoy:** Deportes: Martha Córdova
- **Expreso:** Deportes Marcelo Orozco
- **Últimas Noticias:** Deportes: Freddy Álava (Título de periodismo deportivo en la Escuela de Altos Estudios de la Comunicación de Chile) Periodismo deportivo en la Escuela de Altos Estudios de la Comunicación de Chile en el 1997.
- **La Hora:** Deportes: Roberto Ayabaca
- **Extra:** Eduardo Vásquez
- **Telégrafo:** Fernando Melo

CAPÍTULO II

ÉTICA PERIODÍSTICA

En este capítulo se tratará sobre la ética en el periodismo y la forma en que deben actuar los comunicadores al momento de ejercer la profesión.

La palabra ética viene de la expresión griega “ethos”, que significa costumbre. La ética es una forma de vida que se acopla a la existencia del hombre.

La ética se subdivide, en nueve diferentes ramas. Como la Ética normativa o Ética aplicada.

Desde que los hombres viven en comunidad, la regulación moral de la conducta ha sido necesaria para el bienestar colectivo. Las antiguas civilizaciones, como la egipcia y la sumeria, implementaron éticas no sistematizadas.

Los filósofos griegos, desde el siglo VI A.C. en adelante, teorizan mucho sobre la conducta moral.

En el periodismo, la ética y la técnica son dos principios que deben estar siempre relacionados. Para presentar una noticia un periodista tiene siempre que confrontar los datos con diversas fuentes para que la información vertida sea lo más confiable posible. Los principios éticos señalan como supremo valor del periodista su veracidad.

2.1 CONCEPTO

La palabra ética viene de la expresión griega ‘ethos’, que significa costumbre. Este vocablo también significa ‘modo de ser’ o ‘carácter’. La ética es una forma de vida que se acopla a la existencia del hombre. Al traducirlo a su lengua, los latinos usaron la palabra latín ‘mos’, que significa moral.

“La moral se refiere a las normas que regulan las costumbres de todos los hombres, mientras que la ética contiene las normas de grupos determinados (ética para abogados, para médicos, para periodistas, etc.). Sin embargo todos están sujetos a la moral común”.⁸

“Es la ciencia de los valores morales y de su realización por obra de los hombres. Es una ciencia práctica que se refiere a las acciones de la persona, que son controladas por la razón y por la voluntad del hombre.”⁹

*La ética se subdivide, en diferentes ramas:

- Ética normativa o teoría de:
 - Los valores morales (axiología moral)
 - La buena vida o vida feliz (eudemonología)
 - El deber, las normas morales o la conducta (deontología)
- Ética aplicada, que se ocupa de una parcela de la realidad, como:
 - La bioética
 - La ética hacker
 - La deontología profesional o ética de las profesiones
- Metaética valoración de las teorías éticas
- Ética empírica
- Ética utilitarista
- Ética kantiana
- Ética revolucionaria
- Ética cristiana
- Ética epicureísta

⁸ HERRAN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, “Ética para Periodistas”, Página 19, Capítulo 1, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991.

⁹ HERRAN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, “Ética para Periodistas”, Página 17, Capítulo 1, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991.

2.2 HISTORIA

Desde que los hombres viven en comunidad, la regulación moral de la conducta ha sido necesaria para el bienestar colectivo.

Las antiguas civilizaciones, como la egipcia y la sumeria, implementan éticas no sistematizadas, cuyos preceptos son impuestos por los líderes y están mezclados con la religión y estas decisiones afectan a la población.

Asimismo en China, a las máximas de Confucio se las adopta como código moral. “Los filósofos griegos, desde el siglo VI a.C. en adelante, teorizaron mucho sobre la conducta moral, lo que llevó al posterior desarrollo de la ética como una filosofía”¹⁰.

Platón elabora ‘La República’, que es un tratado sobre ética política. El primer tratado sobre ética se lo atribuye a Aristóteles. El tratado se llama ‘Ética de Nicómaco’ y se basa en la premisa de que todo ser humano busca la felicidad.

No existe una ética definida para cada especialización del periodismo (político, deportivo, social, etc.), sino que la ética se aplica por igual a todas las ramas del periodismo.

Se definirá que es la ética. “Es una ciencia práctica, porque se refiere a las acciones de la persona que son controladas por la razón y por la voluntad del hombre, cuando éstas actúan libremente. La ética no especula sobre cuestiones abstractas o teóricas, sino sobre hechos concretos”.¹¹ Esta definición se refiere a la ética que involucra a todos los aspectos de la vida.

En muchas profesiones la ética y la técnica no van de la mano, sin embargo en el periodismo estos dos principios deben estar siempre relacionados. “En el periodismo, lo ético urge a lo técnico, y viceversa. O, visto de otra manera, una

¹⁰ <http://es.encarta.msn.com>

¹¹ HERRAN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, “Ética para Periodistas”, Página 17, Capítulo 1, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991

falla en los principios éticos repercute necesariamente en las calidades técnicas del periodismo”.¹²

Para presentar una noticia un periodista tiene siempre que confrontar los datos con diversas fuentes para que la información vertida sea lo más confiable posible. Debe conservar una actitud independiente frente a los hechos que esta informando. “Los principios éticos señalan como supremo valor del periodista su veracidad, mientras que las normas técnicas le indican los métodos más eficaces y rápidos para llegar a la verdad”.¹³

2.3 ÉTICA PERIODÍSTICA EN AMÉRICA

Dentro de este capítulo se abordará tres asociaciones latinoamericanas de periodismo con sus respectivos códigos de ética donde explican las reglas por las cuales deben actuar todos los miembros de dichas entidades. Las tres agrupaciones son la Federación Latinoamericana de Periodistas, el Colegio de Periodistas de Chile y la Sociedad de Periodistas Profesionales (Society of Professional Journalists).

2.3.1 Federación Latinoamericana de Periodistas

La Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) es una organización no gubernamental asociada a la UNESCO. Fue fundada en 1976 y esta integrada por organizaciones de periodistas de América Latina y el Caribe. Actualmente representa a 80 mil periodistas.

Las organizaciones ecuatorianas, que forman parte de la FELAP son:

- Unión Nacional de Periodistas (UNP).
- Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE).

El Presidente de la UNP, Héctor Espín, es uno de los 8 vicepresidentes de la FELAP.

¹² HERRAN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, “Ética para Periodistas”, Página 30, Capítulo 1, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991

¹³ Ibid, p30

Aparte de las instituciones de periodistas, 50 establecimientos ligados al estudio y práctica de la comunicación, forman parte de esta organización. Desde su fundación, hasta la actualidad, se celebraron ocho Congresos en los que se analizan los puntos de acción. También es el responsable de seminarios, conferencias, cursos de capacitación profesional y diversas gestiones para defender los intereses de los periodistas.

El Código de Ética de la FELAP resalta en unos de sus primeros puntos, que están concientes de la dificultad de aplicar un código, por la tenencia privada de los medios y la conversión de la noticia en mercancía.

Además en el segundo artículo, se pone como un deber la contribución del periodista al fortalecimiento de la paz y la lucha por la igualdad sin distinción de raza, color, opinión, lenguaje, religión o nacionalidad.

Dentro de la labor periodística en si, el comunicador debe tener los principios de veracidad y ecuanimidad. Igualmente la información proporcionada al público, debe ser clara, con el fin de que la gente perciba el mensaje y conozca el origen de los hechos.

En uno de sus artículos, declara que el periodista es responsable de sus informaciones y opiniones, respetará el derecho de réplica y podrá mantener en secreto a sus fuentes.

El Código de Ética de la FELAP, califica como hechos violatorios de la ética a:

- El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual.
- El soborno, el cohecho y la extorsión.
- La omisión de información de interés colectivo.
- La difamación y la injuria.
- El sensacionalismo.

Dentro de estos también figura la participación o complicidad de periodistas en la represión de la prensa. Asimismo señala que los periodistas deben contribuir

a la unidad del gremio al que pertenezcan, en cada uno de los países miembros.

Como un aporte a la naturaleza y a la ecología, el código exhibe como un deber de los periodistas el contribuir con la defensa de la naturaleza y denunciar los hechos que generen contaminación y destrucción del ambiente.

2.3.2 Colegio de Periodistas de Chile

El Colegio de Periodistas de Chile, nace el 11 de julio de 1956. Desde su inicio se propone defender incesantemente la libertad de expresión, gestión que le costó la vida a José Carrasco, dirigente de esta organización. También combate el periodismo ilegal y busca que la profesión sea ejercida únicamente por personas con título universitario avalado por la ley.

En el primer punto, del Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile, señala que los periodistas están al servicio de la verdad, los principios democráticos y los derechos humanos.

“La información que publique será fundamentada, ya sea por la verificación de los datos o con distintas fuentes confiables”. Esto se dice en el artículo dos del código sobre las noticias que brindan los periodistas al público.

Otra medida dentro de este código es que no se pueden usar recursos ilegales, como cámaras o micrófonos ocultos o falsa identidad, para obtener información.

También hay un capítulo sobre ‘El Periodista y el Medio de Comunicación’, donde se da a conocer como debe actuar el periodista dentro de los espacios que le sean asignados. Por ejemplo que los títulos y fotografías deben ir acorde con el texto o que ningún periodista pueda divulgar mensajes comerciales en los espacios periodísticos que conduzca.

Según el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile, son faltas a la ética profesional:

- La participación en violaciones a los derechos humanos.
- La delación de un perseguido, al cual se ha tenido acceso a través del ejercicio profesional.
- La desinformación premeditada.
- La dictación o aplicación de normas de censura por parte de periodistas que ejerzan cargos de jefatura. De ser presionados a hacerlo, el Colegio estará obligado a prestarles todo su apoyo en la defensa de sus derechos y el cumplimiento de este Código.
- El soborno, el cohecho y la extorsión.
- El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual.
- La difamación, la calumnia y la injuria.
- Utilizar imágenes de personas que atenten contra su dignidad humana y las convierta en productos mercantiles.
- Contravenir cualquiera de las normas y recomendaciones contenidas en el presente Código.

2.3.3 Sociedad de Periodistas Profesionales

Código de Ética

El deber de un periodista es buscar la verdad y proporcionar una justa y comprensiva de los asuntos y eventos.

Buscar la verdad y darla a conocer

Los periodistas deben ser honestos, justos y valientes al momento de recolectar, reportar e interpretar la información.

Los periodistas deben:

- Verificar la precisión de la información de todas las fuentes y estar capacitados para no caer en el error. Una variación deliberada de la información no es aceptable.
- Identificar a las fuentes cuando sea viable. El público está en potestad de la mayor cantidad de información de fuentes confiables.

- Siempre cuestionar las intenciones de las fuentes antes de prometer el anonimato de las mismas. Cumplir las promesas
- Nunca se debe plagiar.
- Examinar los valores culturales de la persona analizada, entrevistada etc. y no permitir que esos valores sean impuestos a otras personas.
- Evitar el estereotipo de raza, género, edad, religión, etnia, geografía, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o nivel social.
- Brindar un espacio a las minorías. Fuentes oficiales y no oficiales poseen la misma validez.

Minimizar el daño

Los periodistas éticamente correctos, tratan a las fuentes y colegas como seres humanos que merecen ser respetados.

Los periodistas deben:

- Mostrar compasión por aquellos que se vean afectados por una noticia. Se requiere sensibilidad al momento de involucrarse con niños y materias y fuentes inexpertas.
- Reconocer que las personas comunes tiene un mayor derecho para cuidar su información que los trabajadores públicos y la gente influyente e involucrada con el poder. Solo un evento de grandes proporciones puede justificar la violación de la privacidad.

Actuar independientemente

La única obligación de los reporteros es el derecho a la información del público, otros compromisos no deben interponerse en el camino.

Los periodistas deben:

- Mantenerse al margen de las actividades y asociaciones que puedan comprometer la integridad y la credibilidad.

- Rechazar cualquier tipo de regalo, favor, trabajo, tratamiento preferencial, interés político que pueda interferir con la integridad periodística.
- Estar al tanto de las fuentes que intercambian información por dinero.

Ser responsable

Los periodistas son responsables ante sus lectores, televidentes, radioescuchas y ante sus colegas.

Los periodistas deben:

- Esclarecer y explicar la agenda noticiosa e invitar al público a dialogar y comentar sobre la conducta periodística.
- Admitir los errores y corregirlos rápidamente.

2.4 ÉTICA PERIODÍSTICA EN ECUADOR

Para este análisis se selecciona varias asociaciones periodísticas que representan a un amplio grupo de periodistas ecuatorianos. Primero se eligió instituciones periodísticas generales y más adelante se enfocó en el tema deportivo donde se reseña la historia de las instituciones y se resume cada uno de sus códigos de ética.

Las entidades elegidas fueron la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (Fenape), el Colegio de Periodistas de Pichincha, el Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador y la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha (APDP).

Dentro de este capítulo se dialogó con los presidentes del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador y de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha, Roberto Omar Machado y José Granizo, respectivamente. Ellos nos brindaron su comentario personal sobre la ética periodística y específicamente la ética en la rama deportiva e hicieron hincapié

en la forma que debe actuar un periodista para que su trabajo sea éticamente correcto.

2.4.1 Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (Fenape)

La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Constitución Política de la República y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano.

La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de la comunicación social. El periodista es y debe ser esencialmente objetivo, de manera especial para interpretar los acontecimientos de la vida diaria y darle a la información la categoría, el volumen, la importancia y la interpretación que realmente merece.

El periodista profesional, así como tiene derecho a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas.

Código de Ética

Capítulo 1: El periodista y la comunidad

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

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

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

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

Capítulo 2: El periodista y el Estado

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

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

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

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

Artículo 18: El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos humanos y se manifestará contrario a los regímenes fascistas o que no respeten la dignidad humana.

Capítulo 3: El periodista y la Fenape

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

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

Artículo 22: El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas,

sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro acto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad y dignidad.

