

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE GUÍA PARA UN PERIODISMO CÍVICO Y
RESPONSABLE**

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

QUITO - 2007

ESCUELA DE PERIODISMO

LUIS EDUARDO VIVANCO ARIAS

Agradecimientos

Primeramente tengo que agradecer al tiempo, pues este trabajo se ha venido realizando paralelamente con el ejercicio profesional, en Diario Hoy y en Diario La Hora.

También debo extender mis reconocimientos a Universidad de las Américas, institución académica a la que me debo, por su colaboración, profesionalismo y confianza.

Un gracias rotundo al director de la Escuela de Periodismo, José Villamarín, por su apoyo incondicional, amistad y confianza.

A mis profesor tutor de tesis, Miguel Ángel Soto, que con paciencia y capacidad supo guiar este trabajo de manera exitosa.

A Juan Carlos Cabezas, profesor corrector, que tanto en la experiencia laboral que compartimos, como en la ejecución de este trabajo, ayudó a que enmiende mis errores y me esfuerce en realizar un trabajo de mayor nivel intelectual.

A mi profesora de Proyectos, Patricia Hidalgo, por ayudarme desinteresadamente en la realización del proyecto, el cual es la médula de este trabajo.

A mi familia, por su paciencia, confianza y su total cariño a este servidor.

Dedicatoria

A la Patria.

Índice de contenidos

Introducción.....	1
Capítulo I	
1 El Poder.....	4
1.1 El poder en la globalización y la modernidad.....	6
1.2 ¿La superestructura invencible?.....	12
1.2.1 Poder político.....	14
1.2.2 Poder económico.....	17
1.3 La comunicación en teoría.....	22
1.3.1 Teoría Estructural Funcionalista.....	23
1.3.2 Teoría del Conductismo.....	26
1.3.3 La Comunicación Alternativa.....	28
Capítulo II	
2 La comunicación y sus medios.....	31
2.1 Los medios: breves reseñas y sus análisis.....	32
2.1.1 La prensa escrita, el primer eslabón de la cadena.....	35
2.1.2 La radio, el medio acompañante y su historia.....	38
2.1.3 La televisión ¿El opio del pueblo o un medio noble y funcional?.....	44
2.2 El periodismo como profesión y herramienta para el país.....	49
2.3 ¿Es el cuarto poder?.....	54
Capítulo III	
3 Profesionalismo y ética, la receta perfecta.....	58
3.1 Un buen periodista, un ser ético por excelencia.....	60
3.1.2 Desempolvando el Código de Ética.....	67
Capítulo IV	
4 Temas a tratarse en la guía.....	71
Capítulo V	
5 Proyecto de Guía para un periodismo cívico y responsable.....	73
5.1 Diagnóstico.....	73
5.1.1 Formulación del problema.....	73
5.1.2 Formulación del objetivo.....	74
5.1.3 Análisis del campo de fuerza.....	75
5.1.4 Identificación y selección de soluciones.....	76
5.1.5 Matriz de análisis del problemas.....	77
5.1.6 Estudio técnico.....	77
5.1.6.1 Estudio jurídico.....	78
5.1.6.2 Estudio social.....	78
5.1.6.3 Estudio de capacidad institucional.....	80
5.1.6.4 Estudio financiero.....	80
5.1.7 Análisis de viabilidad.....	81
5.1.7.1 Viabilidad técnica.....	81
5.1.7.2 Viabilidad económica.....	81