Capítulo 4: El periodista y el ejercicio profesional

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

Artículo 25: El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

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

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

Capítulo 5: El periodista y la empresa

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

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

Capítulo 6: El periodista y las relaciones internacionales

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

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

religiosa y racista.

2.4.2 Colegio de Periodistas de Pichincha

Esta institución se crea jurídicamente el 1 de octubre de 1977. Previamente, a mediados de la década de los sesenta surge la necesidad de crear una Ley de Ejercicio Profesional del Periodista. Durante ocho años se discute la elaboración de esta ley entre periodistas y empresarios de los medios. Finalmente en 1975 entra en vigencia esta Ley.

El Ministerio de Educación abre el Registro Único de Calificación y al finalizar los periodistas graduados junto al Colegio de Periodistas logran la aprobación del Estatuto de la Federación Nacional en 1978, que permite la normalización jurídica de la FENAPE (Federación Nacional de Periodistas) y los Colegios Provinciales.

En 1979 se realiza la primera elección de la directiva del Colegio de Periodistas de Pichincha. Néstor Arboleda Terán, fue el vencedor en esa ocasión.

La misión que persigue este gremio es el de defender el ejercicio profesional, que debe ser calificado y ético, a más de la responsabilidad social que debe tener cada periodista.

Los objetivos primordiales son fortalecer el Colegio, a través de acciones colectivas. También el de capacitar constantemente a los socios, en lo referente a los nuevos rumbos del periodismo y el avance constante de la tecnología.

El Colegio de Periodistas se basa en el Código de Ética de la Federación Nacional de Periodistas, expuesto anteriormente.

2.4.3 Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador

Para realizar el código de ética de esta institución se recurrió a varios códigos de instituciones a nivel mundial como el Código de Ética del periodista costarricense, de Francia, de Italia y el Código de la Federación Latinoamericana de Periodistas.

Para Roberto Machado, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador, núcleo Pichincha, la ética significa actuar enmarcado dentro de un código de procedimientos dentro del periodismo. Recalca sobre todo la objetividad y la verdad como aspectos fundamentales.

Señala que el periodista debe informar sólo sobre hechos reales y cerciorarse de que los datos que posee sean verídicos. “La buena intención, no engañar, no mentir, cometer ciertos actos reñidos con la moral y las buenas costumbres; son formas de faltar a la ética”.

“Cuando se ingresa a la Universidad o al colegio, ya se sabe las reglas de juego. Lo que se debe hacer y lo que no. Lo mismo es en el periodismo. No es necesario que el periodista cargue bajo el brazo el código, ya que eso viene desde la cuna y se lo forma a través del hogar y de la escuela y el colegio”, indica Machado.

Sobre el manejo de la ética dentro del gremio, el presidente destaca “hemos sido cuidadosos en ese aspecto. Estamos pendientes de cualquier desliz o situación de nuestros agremiados para proceder a tomar medidas”.

Cuando existe alguna falta, se recurre a un Tribunal de Honor conformado por socios prestantes del gremio y de ser el caso se llama al socio y se conversa con él. Luego se evalúa su situación, sus puntos de vista y luego se resuelve el caso.

Roberto Machado pone como ejemplo una situación: “Hace 2 o 3 años tuvimos un caso de un socio que difundió una noticia sin sustento, luego se transformó

en rumor y finalmente se convirtió en una calumnia que creó un conflicto en el fútbol”.

Posterior a esto se reunió el Tribunal con el socio, le pidieron que sustente la noticia y no pudo. Luego se lo suspendió indefinidamente por esta falta al cumplimiento del código.

La máxima sanción es la expulsión por una falta grave. Un peldaño debajo esta la suspensión indefinida.

Código de Ética

Considerando que se reconoce como ética al conjunto de normas y principios que pretende guiar la acción individual y colectiva de los profesionales, este código no busca otra cosa que reafirmar los principios establecidos en los estatutos de el Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador y en la Constitución Política del Ecuador que consagra el derecho de comunicar pensamientos y actos dentro de un marco de convivencia social.

El trabajo del periodista deportivo día a día adquiere mayor connotación y es por ello que la relación de confianza entre los medios y la gente, en este caso los aficionados a los deportes, debe enmarcarse bajo una serie de preceptos que la regule.

La Declaración de Chapultepec en su artículo noveno expresa que “La credibilidad de la prensa está unida al compromiso de la verdad, a la búsqueda de la exactitud, imparcialidad y objetividad, y a la distinción entre noticia y publicidad. El logro de estas metas y el respeto a los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Estos son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.”

Los principios fundamentales que sirven de base para la labor profesional de los periodistas deportivos ecuatorianos son la objetividad, el equilibrio y la libertad en el desempeño de las funciones; el compromiso con la sociedad; y la

práctica de valores como la integridad, la honradez, la honestidad, la veracidad, la equidad, la tolerancia, la solidaridad, el respeto mutuo y el compromiso con la excelencia.

Artículo 1: En su labor profesional, el periodista deportivo debe ser honesto, justo y valiente al recopilar, divulgar e interpretar la información, siempre conciente de que su primer deber es con la sociedad ecuatoriana.

Artículo 2: Debe impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendido éste como el derecho que tienen los pueblos a informar y ser informados.

Artículo 3: El comunicador deportivo debe considerar la difamación, las acusaciones infundadas, la alteración de documentos, la distorsión de los hechos y la mentira como la peor conducta profesional.

Artículo 4: Comprobar fehacientemente la veracidad de la información con todas las fuentes, ser cuidadoso y confirmar los hechos para prevenir errores inadvertidos e informar con exactitud e imparcialidad, en procura de la verdad de los hechos. La distorsión deliberada de los hechos nunca es permitida.

Artículo 5: El periodista deportivo debe ser enteramente responsable de los escritos, palabras, gráficos y otras formas de expresión que utilice para informar. De la misma manera deberá denunciar y rechazar las presiones de cualquier índole que pretendan menoscabar su libertad de informar.

Artículo 8: El periodista deportivo será responsable por sus informaciones y opiniones, aceptará la existencia de los derechos inviolables de la réplica y respetará el secreto profesional relativo a sus fuentes.

Artículo 9: Quienes desarrollan sus actividades en esta noble actividad deben respetar la vida privada de los deportistas, dirigentes, entrenadores, etc., el honor, la buena reputación y su imagen, así como la intimidad familiar.

Artículo 10: Debe evitar crear estereotipos por raza, género, edad, religión, etnicidad, geografía, orientación sexual, impedimento, apariencia física o estatus social.

Artículo 11: El periodista deportivo está en la obligación de rechazar cualquier ventaja, favor, regalo o compensación a cambio de publicar, modificar o suprimir una información.

Artículo 14: No deberá hacer uso de los medios de comunicación en función de intereses personales, familiares o particulares.

De las faltas y sanciones

Artículo 17: El asociado que no cumpliera con las disposiciones estatutarias y reglamentarias, será sancionado:

- a. Con amonestación por escrito por parte del Directorio Nacional o Provincial, si la falta fuere leve.
- b. Con la suspensión de los derechos de socio que le confiere el presente estatuto y los reglamentos.
- c. Con la expulsión de la entidad.

Artículo 19: Para el efecto de las sanciones se tomará en cuenta la gravedad de la falta y la reincidencia.

Artículo 22: Los socios que fueren sancionados de acuerdo con el artículo 17, literales a y b, por un Círculo afiliado, podrán apelar ante el tribunal de honor de la matriz.

2.4.4 Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha

Infracciones y Sanciones

Artículo 61: Para quienes contravinieren las normas prescritas en los estatutos se establecen las siguientes sanciones:

- a. Amonestación
- b. Suspensión
- c. Expulsión

Artículo 62: Son causas para la amonestación:

- b) Falta de pago de la cuota anual durante el primer mes subsiguiente a la fecha de la terminación del plazo señalado por el directorio.
- c) Incorrección en el trato a los miembros de la Asociación
- d) Intervenciones públicas a nombre de la entidad sin tener la debida autorización del gremio
- e) Faltar a una sesión de asamblea sin previa justificación, a pesar de haber sido convocado.

Artículo 63: Son causas de suspensión

Por el tiempo que determine el directorio al socio que ha sido amonestado y reincida en una de las faltas detalladas en el artículo anterior.

La suspensión ocasionará la pérdida de sus derechos por ese lapso.

Artículo 64: Son causas de expulsión:

- a. Denigrar a la entidad, a sus directivos o a los socios en cualquiera de los medios de información o en reuniones de carácter público.
- b. Manifestar a personas particulares sobre la posición personal de los socios para ponerlos en mal predicamentos ante los demás.
- c. Atentar contra las resoluciones de la Asociación. Su directorio o sus bienes.

José Granizo es el presidente de la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha (APDP). 'Pepe' Granizo considera que la ética es un valor intrínseco que debe tener el periodista para que la información que este brinde sea correcta y verdadera, "es un valor que debe estar en la conciencia y en la moral de cada periodista".

En su trabajo diario, indica que no ha tenido problemas en el aspecto ético pues "mi información es de fuente oficial" y así se deja de lado la especulación y los rumores. Asimismo señala que en Tarqui Deportes no han caído en el 'amarillismo' y esto ayuda a mantener una audiencia fiel.

Cuando se quebranta la privacidad de los deportistas, directivos, entrenadores etc. en ese momento se viola la ética periodística. "Al momento de dar exclusivas, se cae en el error de que no se llega a concretar la noticia" y de esta forma se pierde credibilidad, comenta el presidente de la APDP.

En esta organización, los periodistas miembros deben seguir los reglamentos y estatutos para cumplir a cabalidad con su trabajo y respetar la ética periodística en todo momento.

El gremio efectúa charlas y seminarios con personalidades destacadas del medio, psicólogos y especialistas en el tema ético, donde se hace hincapié en los valores éticos y morales que deben tener los periodistas. "A nuestros miembros siempre se les recuerda que deben estar apegados a una ética" expresa.

La Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha cuenta con un Código de Ética que regula el trabajo periodístico de sus miembros. Asimismo, posee un Tribunal de Honor que se encarga de juzgar y sancionar al momento que un miembro de la organización incumple las normas éticas. "La sanción más grave es la expulsión de la asociación", finaliza José Granizo.

CAPÍTULO III

PRENSA ALTERNATIVA

Se considera prensa alternativa a las publicaciones que no estén ligadas con los medios tradicionales y estén comprometidas con causas sociales. Además de expresar opiniones de la gente, sobre todo de las minorías. Sin duda en la prensa alternativa predominan los contenidos de entretenimiento, cultura y sociales.

En este capítulo se abordará con amplitud todo lo relacionado con la prensa alternativa. Las dificultades que representan mantener un medio de esta naturaleza y las ventajas frente a los medios tradicionales. Una desventaja sería a nivel económico, ya que los recursos con los que se cuenta son escasos. Mientras que una ventaja es que no se está ligado de alguna manera con el poder político, ni económico y así no estar atado a discurso alguno.

Se revisará los ejemplares más relevantes a nivel mundial, como el Village Voice de Estados Unidos, considerado el pionero de la prensa libre de ese país. A nivel local se estudiará al Metrohoy, como uno de los diarios gratuitos más relevantes de la ciudad y a nivel deportivo El Clásico, como un referente para este periódico.

Este estudio se complementa con entrevistas a periodistas como Juan Carlos Calderón de diario Expreso y Héctor Espín, presidente de la Unión Nacional de Periodistas; quienes darán su opinión acerca de este tipo de prensa y su aplicación en el país.

El proyecto se basa en un periódico gratuito, por lo que se abordará este tema ampliamente para conocerlo a fondo. Desde sus inicios hasta la ingerencia de las publicaciones gratuitas en el mundo.

3.1 CONCEPTO

Se denomina así porque tradicionalmente publica contenidos comprometidos con las causas sociales y además brinda un espacio para que las minorías puedan expresarse libremente y comentar sobre los problemas que los aqueja.

Asimismo se identifican como alternativos por su circulación, que en la mayoría de ocasiones no es diaria sino más bien semanal o hasta mensual lo que da espacio a reportajes y notas más elaborados y con un mayor grado de investigación que los de la prensa convencional.

3.2 CARACTERÍSTICAS

- La prensa alternativa debe ser independiente del poder político y económico.
- Debe manejar su propia agenda informativa y no dejarse llevar por lo que impone el poder a otros medios.
- Establecer una estrecha conexión con los lectores.
- La información debe ser obtenida a través de medios distintos a las agencias de noticias.
- Debe dar una visión distinta de la realidad de la que ofrecen los medios tradicionales.
- Los contenidos de la prensa alternativa son más 'frescos' donde predominan los temas de protesta, culturales, y de entretenimiento; y en su mayoría, las notas suelen ser más atrevidas que las de la prensa clásica.
- En Estados Unidos, la prensa alternativa se la vincula mayoritariamente con un público joven que no se identifica con los periódicos tradicionales.

3.3 DATOS GENERALES

En el año 2000 la prensa alternativa en los Estados Unidos logra mover 500 millones de dólares por concepto de publicidad, ventas, mercadeo entre otros rubros.

En este país existe la Association of Alternative Newsweeklies Asociación de Semanarios Alternativos, de la cual son miembros 125 semanarios gratuitos en todo el territorio. La organización se funda en 1978 y su principal misión es ayudar a sus miembros a ganar espacio publicitario y de lectoría dentro del mercado. Su trabajo se centra en estos cinco puntos.

1. Promover a todos sus miembros, un periodismo de calidad con excelencia editorial.
2. Facilitar el acceso a la información para así ayudar a estos medios que aumenten su nivel profesional y de negocios.
3. Apoyar los esfuerzos de mercadeo y publicidad de los periódicos miembros.
4. Aumentar en la gente el conocimiento sobre la industria de periódicos alternativos.
5. Abogar por los intereses de la industria.

A los periódicos alternativos se los identifica en ocasiones por ser gratuitos y distribuirse en los medios de transporte masivo o en lugares distintos a los de la prensa convencional. Su financiamiento es exclusivamente por la publicidad. En USA casi todas las ciudades grandes poseen su 'City Paper', el periódico local.

Asimismo en Europa se puede encontrar medios alternativos con una gran aceptación. En Madrid se encuentra el diario 'Madridym@s' que circula de lunes a viernes en las estaciones de buses. Su tiraje es de 140 mil ejemplares diarios. En Zurich se puede encontrar el periódico gratuito Metro que lleva en el mercado ya siete años. En América Latina un claro exponente de prensa

alternativa es 'El Diario de Bolsillo' que circula gratuitamente en los medios de transporte de Buenos Aires.

3.4 EJEMPLARES DE PRENSA ALTERNATIVA EN EL MUNDO

The Village Voice:

Se funda en 1955 por un grupo de intelectuales neoyorquinos, como una respuesta reformista a la política ultra conservadora del senador Eugene McCarthy. Fue el pionero de una prensa libre y alternativa en Estados Unidos. Este semanario ganó varios premios internacionales por sus investigaciones como el premio Pulitzer.

Mantiene desde sus inicios una política crítica en contra de los gobiernos y organizaciones de ese país. Su tiraje es de 247,417 ejemplares semanales.

Periferia:

Creado en Colombia en el año 2005, Periferia explica su nombre señalando que se encuentra alejada del poder político, económico y mediático. Dan espacio a la gente común, a las minorías, para que alcen su voz a través de este medio. Intenta romper lo que dicen los medios tradicionales y contar historias cotidianas, que no son menos relevantes que la información que trata la prensa tradicional y así fomentar una identidad de las minorías, de la gente 'real'.

Libération:

Este periódico francés se funda en 1973. Desde sus inicios se mantiene independiente y alejado del poder político y económico. Posee una ideología de izquierda y critica abiertamente al capitalismo y se opone al consumismo.

Madridym@s:

Este diario que circula de lunes a viernes por las calles de Madrid, empieza a funcionar en febrero del 2000. Su información no contiene temas políticos ni económicos. Su objetivo es captar a ciudadanos que no sean lectores de prensa y que permanezcan en los medios de transporte público al menos una hora. Su tiraje es de 140,000 ejemplares al día.

- Diario Mar de Ajó (Argentina)
- El Guancho (Islas Canarias)
- The Village Voice (Estados Unidos)
- Terra Viva (Brasil)
- El Autonomista (Ecuador)
- Sucre (Venezuela)
- Aporrea (Venezuela)
- El Nuevo Empresario (Ecuador)
- El Diario de Bolsillo (Argentina)
- Brecha (Uruguay)
- Madridym@s (España)
- Sin Censura (Argentina)
- Periferia (Colombia)
- Cubanet (Cuba)
- Libération (Francia)

3.5 ENTREVISTAS A ESPECIALISTAS

Juan Carlos Calderón

Es editor regional del diario Expreso en Quito. Señala que en el pasado a la prensa alternativa se la caracterizó por recoger las visiones, las noticias y los procesos de los movimientos sociales y grupos de izquierda. Esta prensa se constituyó “como un proceso en el cual se daba otro tipo de coberturas y de respuestas, con otro estilo” enfatiza el periodista. Se convirtió en “la voz de los que no tienen voz” y se trabajó con radios comunitarias pero el concepto de esta prensa no pasó más allá y con el tiempo fue perdiendo presencia.

El problema que surgió con la prensa alternativa es que se convirtió en una prensa ideológica que responde a intereses “de los movimientos, de los partidos y no de la realidad” y por este factor dependió, en muchos casos, del financiamiento externo comenta Calderón.

Asimismo, al observar la realidad desde un punto de vista, no se cumple a cabalidad las reglas del periodismo como el manejo de las coberturas y de las fuentes y la investigación. “Si una información no recaía en la línea editorial del medio, no se la tomaba en cuenta” por lo cual no se pudo consolidar este tipo de periodismo, dice el periodista.

Según su criterio, realizar periodismo independiente es muy complicado en el país por la falta de oportunidades y de espacios que se brinda a estos medios, como la publicidad y las ventas muy reducidas.

“La prensa alternativa como concepto murió” el momento en que apareció el Internet, aunque todo depende de la información que contenga un medio. “Actualmente los medios grandes se dieron cuenta que si no se da voz al público no hay razón para hacer periodismo” expresa Juan Carlos Calderón.

En el pasado los medios eran corresponsales del poder y no corresponsales de los lectores o televidentes como debe ser. Obrar bajo este concepto se

considera una forma alternativa de hacer periodismo enfatiza el hombre de 43 años.

Estar capacitado, informar concientemente y solidarizarse con los ciudadanos y brindarles un espacio para que se expresen es una forma de prensa alternativa que muchos medios ya lo han adoptado. Aunque todavía existen empresas que son voceras del poder, que “manejan agendas ajenas a la gente, ajenas a la realidad” y ahí es cuando se pierde la credibilidad.

En el momento histórico que apareció la revista ‘Nueva’, el mundo estaba polarizado entre capitalistas y comunistas. La mayoría de medios mantenían una tendencia de derecha y Nueva se la catalogaba como de izquierda y manejaba su agenda desde esa perspectiva.

“Fue una de las primeras revistas que empezó a realizar investigaciones y denuncias” y citaba a otras fuentes distintas a las tradicionales. Calderón la cataloga como una revista de periodismo ideológico y no tanto alternativo. Se especializaba en el análisis de los temas coyunturales. El fuerte de ‘Nueva’ fue en la década de los ochenta.

Juan Carlos Calderón señala al semanario ‘Punto de Vista’, a la revista ‘Nueva’ y al ‘Periódico del Medio Día’, todos de la década de 1980, como los únicos exponentes, en el periodismo escrito, de prensa alternativa o ideológica.

‘Punto de Vista’ dura aproximadamente siete años, hasta 1993 y se caracteriza por dar cabida a los movimientos sociales y por tratar temas sociales extensos y con una buena investigación. El ‘Periódico del Medio Día’ fue un diario de izquierda en la misma época que este semanario pero igualmente no perdura por problemas económicos.

Héctor Espín

El presidente de la UNP considera que en el país sí existen medios alternativos y el más claro ejemplo son las radios comunitarias. Estas se ubican en las áreas rurales del país donde existe un alto índice de población indígena como

Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua. El Corape es la organización que representa legalmente a estos medios y engloba aproximadamente a 40 radios comunitarias.

Estos medios se diferencian porque no persiguen réditos económicos y no defienden a intereses políticos y económicos como el resto de medios tradicionales. Asimismo, comentó que no existen canales de televisión alternativos sino únicamente programas que abarcan temas educativos y culturales, expresa Espín.

En los barrios pobres de Guayaquil y de la costa en general, existen periódicos y revistas que tocan los temas de las comunidades y su 'target' se limita a unos pocos barrios.

El principal problema de los medios alternativos es el tema económico, "si no existe una organización detrás de estos con recursos económicos, resulta bastante difícil mantener estos medios" indica.

También cree que la lucha que se da a diario con los medios privados por la información, afecta a estas empresas. Por esta razón cree que los medios alternativos se deben diferenciar principalmente por el tipo de información que manejan, distinto al de las grandes compañías periodísticas.

Los temas que trata este tipo de prensa se centran en la educación, la cultura, la salud, consejos para los agricultores o los microempresarios entre otros. Otro inconveniente que destaca el presidente de la UNP es que para poder realizar este tipo de programas especializados se necesita contar con gente que sepa del tema y que maneje los géneros periodísticos y muchas veces estos medios no cuentan con profesionales en comunicación y así los productos no son de la mejor calidad.

La impresión y la distribución de los periódicos o revistas demanda recursos físicos y económicos y muchas veces los medios chicos no cuentan con estas facilidades y por esta razón desaparecen, enfatizó Espín.

El periodista aclara también que los medios alternativos se distinguen al momento que focalizan su información a un sector específico, como un barrio o una parroquia y tratar las problemáticas de ese sector, dejando por fuera los temas de interés general.

Un ejemplo claro de prensa alternativa es el semanario El Autonomista que se lo edita en Portoviejo y circula únicamente en Manabí. Donde se informa sobre temas provinciales y locales. “Salen notas sobre el zapatero, sobre la ferretería del vecino y no se da mucha cabida a empresas grandes y es un trabajo digno de destacar” comenta Héctor Espín.

Tintají fue un periódico alternativo que se mantuvo por más de tres años, no obstante, el tema económico y la falta de publicidad, lo obligó a suspender su circulación de alrededor 2000 ejemplares. Espín aseveró que si existieron varias publicaciones de tipo alternativo pero “lamentablemente por los problemas económicos no se pudieron mantener vigentes por mucho tiempo”, señala.

Con respecto a la revista mensual Nueva, Espín comenta que el contenido de la misma se enfocaba en temas petroleros y sociales, y tuvo su máximo auge a mediados de la década de 1980 y su característica principal era la crítica hacia los problemas del país y del mundo.

3.6 PRENSA GRATUITA

3.6.1 Concepto

Se basa en la distribución de periódicos o publicaciones sin costo para sus lectores o usuarios. El financiamiento de estos medios proviene 100% de la publicidad. Su distribución se efectúa en puntos de alta circulación de personas como estaciones o medios de transporte público (ferrocarriles, metros, etc.) o zonas de alto tránsito peatonal.

3.6.2 Historia

Los inicios de la prensa gratuita se remontan a mediados del siglo XIX, en Nueva York, a través de la llamada “penny press”: “se trataba de periódicos dirigidos principalmente a la clase obrera neoyorquina. Tenían un precio de un centavo de dólar o, lo que es lo mismo, un ‘penny’”¹⁴.

Estos periódicos tenían un alto contenido sensacionalista. Abarcaban principalmente temas como el crimen o crónica roja, los deportes y las noticias locales.

En 1995 fue el año en que se comienza a explotar la idea de prensa gratuita. Suecia lanza en ese año el periódico “Metro”, que un par de años después ya tiene presencia en varios países europeos. La empresa noruega Schibsted empieza a distribuir en 1999 desde Zürich el periódico ‘20 minutos’.

En ese mismo año en España nace la revista musical ‘Batonga!’ con una periodicidad mensual y un tiraje de 30 mil ejemplares. Actualmente tras 7 años de actividad cerró sus puertas por falta de capital.

El diario ‘La Razón’ se distribuye gratuitamente en la ciudad de Buenos Aires desde 1999. Este periódico se funda en 1905 y pertenece al grupo El Clarín.

A Venezuela la prensa gratuita llega en el 2004 con la aparición del semanario ‘En Caracas’, con una emisión de 50 mil ejemplares. Sale de circulación el 16 de diciembre del 2005. En junio del 2005 se crea el diario ‘Primera Hora’ perteneciente a la Editora ‘El Nacional’. Ambos periódicos circulan exclusivamente en la ciudad de Caracas.

En Ecuador el primer periódico gratuito es ‘Metro Hoy’, que circula de lunes a viernes y pertenece al diario ‘Hoy’. En Quito se distribuye en la estación y en las paradas del sistema trolebús. Este diario también se reparte en la Metrovía de Guayaquil. En cada ciudad se prioriza la información local.

¹⁴ KOTZRINCKER, Josef, “El enigmático modelo de la prensa gratuita”, www.baquia.com

3.6.3 Características

“Los lectores de prensa gratuita son principalmente mujeres de 14 a 34 años de clase social media y baja. Son un target distinto al tradicional de prensa, más joven y menos culto”¹⁵.

En general los periódicos gratuitos no profundizan en los temas tratados, por lo que sus noticias pierden valor periodístico.

Se financian 100% de la publicidad, mientras que los medios tradicionales adquieren sus réditos económicos gracias a dos rubros: la publicidad (75%) y la venta y suscripciones (25%).

En América la prensa gratuita se distribuye por ciudades y se caracteriza por abarcar temas de interés local.

Su repartición se realiza en lugares de gran afluencia de gente como estaciones de bus, metro etc.

3.6.4 Datos generales

Los periódicos gratuitos semanales comunitarios se caracterizan por los contenidos hiperlocales, de problemas vecinales y deporte escolar. Asimismo los semanarios gratuitos alternativos son periódicos urbanos, irónicos, con una gran carga de opinión y con identidades y enfoques heterogéneos, están captando nuevos lectores que no leía la prensa tradicional.

Un caso de este tipo de periódicos es el ‘Street Miami’ que es un semanario gratuito alternativo de los mismos dueños de The Miami Herald que intentan, al igual que con El Nuevo Herald, captar lectores de habla hispana.

¹⁵ “La prensa gratuita es el ‘Big Mac’ de la industria de Gutenberg”, www.noticiasdot.com

3.6.5 La prensa gratuita en Argentina

En Argentina, el año 2000 fue el ascenso de la prensa gratuita, una modalidad que no es nueva, pero que se convierte en una presencia visible en el mercado. La prensa gratuita logra que mucha gente vuelva a leer el diario, en un país donde casi el 70 por ciento de la población no compra el periódico.

En ese mismo año se propicia una lucha entre los diarios del interior del país por ofrecer sus ediciones a precios más bajos. Este fenómeno es una consecuencia del problema económico y social que afecta a la Argentina desde la crisis del 2001. Además, el crecimiento del Internet y de las ediciones en línea de los diarios acrecienta el problema de la prensa escrita pagada que en los últimos 10 años disminuyó su circulación en un 15 por ciento.

3.6.6 Ejemplares de Prensa Gratuita en el Mundo

Albacete a mano (España): fundado en marzo de 1995. Circulación mensual. 42 mil ejemplares.

Cinerama (España): Distribución mensual, especializada en cine. Más de 300 mil ejemplares al año.

Crónica Local (España): Circulación semanal.

Punto Deportivo (España): De distribución gratuita. Circulación quincenal.

Raíz Ecuatoriana (España): Distribución mensual. Trata temas de emigración.

Clara Mente (Argentina): Diez años de vida, circula mensualmente.