5.1.7.3 Viabilidad ambiental.....	82
5.1.7.4 Viabilidad social y cultural.....	82
5.1.8 Aspectos a reformar.....	83
5.1.9 Elementos positivos.....	83
5.2 Naturaleza del proyecto.....	84
5.3 Plan de inversión.....	85
5.4 Flujo de caja.....	86
5.5 Estado de resultados.....	87
5.6 Fuentes de financiamiento.....	88
5.7 Duración del proyecto.....	89
5.8 El proyecto.....	90
5.8.1 El problema y su justificación.....	90
5.9 Objetivos.....	92
5.9.1 Objetivos generales.....	92
5.9.2 Objetivos específicos.....	92
5.10 Resultados.....	93
5.11 Ubicación espacial.....	93
5.12 Grupos meta.....	94
5.13 Metodología del proyecto.....	95
5.13.1 Fases.....	95
5.13.2 Forma de trabajo.....	95
5.13.3 Tecnología a usar.....	96
5.13.4 Responsables de la ejecución.....	97
5.13.5 Mecanismos de seguimiento y evolución.....	97
5.13.6 Recursos humanos.....	97
5.14 Presupuesto del proyecto.....	98
5.15 Aspectos importantes.....	98
5.15.1 Actores del proyecto.....	98
5.15.2 Actores y sus funciones.....	99
5.15.3 Objetivos.....	100
5.16 Evaluación.....	100
5.16.1 Seguimiento y control.....	100
5.16.2 Matrices.....	101
5.16.3 Informes de alerta y logros.....	102
5.16.4 Evaluación.....	102

Capítulo VI

6 Conclusiones.....	103
---------------------	-----

Capítulo VII

7 Recomendaciones.....	105
------------------------	-----

8 Bibliografía.....	108
---------------------	-----

9 Anexos.....	110
---------------	-----

Introducción

El Ecuador es un país al que se le ha puesto la etiqueta de país en vías de desarrollo, pero ese desarrollo durante las últimas décadas se ha alejado cada vez más. Esto se debe a la continua pugna de poderes y a las ambiciones de varios grupos, que tienen como prioridad su propia acumulación de riquezas e influencias, y postergan el progreso del resto de la ciudadanía

El periodismo ha sido víctima y encubridor de este entorpecimiento nacional. Muchas veces, por no decir continuamente, las esferas de poder han utilizado a los medios de comunicación y más concretamente a los periodistas, para mantener su hegemonía.

Esto se debe a que no se conoce cómo procede el poder y cómo actuar ante él, para de esta manera 'desnudarlos' e incluso fiscalizarlos con un ojo crítico y ciudadano.

Además, la ética ha estado relegada y se ha convertido en muchos casos en una quimera profesional, brillando por su ausencia, al momento de ejercer la profesión. El procedimiento ético es continuamente olvidado cuando se presentan frente al profesional, manjares de poder y succulentos maletines de dinero.

Por esta razón, es necesario que desde las aulas, en las que se forjan los futuros profesionales de la comunicación, los alumnos sepan a lo que se van a enfrentar, cómo actuar ante este gigantesco y poderoso monstruo, y participar en el desarrollo de país de manera activa y patriótica, poniendo ante todo el progreso social.

De esta manera se vuelve necesaria la introducción de un texto académico que guíe al estudiante y que le dé luces para no ser sorprendido al momento de enfrentarse a la realidad del ejercicio del periodismo. Este manual, es la razón que motivó este trabajo de titulación (ver anexo).

Se ha planteado la necesidad de revelar que el poder ha estado, tal vez desde el principio del periodismo, enquistado en los medios, tirando agua para su propio molino.

En el primer capítulo se trata de 'desnudar' al poder, tratando primeramente de encontrar su verdadero significado y campo de acción. Hemos utilizado los estudios de algunos pensadores para dar sustento al capítulo y dar más luces sobre su verdadero tamaño e influencia en la sociedad.

Se ha desmenuzado dos de los poderes más famosos e influyentes. El poder político y económico como medio de ejercer autoridad y de entorpecer el desarrollo del buen periodismo y del país, fue analizado en estas páginas.

Posteriormente, se dio un vistazo a las teorías de la comunicación, para comprender qué necesita el poder para ejercer influencia. Se analizaron tres de las más importantes teorías de la historia de esta ciencia.

La historia de los medios y sus vinculaciones también fueron abordadas ampliamente. Se revelaron las influencias que se entrometen en el ejercicio periodístico y también la mala intención de algunos comunicadores, que se aprovechan de las coyunturas para venderse al poder.

El segundo capítulo se aborda la verdadera función del periodista, se rescata la importancia de esta actividad y su responsabilidad. Incluso, se incluye el código

de ética, para desempolvarlo de los viejos estantes de la teoría y ponerlo en práctica.

Todo este entramado y sus distintas aristas, están incluidas en la guía que esta tesis plantea como un proyecto, el cual no solo es viable desde el punto de vista económico, sino también intelectual.