El Nuevo Siglo (México): Primer diario gratuito del país, circulación diaria y un tiraje de 100 mil ejemplares.

El M (México): Tiraje de 100 mil ejemplares, los cuales se ofrecen de manera gratuita a los pasajeros del Transporte Colectivo Metro. Este periódico pertenece a El Universal.

El Tren (México): Circula de lunes a viernes con distribución en las estaciones del Tren Ligero de Guadalajara y en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Tiene un tiraje de 150 mil ejemplares.

Express (Estados Unidos): Es parte del Washington Post. Fue fundado en el 2003. Distribuye 190 mil copias diariamente. Se distribuye en el metro y en esquinas transitadas de la ciudad.

Bronx Penny Pincher (Estados Unidos): El semanario se fundó en 1978 y circula en cinco puntos de la ciudad de Nueva York con una circulación de 78400.

The Flyer Publishing Corporation (Estados Unidos): Es un semanario que circula en Miami y cuenta con un tiraje de más de dos millones de ejemplares.

Indianápolis Prime Times (Estados Unidos): Es un periódico mensual que se fundó en 1986, Cuenta con un tiraje de 25000 ejemplares.

3.6.7 Metrohoy

Metrohoy es un periódico gratuito, que lleva cinco años de circulación en el mercado. Se crea con el fin de informar, mediante notas cortas, al público que viaja en el trolebús. A continuación una entrevista a Fernando Paz y Miño, gerente del medio de comunicación.

Metrohoy, que cumple cinco años en julio del 2007 se crea “con inspiración en lo que sucedió en 1995 en Suecia con el periódico Metro” que circulaba en el metro de Estocolmo y fue el primer periódico de circulación gratuita de la historia. Este fenómeno se riega rápidamente por toda Europa y América Latina y Ecuador no se quedaron fuera de esta nueva tendencia periodística.

Una de las razones fundamentales por la cual se decidió establecer Metrohoy es que en los últimos años el ritmo de vida se ha acelerado vertiginosamente “y la gente ya no tiene tiempo de leer periódicos grandes con mucho texto” comenta el periodista. Asimismo la incursión de otros medios como la televisión y el Internet, que poseen información más ágil e instantánea incide a que el grado de lectoría disminuya.

Gracias a esta necesidad de la ciudadanía se decide instaurar este periódico que ofrece información más condensada y más fácil de retener para las personas sin dejar de lado las noticias más importantes para que los lectores se mantengan informados del acontecer nacional e internacional.

Las 16 páginas que normalmente posee este diario, están dedicadas básicamente a temas comunitarios y sociales. A través de Metrohoy se señalan los problemas de Quito y se presentan las posibles soluciones a los mismos. Por medio de información positiva se “busca al personaje que hace la noticia y no a la noticia que hace al personaje, es un diario con mucho sentido humano,” señala Paz y Miño.

El periódico formato tabloide, empieza a circular hace cinco años y en ese entonces se imprimían 100 mil ejemplares diarios de lunes a viernes. Sin embargo, al ver que a medio día el periódico perdía protagonismo y ya no se lo leía más, se decide reducir el tiraje entre 75 mil y 80 mil ejemplares que es la cifra actual. Los lunes y viernes aumenta la circulación.

Metrohoy, miembro de diario Hoy, circula en todas las paradas del Trolebús donde los usuarios “por 25 centavos reciben transporte y periódico”. Debido a la gran demanda que posee en este sistema de transporte se pretende expandir la circulación a los otros dos corredores viales de la capital acota Fernando Paz y Miño.

El grado de posicionamiento en los usuarios fue bueno y esto se debe en parte a que “somos un diario actual, del Quito moderno, dedicado a la juventud” indica. Mucha gente que llama o que escribe al periódico se refiere a Metrohoy

como “mi diario” lo que llena de orgullo a los periodistas de ese medio y “nos obliga a ser mejores todos los días” enfatiza el hombre de 59 años.

“Fue un trabajo bien estructurado desde un inicio” lo que les permitió un rápido posicionamiento en los lectores y en los anunciantes. Fernando Paz y Miño considera que el hecho de ser gratuito ha beneficiado enormemente a la ciudadanía, a los usuarios del ‘Trole’ específicamente.

Como parte de la ampliación de mercado, la empresa decide montar, desde julio del 2006, un periódico similar en la ciudad de Guayaquil que se lo distribuye en la Metrovía.

La aceptación de ‘Metroquil’ fue buena, sin embargo hubo algunos inconvenientes relacionados con el uso propio de este corredor vial. “Era un medio de transporte nuevo y la gente no estuvo muy acostumbrada al uso de del mismo, que exige bastante disciplina” expresa el Gerente de Metrohoy. El tiraje en el Puerto Principal es de 50 mil ejemplares diarios.

“Tenemos ideas de crecimiento en otras ciudades, no sólo en Ecuador,” en Nueva York, un par de años atrás, ya se publicó el diario para la comunidad ecuatoriana que reside en esa ciudad y se tiene pensado ampliar el mercado a España finaliza Fernando Paz y Miño.

3.6.8 El Comercio de España

El Comercio de España es un semanario gratuito del Grupo El Comercio de Ecuador que circula todos los viernes en las estaciones del metro de Madrid. Su tiraje semanal es de 40 mil ejemplares. Los temas que se destacan en este periódico son acontecimientos que afectan directamente a los inmigrantes ecuatorianos que viven en el país ibérico. Por ejemplo reformas migratorias o ecuatorianos que destacan por su trabajo en España.

Asimismo, se puede observar noticias que interesan al público ecuatoriano residente en las principales ciudades españolas como la participación de la

selección ecuatoriana de fútbol en torneos internacionales o importantes decisiones gubernamentales.

3.6.9 El Clásico

Jerónimo Varea Guayasamín es el Gerente del grupo editorial que abarca algunas publicaciones como El Clásico, El Bocón y El Almanaque del Fútbol.

Jerónimo junto a su hermano Martín empiezan con el proyecto del periódico El Clásico desde hace cinco años y este medio se lo lanza al mercado hace cuatro. “La necesidad de tener algo propio y de buscar un espacio que estaba vacío” fue la principal razón por la cual montaron este proyecto indica Varea.

Poco a poco el proyecto fue tomando forma y se lo lanza mensualmente hasta que en la actualidad es un semanario dedicado al deporte; “queremos, en algún momento, llegar a hacer un diario deportivo” expresa el hombre de 32 años.

En Ecuador no existía un periódico deportivo y con la experiencia de otros países como Argentina, Colombia o Perú que cuentan con medios deportivos, se decidió probar suerte en el país.

El Clásico es un periódico gratuito y se establece como tal porque “en estos tiempos modernos, pagar por la información es absurdo.” Con el crecimiento del Internet y el rápido posicionamiento de la televisión ya no resulta un buen negocio.

El costo del semanario es de 10 centavos sin embargo la empresa no recibe “ni un centavo” de las ventas. Una parte de los ejemplares se lo distribuye gratuitamente en los estadios y el otro porcentaje se lo oferta a través de los vendedores ambulantes que ofrecen sus productos en los medios de transporte. El dinero de las ventas lo reciben estos pequeños comerciantes y no la empresa, que con esta medida, colabora directamente con este grupo de gente. La distribución de El Clásico se la efectúa en los estadios y en las líneas de buses tradicionales. En estos cuatro años de existencia “ha habido un

crecimiento lento pero seguro” del periódico que ha ganado adeptos en la capital sin embargo todavía no es conocido por toda la población.

El nombre de ‘El Clásico’ fue una idea conjunta de los hermanos Varea. “Los clásicos se presentan en todos los deportes, no sólo en el fútbol” aunque la gente lo vincule casi exclusivamente al balompié. Para Jerónimo Varea un clásico es “la máxima confrontación que existe en el deporte”; y el periódico intenta, semana tras semana demostrar esa emoción que rodea a un clásico, sin importar el deporte.

El ‘target’ al que va dirigido el periódico es bastante específico “nos lee principalmente la gente que le gusta el deporte y sobretodo a los hombres”, señala el periodista.

En sus inicios el periódico mantenía un tiraje de 15 mil ejemplares semanales, en la actualidad se editan alrededor de 12 mil, “todo depende del flujo de publicidad”, enfatiza.

El Clásico abarca todos los deportes de interés para los aficionados, como fútbol, tenis, deportes extremos, atletismo entre otros. Toda la información difundida tiene la característica de ser positiva “el deporte tiene esa connotación porque siempre hubo algún equipo o persona que ganó,” y eso es lo interesante del deporte que siempre se lo vincula con temas positivos aparte de la polémica y temas políticos,” puntualiza Varea.

La situación política del país afecta directamente al periódico en el tema económico. Por esta razón el principal objetivo para el 2007 es buscar la mayor cantidad de auspiciantes y continuar consolidándose en el mercado.

En abril salió a la venta El Almanaque de Fútbol que es un libro guía sobre la Copa Pilsener donde se encuentra la información más completa del campeonato ecuatoriano de fútbol. Asimismo, en junio de este año se promocionó El Almanaque de la Copa América con todos los datos estadísticos de las 10 selecciones participantes.

El análisis de la información es la característica principal de El Clásico que brinda información complementaria sobre los equipos y “tratamos de orientar a nuestros lectores sobre lo que va a pasar,” expone.

El semanario tamaño tabloide posee 16 páginas a todo color, y dentro de su equipo de trabajo se encuentran periodistas, fotógrafos y diseñadores, además de las noticias que proporcionan las agencias de noticias como EFE y AP.

3.6.10 Comparación entre Presa Gratuita y Pagada

Se realiza la comparación entre los medios, La Hora y Metrohoy, ya que se considera que son similares a nuestro medio, ya que el uno es gratuito y ambos tienen el mismo formato tabloide, que se quiere establecer en el proyecto. Estos periódicos dan énfasis a temas locales.

Comparación entre el diario La Hora y el Metrohoy

	La Hora	Metrohoy
Páginas	36	16
Ciudad	4	4 1/2
Política	4	1
Judicial	1	0
País	1	0
Economía	1	0
Internacional	2	1
Deportes	4	2
Cultura	5	2

Sociedad	4	0
Reportaje	0	1

Portada

En las portadas de ambos diarios siempre predominan las noticias políticas y deportivas. En Metrohoy, al ser un periódico más local, se destaca también noticias de la ciudad. En los dos también se expone por lo menos una foto noticia en la portada.

Contenido

En La Hora se desarrolla ampliamente los temas principales de cada página. Siempre van acompañados por un título grande y una foto que llama la atención. Además se grafican las noticias con infografías y con frases relevantes de varios personajes que hacen noticia.

En el Metrohoy, por el espacio reducido en sus páginas, distribuyen varias noticias en una sola página, lo que limita la cantidad de información. Da más importancia al título de cada nota y en los cuadros informativos. No desarrollan a profundidad los temas, debido también al espacio y dan relevancia a la parte gráfica. En ambos diarios la mitad de las páginas son a color.

Encuesta

Fueron encuestadas 15 personas en la estación norte del Trole, sobre estos dos diarios. El periódico se reparte desde las seis de la mañana y se termina alrededor de las 8 y media de la mañana.

¿Recibe usted el Metrohoy?

A esta pregunta todos los encuestados respondieron afirmativo. Pero manifestaron que depende de la hora que lleguen a la estación, obtienen este medio.

¿Qué le parece la información que posee el Metrohoy?

Doce personas se encuentran satisfechas con el contenido que brinda el diario y se sienten bien informadas. El resto señaló que no existe un buen desarrollo de las noticias y prefiere comprar otro diario, a pesar de recibir gratuitamente el Metrohoy.

¿Si recibe gratis el Metrohoy, compra La Hora?

Cinco personas si adquieren La Hora, a pesar de obtener sin costo alguno el Metro Hoy. Encuentran que al informarse por medio de varios periódicos, tienen una visión más completa de la realidad. Asimismo, adquieren La Hora porque posee mejor información y es más completo que Metrohoy. Sin embargo, otro encuestado señaló que La Hora tiene más información, pero es de menor calidad y el Metrohoy es más resumida la información, pero con un buen contenido.

Una voceadora que trabaja en la estación del trole, dijo que la distribución gratuita de Metrohoy afecta sus ventas, durante el tiempo que este se reparte.

A partir de las 8 y media, cuando finaliza la repartición de este diario sin costo, sus ventas aumentan. Durante el día vende 20 diarios La Hora, que es la cantidad total que recibe. El que más vende es el Extra, con 40 ejemplares diariamente.

Otro vendedor que trabaja en las afueras de la Fiscalía, vende alrededor de 10 ejemplares del diario La Hora. Indicó que no hay un día que se venda más y depende de la información que se genere, para que aumenten las ventas. El periódico que más vende es El Comercio, razón por la cuál la venta de otros periódicos disminuye.

CAPÍTULO IV

FÚTBOL BARRIAL

En este capítulo se dará una visión global de lo que es el fútbol barrial en la ciudad de Quito, donde se desarrollará nuestro periódico. Abordaremos la historia desde los inicios del fútbol en sí, a nivel nacional, para posteriormente llegar al fútbol a nivel local y su organización.

Carlos Castañeda es considerado como el padre de la organización del fútbol barrial en la capital. En 1948 ya formó la primera liga de fútbol barrial, La Tola y en 1957 ya se creó la Federación de Ligas Deportivas Barriales y Parroquiales del cantón Quito.

Asimismo, se revisará todos los torneos que la federación realiza anualmente y las todas las ligas barriales, que están distribuidas por 4 zonas: norte, centro, sur y valles. Suman en total 79 ligas barriales en la capital. La principal competencia es el “Campeonato de campeones”, que disputan los dos primeros equipos de todas las ligas.

A través de un análisis observaremos la cobertura que los medios tradicionales le brindan al deporte barrial, sobre todo al fútbol. El Comercio y Últimas Noticias, como diarios. La revista Clic Deportivo y Estadio, de las cuáles sus editores opinarán sobre la importancia que los medios le dan al fútbol barrial.

4.1 HISTORIA DEL DEPORTE BARRIAL EN QUITO

El pionero del fútbol en el Ecuador es Juan Alfredo Wright, junto con su hermano Roberto. Viajó a Lima con su hermano, para continuar sus estudios e integraron el Club Unión Cricket. A su regreso a Ecuador, en 1899, trajeron consigo la primera pelota de fútbol al país.

Pioneros en Sudamérica

Argentina: el inglés Thomas Hogg, quien organizó el primer partido de fútbol y el escocés Alexander Watson Hutton, considerado el padre del balompié argentino.

Brasil: el brasileño de origen inglés, Charles Millar.

Paraguay: William Paats (holandés).

Uruguay: William Leslie Poole (inglés)

Chile: Robert Reid (inglés)

Bolivia: Luis Farfán de Oruro

El 23 de abril de 1899 se funda el primer club ecuatoriano de fútbol, llamado Guayaquil Sport Club. El 28 de enero de 1900, los diarios el Telégrafo y el Grito del Pueblo, anuncian que se llevaran a cabo varias partidas de fútbol, donde jugaran los primeros futbolistas ecuatorianos. Dos equipos formados entre los socios del club, empiezan a maniobrar el balón y tratan de introducirlo en los arcos.

Luego nació en la ciudad de Guayaquil el Club Sport Ecuador, que se fundó el 22 de julio de 1902.

En 1907 un comerciante francés, Ragel, trajo de Europa una pelota 'T' inglesa. Se la regalo a un grupo de chicos del Mejía y la utilizaron en un juego denominado 'las arriadas'. Este se desarrollaba en El Ejido y se dividían en dos grupos. Previamente estuvieron en el barrio de San Marcos, sin embargo por el gran escándalo que el juego producía, los vecinos los sacaron del lugar por lo que encontraron en El Ejido el lugar perfecto.

Cada equipo cuidaba su línea, sur y norte. La línea sur era lo que hoy es la calle Tarqui y la línea norte lo que hoy es la avenida Patria. Consistía en llevar

la pelota con los pies hacia el lado contrario y ganaba el equipo que más veces tocaba la línea del oponente. La cancha tenía casi un kilómetro de largo.

El mismo año, el Mayor Julio Uribe, trajo a Quito el primer reglamento de fútbol. Gracias a este documento los muchachos aprendieron las reglas del balompié, como se lo practicaba en ese tiempo en Inglaterra. Este grupo de bachilleres del colegio Mejía se reunieron y en una Asamblea solemne decidieron formar el Sport Club Quito, el 11 de noviembre de 1908, cuyo primer presidente fue el Mayor Julio Uribe.

Como no existía un rival al cuál enfrentar en el partido inaugural, decidieron formar dos equipos del mismo club. El Sport Club Quito dominó este deporte durante mucho tiempo. En 1910, por solicitud del comandante Olmedo Alfaro, se enfrentaron a los cadetes de la Escuela Militar.

En ese año se formaron el Libertad y el Olmedo. Jugaron contra el Sport Club Quito, pero sin lograr un triunfo. El Club Patria, de Guayaquil, fue el primero que venció al Sport Club Quito, por 4 a 2, en la capital. En 1911 fueron a Guayaquil, por la revancha, sin embargo el marcador fue de 0 a 0.

Entre los miembros de equipo capitalino se destacaron: Alejandro Mancheno, Eloy Fabara, Jorge Almeida, Alberto Campuzano, entre otros. Este equipo se entrenaba en el parque de El Ejido. El primer club capitalino fue un factor importante para que este deporte aumente su popularidad entre los jóvenes quiteños.

En 1916 Quito se anota su primer triunfo. Ha mejorado notablemente y el club que mejor lo representa es el Deportivo Quito. En 1916 vence al seleccionado del Guayas por 4 a 2 en un emotivo encuentro.

En la siguiente década se crea el equipo Gladiador. Luego la Liga, club Ecuador, Sacramento, Gimnástico y en la década de los 50, Aucas. Con la creación de los primeros equipos se empezaron a jugar torneos relámpago y a

medida que estos se realizaban, se establecían las reglas, para así construir una organización que represente al pueblo.

Gladiador es uno de los más destacados. Los colores de este equipo son rojo y blanco y sus principales figuras son Aurelio Fabara, Carlos Flores, Carlos Maya, Luis Endara, Bolívar Terán, César León, Juan Patiño, Alfredo Barreiro y Manuel Lalama. Su primer presidente fue Jorge Bolívar Flor.

El impulsor del deporte barrial en Quito, fue Carlos Castañeda. En 1948 empezó a realizar torneos en La Tola con los chicos del barrio. Cuatro años más tarde se funda la liga deportiva La Tola, con lo que se constituye la primera liga barrial de la ciudad.

El 3 de noviembre de 1951 en el diario El Sol, Castañeda convoca a los clubes existentes en la parroquia San Blas, para así conformar la primera liga jurídica, llamada La Tola.

El 18 de marzo de 1957, se funda la Federación de Ligas Deportivas Barriales y Parroquiales del cantón Quito. Las ligas que formaron parte al inicio de la federación fueron: Central Obrera de Chimbacalle, Chaupicruz, La Tola, San Juan, Unión Santa Prisca y La Magdalena.

En mayo de ese mismo año, se disputa el primer campeonato de campeones y vicecampeones. Participan 12 equipos y Colón de La Tola es el primer campeón del torneo, tras vencer por 2 a 1 al Alianza Jr. Atlanta, Paraguay (Chimbacalle); Alianza Jr. Roosvell (Chaupicruz), Colón, Atlético Municipal (La Tola), Nacional, Bogota (San Juan), Vasco da Gama, Frontera (La Magdalena), Furagro y Magallanes (Santa Prisca), fueron los participantes.

La Asociación de Ligas Barriales nace el 24 de mayo de 1969. Más adelante, en 1981 se crea la Federación de Ligas Rurales. El 20 de junio de 1984 se funda la Unión de Ligas Independientes de Quito.

En 1922 se empiezan a jugar los primeros campeonatos amateurs provinciales. El primer campeón de Pichincha fue Gladiador y de Guayas Racing. Desde

1940 se empiezan a disputar los campeonatos nacionales amateurs, que enfrentaban a las selecciones provinciales. El primer campeonato se jugó en Guayaquil y Guayas fue el campeón. El segundo, en 1942, se realizó en Quito y el ganador fue Pichincha.

A partir de 1951, en Guayas y de 1954, en Pichincha, se empiezan a disputar los primeros torneos profesionales provinciales. El primer campeón de Guayas fue Río Guayas y de Pichincha Liga de Quito. Estos torneos se jugaron hasta 1967.

Desde 1957 se juega el campeonato nacional de fútbol, cuyo primer campeón fue el Club Sport Emelec.

Entre los principales exponentes barriales que llegaron al profesionalismo se encuentran Luis Antonio Valencia que jugó en El Nacional, Carlos Tenorio en LDU. Asimismo, Bolívar Ruiz que defendió las camisetas de Liga de Quito y Deportivo Quito es otro ejemplo. Carlos Ron quién jugó en Aucas y El Nacional junto con Jorge 'Cacho' Alvear (El Nacional y Técnico Universitario) son dos jugadores que brillaron en el fútbol barrial y lograron destacarse en el profesionalismo.

4.2 PRENSA DEPORTIVA Y FÚTBOL BARRIAL

Los medios grandes que circulan en la capital, brindan un espacio limitado a la cobertura del deporte barrial. El Comercio y Últimas Noticias, dan una página semanal a la cobertura del fútbol barrial. Revistas deportivas como Estadio y el Click Deportivo, intentan también incluir noticias referentes al fútbol barrial, en cada una de sus ediciones.

4.2.1 Últimas Noticias

Últimas Noticias destina un día a la semana para cubrir las incidencias del deporte barrial. El editor de deportes del diario, Freddy Álava, manifestó que el espacio que se le brinda al deporte barrial es escaso. A continuación se expondrá una entrevista con el mencionado editor.

1) ¿Cuánto espacio le brindan al deporte barrial en Últimas Noticias?

Últimas Noticias tiene el objetivo de, todos los días martes, dedicarle una página al deporte barrial, a la cual la hemos denominado 'Zona Amateur'. En este espacio tratamos de cubrir dos eventos importantes de las barriales, más una columna con cortos de estas ligas y por último publicamos la tabla de posiciones de al menos cuatro ligas barriales de la capital.

2) ¿Que temas tratan en este espacio?

Con este espacio tratamos de abarcar la mayor cantidad de ligas y no solo se topa el tema deportivo, sino además, tratamos de que en las ligas nos cuenten que problemas tienen. Casi siempre son problemas de infraestructura (baños, camerinos, canchas...).

No solo es la simple cobertura deportiva, sino que tratamos de ser un puente entre las ligas y las autoridades, para que estas conozcan los problemas de las ligas barriales. También contamos historias de ex jugadores profesionales que se formaron en las ligas.

3) ¿Que criterios toman para seleccionar un tema barrial?

Tratamos de cada semana seleccionar una liga de un sector de Quito. Cubrimos una liga del valle, una del norte, del sur, del centro y damos la vuelta para así tratar de llegar a todos.

4) ¿Cree que es suficiente el espacio que se le brinda al deporte barrial?

No, el espacio es insuficiente. Tenemos un proyecto para hacer un cuadernillo de cuatro páginas dedicadas exclusivamente al deporte barrial; pues la demanda es bastante alta.

5) ¿Esta página de deporte barrial dentro del periódico tiene acogida?

Es una página muy leída. El problema es que se necesita contar con auspicios. Porque si nosotros tuviéramos auspiciantes podríamos publicar diez páginas

semanales porque si contamos con el material y la aceptación, pero cada página depende de la publicidad, entonces tenemos que regirnos a esta situación.

6) ¿Cree que se da el suficiente espacio al fútbol barrial dentro de los medios?

No. Creo que debe haber, como en otros países, una o dos publicaciones dedicadas exclusivamente al fútbol barrial.

7) ¿Qué se pretende lograr con el espacio que publica Últimas Noticias sobre el deporte barrial?

Hacer cobertura del acontecer barrial y contar lo que pasa en las ligas nos da la posibilidad de prestar un servicio y de estar cerca de la comunidad.

4.2.2 El Comercio

Este diario da media página semanal a la cobertura del deporte barrial, sobretodo al fútbol. Cada semana los temas varían. Escogen las ligas más tradicionales y dan campo a las que van surgiendo. Para explicar a fondo este tema, se entrevistó a Jacinto Bonilla, editor de deportes de este medio.

1) ¿Como se manejan los temas en la sección deportiva?

Tenemos una línea periodística que se sigue de acuerdo a un estudio que se hizo hace ocho meses en donde se consultó al lector que temas quería que se tope. El fútbol nacional llegó con una aceptación del 92%. Le siguieron el fútbol internacional y el fútbol barrial.

A raíz de esto decidimos abrir una ventana al deporte barrial en general.

2) ¿Qué espacio le brindan al deporte barrial en las páginas deportivas?

Los días viernes el deporte barrial tiene una media página que narra las historias de las ligas más antiguas; la conformación de las entidades barriales,

personajes del deporte barrial y certámenes a nivel local y nacional. Además de la creación de nuevas estructuras barriales.

Aparte, vamos a crear una columna cada dos días dedicada al deporte barrial porque realmente el material se nos desborda. Semanalmente dedicarle un espacio resulta muy escaso. Sin embargo por la publicidad, dedicarle una página entera es imposible.

3) ¿Que criterios toman para seleccionar un tema barrial?

Primero se discuten los temas que podían entrar en ese espacio. Vamos conservando la secuencia de las ligas barriales tradicionales un viernes; el próximo viernes se habla sobre una entidad joven y el siguiente es un personaje.

Pero si por coyuntura hay en una semana juegos nacionales, se cubre ese hecho y a la siguiente se continúa con la secuencia.

Para resumir se cubre: ligas nuevas, ligas antiguas, personajes barriales y competencias barriales. Estos son los cuatro parámetros en los cuales nos movemos para seleccionar la información.

4) ¿Hay alguna persona específica que se dedique a escribir estos temas o se va rotando?

Generalmente se nombra una persona. Se trabaja así porque encargando a una sola persona, maneja bien el tema, se empapa del tema, conoce a la dirigencia y está más atenta del desarrollo de las noticias barriales. Tenemos parámetros para la cobertura. Para no perjudicar la susceptibilidad del lector, tenemos una lista de acuerdo a los años de fundación de las ligas más antiguas; y de las más nuevas, asimismo, tenemos una escala para no tener subjetividades a la hora de elegir un tema.

5) ¿Cree que le falta espacio al fútbol barrial en El Comercio?

Si. Tiene una buena lectoría el fútbol barrial. Aunque la gente crea que no leen en los barrios; nosotros hemos tenido buenas experiencias. Se aumenta el tiraje en el sector del cual se publica la noticia; porque son noticias de la comunidad, y a todos les gusta que se hable de su barrio, de su cancha... Por eso creo que una meta que tenemos es la implementación, más adelante, de un suplemento barrial porque la audiencia, la lectoría y el interés de la comunidad se prestan para crear una publicación barrial.

6) ¿Según su criterio, cree que los medios de comunicación difunden correctamente y le brindan el espacio que se merece al deporte barrial?

No, no creo. Porque a parte de El Universo que tiene el campeonato barrial de fútbol en todas las categorías; el deporte barrial no tiene apertura en los medios audiovisuales y escritos (periódicos y revistas). Uno de los problemas se da por el espacio físico; en Quito hay 80 ligas barriales, es imposible sacar la programación de las 80 ligas y publicar los resultados de todas. Por eso segmentamos la información y tratamos de sacar estos espacios semanales.

En las radios tienen bastante espacio los barrios. Hay programas deportivos que se especializan solamente en deporte barrial, en 8 emisoras en Quito.