También sabemos que la simple creación de una guía no será la llave para que este maquiavélico proceder, que tienen décadas de implantado, termine de la noche a la mañana. Somos conscientes de que este proyecto y el análisis que lo antecede, son un pequeño esfuerzo para revelar la verdad y contribuir a que los futuros periodistas no sean sorprendidos, manipulados y corrompidos. Pero queda claro que eso depende de los valores personales de cada estudiante.

Capítulo I

El Poder

Toda sociedad humana a través de los tiempos estuvo supeditada a una estructura orgánica, en el punto máximo de ese organigrama siempre estuvo el poder.

Esta fuerza invisible, palpable, atropelladora y dominante, ha sido la guía para el desenvolvimiento de la historia y por lo tanto de los seres humanos.

La Real Academia de la Lengua Española define al poder como el dominio que se tiene sobre algo o alguien¹. En este caso, el algo sería la sociedad y el alguien los ciudadanos que la conforman.

Pero el poder no es solo el dominio, por que en algunas ocasiones puede deslindarse del algo o alguien, pero seguir manteniendo esa influencia impostergable e ineludible sobre este algo o alguien.

Poder viene de la misma raíz latina que potestad, possum², que quiere decir soy potente. Pero potestad y poder son cosas diferentes, por que el poder es una fuerza, una corriente imposible de negar y con graves consecuencias si se nada en contra de la misma. Mientras que la potestad se refiere a tener derecho sobre algo. Al poder no le interesa tener derecho sobre algo, le interesa que ese algo

¹ Diccionario Planeta de la Lengua Española, Edición Planeta, Barcelona-Madrid 1982, pagina 987

² Gran Diccionario de sinónimos Castellanos de Barcia, Edición Joaquin Gil, Buenos Aires 1958, página 1078

haga lo que a él le interesa. Por ejemplo, no tener poder sobre las organizaciones indígenas, sino que estas no se levanten y aplaudan sus acciones.

Esta fuerza es intangible y a veces demasiado tangible, como por ejemplo el uso de armas de fuego, para consumir un fin previsto por el poder. Pero existen pensadores que establecen que esta fuerza tiene varias materialidades y una inmensa, por no decir absoluta, área de acción.

Estos criterios los desmenuzaremos posteriormente cuando el tópico tratado sea el escenario exacto para citarlos.

Como anotamos anteriormente, el poder como cabeza máxima del organigrama de la sociedad existe desde que los hombres recordamos nuestra historia. Pero en tiempos modernos el poder tiene varios matices. La velocidad en la que se desarrollan las políticas, los procesos, las comunicaciones, la tecnología, la economía, entre otras cosas, ha obligado a que el poder no tenga la antigua figura monárquica que estuvo acostumbrado el mundo desde que se lo conoce. Ahora el poder tiene que reinventarse cada día, buscar formas de influencia que logren acoplarse al rompimiento de fronteras y al proceso de globalización, que inminentemente es imparable.

Además, el filósofo Michael Foucault anota en su libro *Vigilar y Castigar* que el poder es una fuerza que atraviesa y reinventa a las personas. Con esta característica, el ciudadano, inconcientemente, es parte del poder.

1.1 El poder en la globalización y la modernidad

El poder es una fuerza que intenta, y en muchos casos lo logra, maniatar todos los procesos sociales. La sociedad está subordinada al poder.

Max Weber indica que el poder es “la posibilidad de imponer la propia voluntad sobre la conducta ajena”.³

Pero el poder tiene más interpretaciones en el mundo de la ciencia y la filosofía. Aquí presento brevemente lo que algunos pensadores creen que es esta fuerza imperante en las sociedades tanto de antaño como las modernas, entre los que destacan:

Hobbes: “El poder es la disponibilidad de recursos para obtener un bien o unos objetivos y está en manos del Estado”.

Weber: “El poder es la capacidad o probabilidad de conseguir obediencia dentro de un grupo”.

Marx: “El poder es la capacidad de una clase social de imponer su interés sobre el conjunto de la sociedad”.

Lasswell: “El poder es la capacidad para intervenir en los procesos de toma de decisiones”.

³ <http://www.bibliojuridica.org/libros/1/158/3.pdf>/ Weber Max, Economía y Sociedad. 2ª ed, México, FCE, 1964, p. 696.

Dahl: "El poder es la relación en la que A es capaz de que B haga algo que de otra manera no haría".⁴

Por su parte, Michael Foucault establece que el poder es una fuerza intangible pero autoritaria.

"Hay que admitir en suma que este poder se ejerce más que se posee, que no es el privilegio adquirido o conservado de la clase dominante, sino el efecto de conjunto de sus posiciones estratégicas, efecto que manifiesta y a veces acompaña la posición de aquellos que son dominados. Este poder, por otra parte, no se aplica pura y simplemente como una obligación o una prohibición, a quienes no lo tienen; los invade, pasa por ellos y a través de ellos; se apoya sobre ellos, del mismo modo que ellos mismos, en su lucha contra él, se apoyan a su vez en las presas que ejerce sobre ellos".⁵

Así se demuestra que el poder es una fuerza tan grande que es casi imposible de evitar. Esta fuerza, en nuestros días, ha logrado mutar hacia un nivel más imperceptible y efectivo. Actualmente, los actores sociales no permiten que el poder se ejerza directamente. Ahora, éste debe estar implícito en todo proceso social. Este proceso tiende a funcionar a favor del poder, pero el actor social no debe darse cuenta. Así se arma un juego perfecto, la sociedad trabaja para el poder, sin saberlo.

Foucault lo plasma de manera sutil pero cierta. Si bien en el siglo 21 ya hemos pasado la época de la revolución contestataria, de las manifestaciones anti poder, la resistencia sigue viva.

⁴ http://www.wikilearning.com/el_poder_politico-wkccp-6273-6.htm

⁵ http://www.sindominio.net/versus/paginas/textos/textos_00/vigilar_y_castigar.htm

Esta resistencia es menor a la de décadas anteriores. Pero el poder, de manera inteligente, usa la globalización para inmiscuirse y funcionar a la perfección. Así se camufla en mensajes comunicacionales tendenciosos y sesgados, en una maquinaria de mercado ineludible. Las leyes de mercado son una herramienta del poder para dejar que todo fluya en pos de sus beneficios, sin ejercer influencia directa. A los grandes gobiernos, a los grandes empresarios o políticos poderosos, ya no les interesa imponer directamente sus directrices. Ahora el negocio está en empujar para que todo fluya en el río de lo previsto por la cúpula. Los ciudadanos creen que en nuestros tiempos, el poder radica en los ciudadanos, con la llamada democracia. El supuesto Demo (pueblo) es dueño del cratos (poder).

Si bien la persona en edad de votar tiene derecho a elegir a un gobernante, legislador, autoridad seccional, o lo que sea, eso no representa que el poder radique verdaderamente en el pueblo. Según Ryszard Kapuscinsky, el problema fundamental de la democracia moderna, especialmente en América Latina, es que “el Estado sufre los embates de las corporaciones y los organismos internacionales, cuya fuerza aumenta con este proceso, como resultado de lo cual cada vez más las decisiones fundamentales sobre el futuro de una sociedad se toman fuera del Estado que la organiza. Estas decisiones se generan en instituciones internacionales que, para mayor gravedad, no han sido elegidas democráticamente: ninguno de nosotros ha participado en la selección de las autoridades del Banco Mundial o del Fondo Monetario Internacional.

Enfrentamos así a una especie de autoritarismo oculto, que produce como efecto colateral una grave enfermedad de la democracia moderna”⁶

Un gobernante puede tener las intenciones que quiera, pero su accionar siempre estará dirigido a mantener al poder, intangible y que traviesa a las personas, como lo estableció anteriormente el filósofo francés, Michael Foucault.

El sociólogo Manuell Castells manifestó, en su presentación en el V Foro Social Mundial, realizado en Brasil, que la época que vivimos es la Era de la Información. “Es un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social.