7) ¿Porque cree que sucede este hecho?

Por un prejuicio, la gente cree que el deporte barrial no tiene mucha importancia; pero resulta que es un deporte comunitario y realmente tiene un gran alcance en la lectoría y creo que es un espacio poco explotado por los medios.

8) ¿Que se pretende lograr con la cobertura del deporte barrial?

Primero satisfacer una vieja aspiración de mucha gente que nos escribía manifestando su interés por el deporte barrial. Segundo, estimular la autogestión de la dirigencia barrial. Porque lo valioso de este espacio es que funciona con pocas asignaciones estatales y todos contribuyen.

Para los uniformes se da una cuota, para participar en la liga hay que hacer otro desembolso, asimismo para pagar el arbitraje. Todos los jugadores contribuyen para estos rubros pero muchas veces el dirigente barrial tiene que poner de su bolsillo. Los equipos son grupos comunitarios que se conforman por un grupo de amigos o de familiares y este trabajo hay que alabarlo y destacarlo.

Muchos dirigentes sacrifican sus horas de trabajo para realizar gestiones en pro de una liga y así sacarla adelante. Es un voluntariado deportivo que lo hemos querido destacar a través de este espacio.

4.2.3 Revista Click Deportivo

El Click Deportivo fue creado hace seis años por fotógrafos, con la intención de retomar la importancia de la imagen dentro de un medio periodístico. “En los periódicos se le da mucha importancia al texto y la foto se debe ajustar al diseño ya que complementa una idea, Click Deportivo es una propuesta diferente”

En este medio el reportero gráfico decide que foto incluir en un determinado tema por lo que se convierte en un protagonista de las notas publicadas. Además, ha tenido una enorme aceptación por parte de los lectores “periodistas, anunciantes y lectores han expresado su satisfacción por la revista”.

Entre los principales logros de la revista se destaca su participación en los últimos dos mundiales de fútbol en los que clasificó Ecuador. Por su parte, es un referente del fútbol ecuatoriano a nivel internacional.

Granja señala que Click Deportivo no ha alcanzado un mayor grado de lectoría porque “no pertenecemos a los grupos de poder que son dueños de la prensa, radio y televisión”. Sin embargo, en lo que lleva de vida, han alcanzado “puestos importantes” dentro del deporte y de los amantes al fútbol, todo

gracias a un trabajo serio y dedicado sin que se llegue al escándalo o a la polémica.

El fútbol es el tema que predomina en la agenda de este medio de comunicación. No obstante, no se descartan los temas de salud, educación y alimentación relacionados con el deporte. “Basamos nuestra información en hechos y no en supuestos”

Existe una sección dedicada al deporte barrial. “Buscamos que los deportistas barriales sean una plataforma que demuestre la importancia que tiene esta práctica dentro de nuestra sociedad”. Todas las culturas, creencias, razas y niveles sociales se concentran dentro de una cancha y lo único que se destaca es la diversión y la sana competencia. A esta rama del deporte se le brinda alrededor de dos páginas por edición, lo que representa un 20 o 10 por ciento de la información.

Los periodistas proponen los temas y el Consejo Directivo es quién acepta o rechaza los temas. Mayormente se toca el fútbol debido a que es el deporte que prima en Ecuador.

“No existe un manejo adecuado de los temas barriales dentro de los medios”. Uno de los factores que señala Granja es que no resulta rentable y poco a poco los medios le empiezan a brindar espacio al deporte barrial; sin embargo cree que debería implementarse una propuesta sólida en el aspecto económico para promocionar este espacio.

Él como los otros fotógrafos de este medio se denominan a sí mismos fotoperiodistas. No se dedican únicamente a “disparar” imágenes sino que también están enterados de los temas que van a cubrir. En su caso específico, el director de la revista, redacta y fotografía varios temas que forman parte de la agenda del medio.

4.2.4 Revista Estadio

Revista Estadio nace el 2 de Agosto de 1962, 5 años después de la creación de revista Vistazo. En esta publicación aparecía una sección llamada 'Vistazo Deportivo' y de ahí surgió la idea de crear la revista 'Estadio'. Pertenece al hoy llamado 'Grupo Vistazo'. Nació gracias a la idea de Guillermo Valencia León y Xavier Alvarado Roca.

Al inicio circulaba mensualmente, para luego ser quincenal y posteriormente semanal, a partir del año 78 hasta 1998. Por la crisis económica que sufrió el país, el poder adquisitivo de la gente bajó y por ese motivo la revista volvió a ser quincenal, hasta la actualidad.

Al momento ha superado los 1500 números y publica 18 mil ejemplares quincenales. José Navarro relata que en un momento se vendieron 75 mil revistas. "Los ejemplares se han agotado cuando Barcelona ha salido campeón, todas las ediciones del mundial y la selección y cuando se inauguró el Estadio de Liga se vendieron 14 mil revistas solo en el estadio"

Navarro explica que la revista se ha mantenido más por el cariño de la gente y por mantener el prestigio de la empresa "Editores Nacionales". Estadio se ha esmerado en ser el reflejo de la actividad deportiva nacional y por esa razón se creó en 1965 el premio "Cóndor de Oro".

A través de los años lo ganaron deportistas como Jaime Valladares (box), Jorge Delgado (Natación), Rolando Vera (atletismo), Andrés Gómez (tenis), Jefferson Pérez (atletismo) y solo 2 futbolistas: José Gavica y Alex Aguinaga.

"Quien aparece en Estadio debe ser un personaje destacado en su campo", señala José Navarro sobre como eligen a sus entrevistados.

Sobre la creación de un diario deportivo, Navarro opina que sería muy duro en nuestro país, pero que en algún momento se va a dar. "Lamentablemente un diario deportivo sería un enemigo de las revistas deportivas", comentó el periodista.

Como ejemplo citaba el caso de la revista 'El Gráfico' en Argentina. Tras la aparición del diario deportivo 'Olé', del Grupo 'El Clarín'; la debacle comenzó para esta revista. En Ecuador se vendían 1400 ejemplares, hoy en día solo 20. Cuando Argentina quedó Campeón del Mundo en 1978, se expendieron 490 mil revistas y hoy su tiraje se redujo a 15 mil en su país de origen.

Sobre el deporte barrial, José Navarro comenta que cuando él llegó a la revista se abrió un nicho para esta actividad. "Estadio está haciendo un esfuerzo para publicar una edición especial por los 50 años de la Federación de Ligas y de ahí en adelante se tratará de publicar algo periódicamente".

4.3 ORGANIZACIÓN DEL FÚTBOL BARRIAL EN QUITO

Se considera a Carlos María Castañeda como el pionero de la organización del fútbol barrial en la ciudad de Quito, ya que él creó en 1948 la liga la Tola y posteriormente fundó la Federación de Ligas Deportivas Barriales y Parroquiales del cantón Quito.

Al inicio no existía un lugar donde reunirse, por lo que los hermanos Cristianos Salesianos, les prestaron un pequeño salón ubicado en San Blas. En 1985 el presidente de la federación, Carlos Aguirre, conjuntamente con Gustavo Herdoiza, consiguen un terreno para hacer el estadio de la liga, ubicado en Cotocollao.

Existen varias competiciones que se llevan a cabo durante el año:

- Campeonato de campeones: cada liga saca el primero y segundo de su torneo, para participar en este torneo que reúne a todas las ligas. Se juega por el mes de abril y es considerado el mayor evento de la federación.
- Competencias vacacionales: En julio, agosto y septiembre se realiza esta especie de campamentos vacacionales donde participan sobre todo los niños. También los jóvenes y las mujeres. Se disputan varias

disciplinas como fútbol, básquet, volley, tae kwon do, tenis de mesa, ajedrez y atletismo.

- Juegos interbarriales: Llamadas también 'Olimpiadas', se disputan desde 1958 y están los mejores de todas las disciplinas.
- Torneo Regular: es el campeonato que se disputa cada año en todas las ligas y se definen los equipos que participaran en el campeonato de campeones.

En fútbol se disputan las categorías de sub: 8, 10, 12, 15, 18 y la categoría master. También se organiza un campeonato dirigencial en el que juegan personas de más de 40 años y se refuerzan con 2 juveniles.

Actualmente 79 ligas forman parte de la Federación de Ligas Deportivas Barriales y Parroquiales del cantón Quito y existe un promedio de 30 equipos y alrededor de 25 jugadores por equipo.

Se dividen en cuatro zonas que son norte, centro, sur y los valles

Zona Norte:

Andalucía, Atucucho, Bellavista, Carapungo, Carcelén, Consejo Provincial, Cotocollao, Chaupicruz, El Condado, Inca, Kennedy, Llano Grande, Mariana de Jesús, Monteserrín, Oyacoto, Pomasqui, Rumicucho, Rumiñahui, San Carlos, San Isidro del Inca, San José de Cangahua, San José de Morán, Santa Elena.

Zona Centro:

Bolivariana, El Salvador, Guápulo, Iñaquito, Itchimbia, La Comuna, La Floresta, La Libertad, La Tola, La Vicentina, Las Casas, San Juan, San Roque, San Sebastián, Toctiuco.

Zona Sur:

Barrionuevo, Chillogallo, Chimborazo, El Rocío, El Tránsito, Carlos Franco Méndez, La Bretaña, La Concordia, La Libertad de Chillogallo, La Magdalena, Los Libertadores, Manuelita Sáenz, Matilde Álvarez, Municipal, Oriental, San Bartola, Santa Ana de Chillogallo, Santa Rita, Simón Bolívar, Solanda, Unión de Ciudadelas.

Zona Valles:

Angamarca, Atahualpa, San Miguel de Collacoto, Comuna Central de Tumbaco, Cuendina, El Ejido de Amaguaña, El Tingo, La Armenia, La Toaglla, de Guangopolo, La Victoria del Quinche, Las Palmeras, Oyambarillo, San Carlos de Alangasí, San Juan de Conocoto, Santa Inés de Cumbayá, Santo Domingo de Conocoto, La Tola Grande de Tumbaco, Unión de Barrios Altos de Conocoto, San José de Monjas.

4.4 LIGA BARRIAL SAN JUAN**Entrevista a Luis Guerra, Presidente Vitalicio de la liga San Juan**

Llegó a la liga en 1962, 6 años después de la fundación de la liga. El primer presidente fue Timoleón Vélez, luego Anibal Vaca, le sucedió Ricardo Cruz Moncayo, luego vino Navarro Vernaza, Gonzalo Fuentes (padre de Anibal Fuentes, presidente de Concentración Deportiva de Pichincha). Bernardo Vernaza, Alfredo Trujillo y posteriormente Luis Guerra. Estuvo como presidente hasta 1994, año en el que se retira definitivamente de la directiva, razón por la cuál lo nombraron presidente vitalicio.

El Complejo Deportivo de la Liga San Juan, empieza a construirse en 1966, cuando se inauguró la cancha que no era reglamentaria. En 1970, con la acción de Luis Guerra y el apoyo del Alcalde de la ciudad, Sixto Durán Ballén; se amplió la cancha, se hicieron los graderios y la sede social.

Una de las más grandes hazañas de un equipo de la liga, data de 1966, cuando el club Bogotá logró el campeonato de campeones, sin perder ningún partido. Además tienen 3 campeonatos de campeones, adicional al del club Bogotá.

Vietnam logró el título en dos ocasiones (1986 y 1989) y el Milán (1996) en una oportunidad. En atletismo se distinguieron en el año 71, 78, 83, 93 y 99. En básquet son vicecampeones de las primeras 'olimpiadas' interbarriales, en 1962, así como en 1999. En fútbol juvenil 7 campeonatos logrados. Vietnam tiene 7 vicecampeonatos de campeones, Racing, Nacional y Atila tiene un vicecampeonato.

No tienen ingreso de afuera, se mantienen con las entradas que cobran para el complejo deportivo, con el aporte de los deportistas, con donaciones que hacen de vez en cuando los mismos clubes.

Antes del inicio de cada campeonato se hace una minga general, para poner a punto al complejo. Con eso se mantienen bien, incluso poseen una computadora en sus oficinas que sirve para el fichaje de los jugadores, que antes se hacía a mano.

Presidente: Hernán Franco

Vicepresidente: Fabián Araque

Secretario: Rodrigo Pineda

Pro secretario: Katy Zambrano

Tesorero: Carlos Espinoza

Primer Vocal: Sr. Villamaría

Segundo Vocal: Jorge Farinango (presidente de la comisión técnica).

En 1985, se consiguió hacer el coliseo gracias al prefecto Fabián Alarcón. En 1998 se cayó el coliseo y gracias al esfuerzo de los dirigentes se reconstruyó y

en el 2004 se reinauguró el coliseo con algunas mejoras. Es la casa de entretenimiento del barrio.

Entre las categorías juvenil, primera y máxima hay 44 equipos. El primero y el segundo ascienden y el penúltimo y último descienden, con excepción de la categoría juvenil. El reglamento permite un máximo de 30 y mínimo 16 jugadores inscritos. Hay un promedio de 22 a 25 jugadores por equipo. Aproximadamente en la liga haya 800 jugadores inscritos en el fútbol senior, unos 300 en la categoría infantil y unos 200 en la femenina.

“Esta actividad encanta. En lugar de ir a ver el fútbol profesional el en Atahualpa, en la Casa Blanca o en el estadio del Aucas; prefiere ver en la liga. Todo es armonía, todo es cordialidad. Todos son amigos de todos”, finalizó Guerra.

4.5 LIGA BARRIAL CHAUPICRUZ

La liga Chaupicruz es la decana del fútbol barrial, se fundó el 12 de junio de 1936.

César Pilaquina se integró a la liga en el año 1973. Según Pilaquina, el fundador Segundo Osorio decidió establecer esta liga para “posibilitar a través de la práctica del deporte barrial la formación de la niñez y la juventud.”

Directiva:

- Presidente: César Pilaquina
- Vicepresidente: Carlos Pérez
- Secretaria: Sonia Cevallos
- Tesorero: Gustavo Jiménez
- Primer Vocal: Diego Corella
- Segundo Vocal: Raúl Dávalos
- Tercer Vocal: Luis Ortega

Treinta y dos equipos conforman la categoría superior, “no podemos recibir a más equipos puesto que contamos solamente con una cancha” señaló el dirigente. Los equipos poseen entre 25 y 30 jugadores. Por lo tanto, alrededor de 1000 jugadores integran esta liga y en total, incluyendo otros deportes, 3000 personas forman parte de esta prestigiosa liga barrial capitalina.

Chaupicruz cuenta con las categorías de fútbol infantil Sub 8, Sub 10, Sub 12, Sub 14, y Sub 16 además del fútbol senior y master, este último para deportistas mayores de 40 años.

La temporada del campeonato superior inicia en marzo y finaliza en diciembre, mes en el que se conoce al campeón, subcampeón y al tercer equipo clasificado, los cuales representarán a la liga “en el campeonato de campeones que organiza la Federación de Ligas”. El actual campeón es el equipo Simón Bolívar.

Con respecto a la trayectoria de Chaupicruz, el club con mayores logros es el Mariscal Sucre, “es el único que ha obtenido un Campeonato de Campeones aquí en Pichincha y el tercer lugar a nivel nacional” indicó con orgullo Pilaquinga, resultado logrado en 1987.

La Asamblea General, compuesta por tres delegados de cada club, lo designó presidente en el 2004. Esta dignidad la ejerce por dos años como dictaba la antigua ley del deporte. La actual señala que los dirigentes trabajarán por un período de cuatro años. La labor de César Pilaquinga al mando de la Liga Chaupicruz finalizará el 28 de noviembre del presente año.

Las funciones del presidente son “cumplir y hacer cumplir los estatutos y reglamentos tanto de la Federación de Ligas como de la liga barrial”.

“De acuerdo a la nueva ley del deporte, tenemos plazo hasta enero para verificar que los clubes sean reconocidos jurídicamente” indicó el doctor, por lo tanto, deben mantener activas por lo menos tres disciplinas, regla que Chaupicruz si cumple.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DEL PROYECTO

Se seleccionó a la Liga Barrial San Juan para este análisis debido a que tiene más de 50 años de tradición y además posee una gran organización, que hace que esta liga ande por el buen camino.

San Juan tiene a su haber 4 Campeonatos de Campeones, considerado el mayor torneo barrial de la Federación de Ligas. También se destaca en otros deportes como el básquet, ajedrez y atletismo.

La infraestructura que posee la liga es envidiable. Cuenta con una cancha reglamentaria de fútbol, coliseo de uso múltiple y amplios graderíos; lo que da cuenta de la importancia de esta liga.

En los capítulos anteriores se expuso la cobertura que brindan los medios escritos al deporte barrial y específicamente al fútbol. En promedio, estos diarios, destinan media página semanal sobre el acontecer del fútbol barrial. Por esa razón se creyó conveniente la implementación de un medio que abarque lo respectivo al fútbol barrial.

QUÉ: Es un periódico quincenal, de naturaleza social, debido a que con este proyecto queremos incentivar el deporte barrial dentro de la ciudad.

POR QUÉ: Porque en la urbe no existe ningún medio de comunicación que se especialice en el deporte barrial y creemos necesario la implementación de un periódico que abarque esta actividad, porque en este espacio barrial es donde nacen las nuevas figuras a nivel nacional.

PARA QUÉ: Para dar a conocer al deporte barrial, ya que se considera como un semillero de nuevos talentos. Además para que los dirigentes se den cuenta que dentro de esta actividad es donde se encuentran las figuras del futuro.

CUÁNTO: Posicionarnos como el periódico número uno en este género, mediante el seguimiento continuo de los torneos barriales.

DÓNDE: En todas las Ligas Barriales, sin embargo ahora centraremos nuestro primer número en la Liga Barrial San Juan.

CÓMO: Mediante coberturas, para realizar artículos, entrevistas, crónicas sobre el desarrollo de estas actividades. Para que las coberturas sean eficientes efectuaremos al inicio de la semana un plan de trabajo, para no dejar ningún evento suelto y para distribuir mejor las reporterías.

CUÁNDO: A partir de la primera semana de julio, se empezará con el desarrollo del proyecto. Las coberturas de los encuentros se las realizarán los fines de semana. Mientras que de lunes a viernes se dialogará con los deportistas y dirigentes de las instituciones para tratar temas más puntuales y que complementen el trabajo de fin de semana.

A QUIÉNES: Va dirigido a los propios deportistas, a los moradores del barrio y a los dirigentes y el público en general que asiste a los escenarios.

QUIÉNES: Los creadores de este proyecto y los reporteros que trabajaran en este periódico.

CON QUÉ: Se invertirá capital propio y se obtendrá recursos a través de la publicidad de los locales comerciales del barrio y empresas relacionadas con el deporte.

5.1 ANTEPROYECTO

Resumen del futuro proyecto:

Es un periódico quincenal que abarcará el fútbol barrial. Es un proyecto de naturaleza social, debido a que queremos incentivar el deporte barrial dentro de la ciudad.

Mediante coberturas, para realizar artículos, entrevistas, crónicas sobre el desarrollo de estas actividades. Para que las coberturas sean eficientes efectuaremos al comienzo de la semana un plan de trabajo, para no dejar ningún evento suelto y para distribuir mejor las reporterías. Los beneficiarios serán los propios deportistas, los moradores del barrio y los dirigentes y el público en general.

Formulación del problema a resolver:

La falta de espacios en los medios de comunicación, impiden el total desarrollo del deporte barrial como una actividad que brinde nuevos valores para el fútbol.

Objetivos:

- a. Implementar un periódico deportivo barrial que supla la necesidad que existen en este campo.
- b. Prestar un servicio a la comunidad, ya que nuestro periódico no esta orientado a obtener fines de lucro. Sin embargo, al ser un producto intentaremos adquirir recursos por medio de la publicidad. No existe ningún periódico similar en el mercado, por tal razón trataremos de posicionarnos rápidamente en el mercado.
- c. Obtener ganancias a través de la publicidad, para poder mantener el medio y pagar a nuestros empleados.

Metas:

Posicionarnos como el periódico número uno en este género, mediante el seguimiento continuo de los torneos barriales.

Localización del proyecto:



La cancha de la liga Barrial San Juan se ubica en las calles Carchi y Bomboná en el centro oeste de Quito en el barrio de San Juan.

5.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

DIAGNÓSTICO:

Formulación del problema

La falta de espacios en los medios de comunicación, impiden el total desarrollo del deporte barrial como una actividad que brinde nuevos valores para el fútbol local.

Existe una mínima cobertura de los torneos barriales, por parte de los medios de comunicación tradicionales. Esto debido a que en la actualidad todos los medios se basan en la rentabilidad y este sector del deporte no es muy cotizado por las empresas publicitarias.

Como no existe un incentivo por parte de los medios de comunicación, sobretodo para los jóvenes, estos se dedican a otras actividades poco saludables como el alcohol y las drogas.

Formulación del objetivo

- a. Implementar un periódico deportivo barrial que supla la necesidad que existen en este campo.

- b. Prestar un servicio a la comunidad, ya que nuestro periódico no esta orientado a obtener fines de lucro. Sin embargo, al ser un producto intentaremos adquirir recursos por medio de la publicidad. No existe ningún periódico similar en el mercado, por tal razón trataremos de posicionarnos rápidamente en el mercado.

- c. Obtener ingresos a través de la publicidad, para poder mantener el medio y pagar a nuestros empleados.

Análisis del campo de fuerzas

Dentro de los aspectos positivos está que nuestro medio es el único especializado en este campo. Por este motivo nosotros tendríamos la posibilidad de abordar los temas que creamos convenientes y no existiría la preocupación por la competencia.

Otro aspecto positivo puede ser la proximidad con la comunidad. Efectuaremos crónicas, reportajes sobre la gente que participa activamente en los torneos barriales y la gente que rodea a estos eventos. De esta manera la sociedad se verá involucrada directamente con nuestro periódico. Su opinión es respetada y tiene cabida dentro de nuestras publicaciones.

Un problema que podría existir es que los habitantes del barrio no deseen colaborar con nuestro medio. Talvez nos miren como gente extraña y no quieran que nos involucremos con sus actividades barriales.

Los dueños de los establecimientos comerciales del barrio quizás no quieran que se hable sobre su negocio y se nieguen a participar de este proyecto. Sin embargo podríamos hablar con los dueños de los locales ofreciéndoles publicidad, para que más gente los conozca y aumente su popularidad. En este aspecto podríamos salir beneficiadas ambas partes.

Cuando concluya la temporada dentro de la liga barrial, ya no tendríamos suficiente material de interés para informar a nuestros lectores. Sin embargo, al finalizar la liga regular del barrio, se disputa un campeonato interbarrial con el primero y segundo de cada liga barrial. El torneo se denomina 'Campeonato de Campeones'.

Identificación y selección de las soluciones

Matriz de análisis multicriterio

Objetivo: Prestar un servicio a la comunidad, ya que nuestro periódico no está orientado a obtener fines de lucro.

Criterios	Corresponde al objetivo	Recursos Disponibles	Beneficio Social	TOTAL
	Valor =20	Valor =35	Valor =45	Valor =100
Soluciones				
Implementar un periódico que informe sobre la actividad barrial.	17	30	40	87
Solicitar al Congreso que promulgue una ley en la cuál se transfieran fondos del estado para esta actividad.	15	20	35	70
Promover la participación de las empresas para que publiquen el deporte barrial.	15	25	40	80

Participación de la comunidad en el proyecto

Nuestro proyecto va a estar dirigido para la comunidad, es decir será un periódico comunitario. La opinión de nuestros lectores será siempre bien recibida y tendrá cabida en nuestras publicaciones.

A través de entrevistas, cartas o correos electrónicos; los lectores podrán expresar sus opiniones sobre el desarrollo de las ligas barriales. En todas las ediciones existirá una columna exclusiva para que nuestro público comente sobre los partidos de las ligas.

Los comentarios que nos envíen serán utilizados para mejorar nuestras publicaciones y para mejorar nuestro periódico en el ámbito comunicativo y periodístico.

Matriz de análisis de problemas

PROBLEMA CENTRAL: Deterioro de las condiciones para el deporte barrial, a nivel económico y social.				
ACTOR QUE EXPLICA EL PROBLEMA: Miguel Suárez, Andrés Granizo. Estudiantes de la UDLA, quienes son los ejecutores del proyecto.				
CAUSAS ESTRUCTURALES	CAUSAS DIRECTAS	CAUSAS INDIRECTAS	DESCRIPTORES O SÍNTOMAS	EFECTOS O CONSECUENCIAS
CE1: No existen fondos para este sector del deporte.	CD1: Los deportistas se ven perjudicados por el abandono del gobierno	CI1: Falta de incentivo al deportes por parte del Estado y otras entidades	D1: Se pierde la importancia del deporte barrial y las ligas que existen poco a poco desaparecen.	E1: Desaparición del deporte barrial.
CE2: El deporte barrial no es fundamental en las políticas de estado y prioriza otros	CD2: Se pierde la cultura deportiva en el país,	CI2: La prensa prioriza el fútbol profesional y relega al resto	D2: No existen ordenanzas municipales que exijan la creación de escenarios	C1: Aumento del alcoholismo y delincuencia, por el poco apoyo de las autoridades y de los

sectores del deporte.	porque se subestima a este sector.	de deportes.	para la práctica del deporte barrial.	medios de comunicación.
CE3: No existe una correcta difusión en los medios de comunicación tradicionales.	CD3: El apoyo que podría recibir este sector se desvía a otros lugares.	CI3: No existe una correcta infraestructura para disputar este tipo de torneos.	D3: Disminución de espacios que permitan el desarrollo del deporte barrial.	C2: Deterioro de la salud por la poca actividad física que realizan los jóvenes.

5.3 ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del proyecto

La liga barrial San Juan, se encuentra en el barrio del mismo nombre en el centro oeste de la capital. En este popular barrio quiteño habitan 23000 personas. De las cuales 12000 son mujeres y 11000 son hombres. En promedio asisten mil personas a los encuentros que se realizan entre sábado y domingo.

Ubicación del proyecto



La cancha de la liga Barrial San Juan se ubica en las calles Carchi y Bomboná en el centro oeste de Quito en el barrio de San Juan.

La accesibilidad a este escenario deportivo es sencilla. La liga está ubicada en el tradicional barrio de San Juan. El precio por ingresar es de 25 centavos, lo que no representa una cantidad muy alta para ver los partidos.

Proceso productivo

Mano de obra

Los recursos humanos que se van a utilizar para desarrollar este proyecto son los siguientes:

- 3 periodistas
- 1 diseñador
- 1 fotógrafo
- 1 relacionador público

Materiales y otros insumos

La materia prima que se utilizará es el papel periódico y la tinta para imprimir. Vamos a tercerizar la impresión de nuestro periódico, a través de una imprenta con la que efectuaremos un canje publicitario para abaratar costos. Para el primer número nosotros financiamos la impresión hasta que la imprenta conozca del proyecto y decida realizar un canje publicitario.

Capacidad instalada

Vamos a arrendar una oficina en el Norte de Quito, en un sector que no este muy alejado de la liga que vamos a cubrir. Necesitaremos 4 computadoras y 1 cámara fotográfica.

Tecnología

Los trabajadores deben poseer un nivel superior de estudios, es decir tener su título universitario. Cada vez que sea necesario efectuaremos charlas y talleres de capacitación para que nuestro personal camine a la par con la tecnología y con las innovaciones de periodismo.

5.4 ESTUDIO JURÍDICO

Marco constitucional de leyes del periodista

La Constitución del Ecuador de 1998 expresa en el Art. 23: "Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

8. El derecho a la honra, a la buena reputación y a la intimidad personal y familiar. La ley protegerá el nombre, la imagen y la voz de la persona.

9. El derecho a la libertad de opinión y de expresión del pensamiento en todas sus formas, a través de cualquier medio de comunicación, sin perjuicio de las responsabilidades previstas en la ley;

La persona afectada por afirmaciones sin pruebas o inexactas, o agraviada en su honra por informaciones o publicaciones no pagadas hechas por la prensa u otros medios de comunicación social, tendrá derecho a que estos hagan la rectificación correspondiente en forma gratuita, y en el mismo espacio o tiempo de la información o publicación que se rectifica.

Leyes de ejercicio profesional

Marco constitucional y leyes específicas de prensa:

10. El derecho a la comunicación y a fundar medios de comunicación social y a acceder, en igualdad de condiciones, a frecuencias de radio y televisión.

13. La inviolabilidad y el secreto de la correspondencia. Esta sólo podrá ser retenida, abierta y examinada en los casos previstos en la ley. Se guardará el secreto de los asuntos ajenos al hecho que motive su examen. El mismo principio se observará con respecto a cualquier otro tipo o forma de comunicación.

Art. 81: "El Estado garantizará el derecho a acceder la fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación.

No existirá reserva respecto de las informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley. Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación.

Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano".

Art. 94: "Toda persona tiene derecho a acceder a los documentos, bancos de datos e informes que sobre sí misma o sobre sus bienes consten en entidades públicas o privadas, así como a conocer el uso que se haga de ellos y su propósito.

Podrá solicitar ante el funcionario respectivo, la actualización de los datos, o su rectificación, eliminación o anulación si fueren erróneos o afectaren ilegítimamente sus derechos.

Si la falta de atención causare perjuicio, el afectado podrá demandar indemnización.

La ley establecerá un procedimiento especial para acceder a los datos personales que consten en los archivos relacionados con la defensa nacional". Como parte interesante de la nueva Constitución de 1998 en su Art. 97 se halla la referencia al deber de los ciudadanos de respetar la honra y de decir la verdad (numerales 5 y 8 respectivamente).

Leyes específicas de prensa

La Ley del Ejercicio Profesional del Periodista de 1975 dispone en su **Art. 1** que: "Es periodista profesional:

- a) Quien hubiere obtenido el correspondiente título académico conferido por las universidades u otros establecimientos de educación superior de la República;
- b) Quien hubiere obtenido ese título u otro equivalente, en universidades o planteles de educación superior extranjero, y lo revalidare legalmente en el Ecuador, y
- c) Quien obtuviere un certificado de profesionalización otorgado por el Ministerio de Educación Pública, en razón de haber ejercido la profesión con anterioridad a la fecha de vigencia de esta Ley, y de acuerdo con sus disposiciones".

Art. 2: "La Federación Nacional de Periodistas es una entidad de derecho privado, con personería jurídica cuya cede será rotativa, de conformidad con lo dispuesto en el correspondiente Reglamento.

La Federación se regirá por esta Ley, sus estatutos y reglamentos y por el Código de Ética Profesional".

Art. 3: "Son órganos de la Federación:

- a) Asamblea Nacional;
- b) Comité Ejecutivo Nacional;
- c) Colegios provinciales; y.
- d) Tribunales de Honor".

Art. 4: "La Asamblea Nacional es la máxima autoridad de la Federación y estará integrada por dos delegados nombrados por cada colegio, y un delegado más por cada veinte afiliados que se excedieren del mínimo requerido para la constitución de un colegio".

Art. 5: "La Asamblea Nacional elegirá, cada dos años, al Presidente y a los Miembros del Comité Ejecutivo Nacional.

El Presidente de la Asamblea Nacional será también del Comité Ejecutivo Nacional y el representante legal de la Federación, el que no podrá ser reelegido sino después de un período posterior al de su ejercicio".

Art. 6: "A la Asamblea Nacional corresponde dictar los estatutos y reglamentos de la Federación y sus reformas: y, al Comité Ejecutivo Nacional, el Código de Ética Profesional. Todos estos documentos serán puestos a conocimiento del Ministerio de Educación Pública para su aprobación legal".

Art. 7: "El Comité Ejecutivo Nacional seguirá la sede de la Federación Nacional de Periodistas. Sus integrantes no podrán ser reelegidos sino después de un período posterior al término de sus funciones".

Art. 8: "La organización y las demás funciones, atribuciones y deberes de la Asamblea Nacional, del Comité Ejecutivo Nacional y de los demás órganos de

la Federación, así como las normas administrativas económicas y cuantas más fueren del caso constaran en sus estatutos y reglamentos".

5.5 ESTUDIO SOCIAL

Los sectores donde realizaremos nuestras coberturas de las ligas barriales poseen un nivel socioeconómico medio, medio-bajo.

La forma de escritura de este periódico va a ser sencilla y de fácil entendimiento, no utilizaremos palabras técnicas sino más bien un lenguaje coloquial para estar a la par con nuestros lectores e identificarnos con ellos. Este medio de comunicación prestará un servicio social y de ayuda a la comunidad.

5.6 ESTUDIO DE LA CAPACIDAD INSTITUCIONAL

El periódico estará dirigido por Andrés Granizo y Miguel Suárez quiénes tratarán, mediante este medio, ayudar a la ciudadanía, prestar un servicio y fomentar el deporte barrial en los jóvenes de este sector de la capital.

Por ser un periódico gratuito y al no haber otro medio especializado en el deporte barrial, será más sencillo darnos a conocer y posicionarnos en el mercado.

5.7 ESTUDIO FINANCIERO

Plan de inversión

Equipos

EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	4	447	1788
Cámara de fotos	1	328	328
Grabadora digital	3	38,82	116,46

TOTAL			2232,46
--------------	--	--	----------------

Muebles de oficina

EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorios	4	48,86	195,44
Sillas	4	20	80
Telefax	1	79.99	79.99
Impresora	1	22.88	22.88
TOTAL			378.31

Sueldos

PERSONAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Reportero	3	200	600
Fotógrafo	1	200	200
Diseñador	1	200	200
Relacionador Público	1	200	200
TOTAL	6	800	1200

Costos de fabricación

- Impresión de los ejemplares: 1000 (USD 336) Este valor es quincenal. (2000 ejemplares y USD 672 mensualmente)
- También se incluye dentro de este valor el diseño y la diagramación.

Costo de arriendo

- USD 200 mensuales

Inversión inicial

DETALLE	MONTO	FUENTE DE CAPITAL
Equipos	2232,46	Capital Propio
Muebles de oficina	378.31	Capital Propio
Sueldos	1200	Capital Propio
Imprevistos	500	Capital Propio
Impresión	672	Capital Propio
TOTAL	4982.77	

Flujo de caja

- Ver Anexos.

Fuentes de financiamiento

‘Barrio Deportivo’ estará financiado con capital propio para arrancar el proyecto. En los siguientes meses subsistirá con la publicidad de los diferentes negocios que publiciten en el periódico. Se realizarán canjes publicitarios para abaratar costos. Al ser un periódico gratuito no se obtendrá ganancias en este rubro. El dinero obtenido por ingresos, también se destinará al pago de sueldos e impresión del periódico.

5.8 ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de la demanda

Características de la población

La gente a la que va dirigido nuestro periódico es de clase media, media-baja. La mayoría de nuestro público tiene afinidad con el deporte y participa o asiste como aficionado a los encuentros de las ligas barriales.

La liga barrial San Juan, se encuentra en el barrio del mismo nombre, en el centro de la ciudad. En este barrio residen 23000 personas.

Características del producto

El periódico quincenal 'Barrio Deportivo' es de distribución gratuita. Nuestro medio cubrirá la liga de San Juan, en el centro de Quito. Será de tamaño tabloide y tendrá un tiraje de 1000 ejemplares. Será impreso en papel periódico, 8 hojas y la portada y contraportada serán a full color.

Análisis de la oferta

No existe ningún periódico que tenga las características que queremos implementar en el nuestro. Es decir, ninguno se dedica a la cobertura exclusiva de las ligas barriales. Al ser un periódico gratuito estará financiado casi en su totalidad por la publicidad.

Organigrama institucional



5.9 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

EL PERIÓDICO

Nombre: Barrio Deportivo.

Circulación: Quincenal (sábado)

Páginas: 8 (portada y contraportada a full color, el interior a un solo color)

Papel: Periódico.

Tiraje: 1000 (quincenales) y 2000 (mensuales).

Formato: Tabloide.

FORMA DE DISTRIBUCIÓN

‘Barrio Deportivo’ se entregará en el ingreso principal de cada liga los días sábados y domingos, cuando se disputan los encuentros.

SECCIONES DEL PERIÓDICO

Página 1:

Es la portada de nuestro diario. En ella se expondrá la foto más impactante, recogida de la actividad del fin de semana. También los titulares más relevantes del contenido interior.

Página 2:

Aquí se ubicará la opinión del medio. Además se adjuntarán las opiniones de nuestros lectores, que nos enviarán a nuestro correo electrónico. En el primer número se incluirá una entrevista al presidente de la liga San Juan. Los créditos también estarán en esta página.

Página 3:

Cómo marcha el campeonato. Todo el detalle de la liga se encontrará en esta página. Goleadores, tabla de posiciones, resultados y demás estadísticas.

Página 4 y 5:

Al tratarse de las páginas centrales, se hará un mosaico de fotografías del desarrollo de la liga, que sean relevantes y llamen la atención del público.

Página 6:

Dedicada a los jugadores más destacados de la liga. A través de una entrevista o perfil se pondrá de manifiesto porque es una figura del torneo. Los posibles candidatos pueden ser el goleador, capitán de un equipo o el que demuestre un juego limpio.

Página 7:

Para conocer a fondo la liga, es necesario saber su historia, datos relevantes y como está organizada. Aquí se podrá saber por completo lo que es la liga San Juan.

Página 8:

Informe general del desarrollo de otras ligas importantes de la capital.

5.10 RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

- El proyecto de implementar un periódico que cubra las incidencias del deporte barrial es factible, porque es novedoso y es de interés de la ciudadanía.
- Al ser un producto gratuito será fácil posicionarse en el mercado, además de que no existe un periódico de similares características.
- La publicidad la obtendremos de locales o negocios cercanos a nuestra área de cobertura. Pautar en "Barrio Deportivo" será más económico que en los medios tradicionales. De esta manera ambos nos veremos beneficiados.

- Nuestro plan de trabajo se basará en mantener una calidad informativa alta. No por ser un medio gratuito descuidaremos el contenido periodístico y editorial, que nos caracterizará.

- El periódico es de índole social. Con este periódico no intentamos obtener beneficios económicos, sino más bien prestar una ayuda a la comunidad.

CONCLUSIONES

- La falta de espacios en los medios de comunicación permite que el proyecto sea factible en su ejecución.
- La gente amante del deporte barrial tiene el derecho de estar informada de lo que sucede en su comunidad.
- El deporte barrial es un nicho muy poco explotado y que se encuentra en crecimiento.
- A través de la prensa gratuita se puede llegar a un mayor número de personas y además es una forma efectiva de posicionarse en el mercado.
- Se eligió a la prensa escrita como medio para crear el proyecto, porque es la mejor forma para llegar al público y también es el medio que más perdura en el tiempo.
- El proyecto se enfoca en el aspecto social, por la cuál se brindará un espacio para que los lectores den su opinión.
- Contrario a lo que se piensa de la prensa gratuita, la información de este medio será de una alta calidad periodística, sin incurrir en el amarillismo ni sensacionalismo.
- La prensa gratuita no ha logrado posicionarse por completo en nuestro país y esta sería una oportunidad para ampliar este mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- HALLO, Wilson, "Síntesis histórica de la Comunicación y el Periodismo en el Ecuador", Fundación Hallo, Ediciones el Sol, Quito, 1992.
- HERRAN, María Teresa; RESTREPO, Javier Darío, "Ética para Periodistas", Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991.
- RAMIREZ, Edison, "Fútbol Barrial", Gráficas Ortega, Quito, Ecuador, 2005.
- VELASQUEZ, Mauro, "El Fútbol Ecuatoriano y su Selección Nacional", Poligráfica, Ecuador, 1998.

Páginas Web

- www.sipiapa.com/espanol/pulications/discursoll_miro2005o.cfm
- www.wan-press.org/article7339.htm
- www.spj.org
- aan.org/
- www.colegiodeperiodistas.cl
- www.baquia.com
- www.noticiasdot.com
- es.encarta.msn.com
- www.isecedu.com.ar
- www.escuelaniembroaraujo.edu.ar
- www.grafotecnico.edu.ar/depindex.html
- www.quiquewolff.com.ar/escuela.html
- ww.eltelegrafo.com.ec
- www.eluniverso.com
- periodismomundial.grilk.com/hdelpmundial.htm

- www.quadraquinta.org/documentos-teoricos/cuaderno-de-apuntes/brevehistoriaprensa.html
- www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm
- www.hiru.com/es/komunikabideak/komunikabideak_00800.html
- chasqui.comunica.org
- www.wikipedia.com *

* Consideramos a esta fuente pues es la enciclopedia más extensa del planeta como lo señala Francis Pisani, experto en nuevas tecnologías. Él comentó sobre la confiabilidad de Wikipedia.

Este medio cumplió 4 años el pasado enero y se convirtió en la enciclopedia más grande del mundo. La idea es que cualquier persona puede colaborar con la inclusión de artículos sobre cualquier tema.

La versión en inglés cuenta con 145 millones de palabras y 475 mil artículos, que crece a un ritmo de 3 mil al día, gracias a la colaboración de 16 mil usuarios registrados, sin contar con los no registrados, que también pueden colaborar.

Es difícil controlar quién participa y que contenidos aporta, sin embargo, Jimmy Wales, fundador de wikipedia, señaló que “quienes causan problemas representan el 1 % de las contribuciones”.

Fuente: Francis Pisani, experto en nuevas tecnologías.

www.fracispisani.net

ANEXOS