Como todo proceso de transformación histórica, la era de la información no determina un curso único de la historia humana. Sus consecuencias, sus características dependen del poder de quienes se benefician en cada una de las múltiples opciones”.⁷

Con esto quiero establecer que el poder globalizador y actual está dentro del marco de la comunicación. Estas tecnologías en las que el poder viaja, se multiplican, pero nunca mueren, no benefician en algunos casos al ciudadano, sino al poder. Esto es lo preocupante, que, como dice Castells, las consecuencias

⁶ Los cinco sentidos del periodista, Ryszard Kapuscinsky, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Bogotá 2004, pag 60

⁷ <http://www.cic.unb.br/docentes/pedro/trabs/castells-VFSM.html>

y características dependen de quienes se benefician. Con esto se estaría corriendo el riesgo de que la sociedad humana esté subida en el tren de la transformación social que beneficia sólo el poder. Hacer algo es urgente.

Castells en su ponencia continúa diciendo en su presentación: “pero la ideología tecnocrática futuroológica trata de presentar la revolución tecnológica como dictando una única forma de organización social posible, generalmente asociada a la ley del mercado y al proceso de globalización. De esta forma, la aceptación del extraordinario carácter de la revolución tecnológica en curso conllevaría la aceptación, en lo esencial, de que la propuesta según la cual la ciencia y la tecnología, utilizadas racionalmente, irán solucionando los principales problemas de la humanidad. Aun reconociendo obstáculos en el proceso de difusión y desarrollo, la crítica a los usos de la tecnología se identifica a la resistencia oscurantista al cambio social”.

Si este proceso de aceptación a que la tecnología vaya regulando el futuro es cierto, estamos condenados. Porque la tecnología no está en función del pueblo, sino del poder. Los que manejan los medios tecnológicos, no precisamente son personas desprotegidas. La tecnología está en manos del poder y bajo la afirmación de Castells, no hay salida.

Los ciudadanos también tienen acceso a la tecnología, pero esta es mucho más limitada a comparación de la que manejan los organismos centralizadores del poder.

Por esta razón, hay que protegerse del ‘tsunami’ tecnológico del poder. La forma de hacerlo es desconfiando, criticando, desnudando y revelando sus verdaderas intenciones. Estos propósitos, en muchos casos, excluyen a la mayoría de la

población para beneficiar a pocos poderosos. Un grano de arena en esta campaña es el proyecto de guía del que tratará esta tesis.

Y así es la globalización. Kapuscinsky manifiesta que “la globalización profundiza la desigualdad entre Estados, ya que pone en crisis a los llamados del Tercer Mundo. Solo las sociedades económicamente fuertes pueden resistir a la globalización, ya sea por el tipo de instituciones que poseen o por sus tradiciones políticas.”⁸

La lucha por que este poder no ejerza esa influencia es casi imposible. Lo que si es posible es tratar de que esta influencia sea tamizada y detenida cuando sea necesario. No sólo hay que entender al poder como una fuerza negativa. El poder puede ser utilizado en beneficio de sus subordinados, con buenas políticas de desarrollo educacional, de salud, de producción, de bienestar social, entre otras cosas. Pero reconocer las intenciones del poder, es el deber de todo buen periodista. De esta manera, tampoco se tendrá un repudio injustificado hacia el poder, lo cual puede trabar el desarrollo nacional. Pero eso si, cuando este poder afecta a la ciudadanía, hay que identificarlo y no solo rechazarlo, sino también revelarlo y dejarlo ‘desnudo’ ante la luz pública, para que el colectivo social tome conciencia de la realidad de esta fuerza.

⁸ Los cinco sentidos del periodista, Ryszard Kapuscinsky, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Bogotá 2004, pag 60

1.2 ¿La superestructura invencible?

El poder tiene varios matices y viene de diferentes francos. No sólo hay que identificar a este desde el punto de vista gubernamental, sino también económico y social.

Incluso hay que reconocer, aunque algunos no lo quieran aceptar y lo llamen el anti poder, que los medios de comunicación son un poder avasallante y que incluso recae en errores más graves que el mismo poder. El poder de los medios no es lo que nos invoca en esta parte del trabajo.

Incluso Javier Zocco, en su estudio sobre el poder manifiesta que “El poder está presente en los mecanismos más sutiles del intercambio social, no sólo en la política, las clases y los grupos, sino también en la moda, la opinión pública, los juegos, el deporte, las relaciones familiares y privadas”⁹.

En este mismo texto expresa que Michael Foucault indica que la "omnipresencia del poder existe no porque tenga el privilegio de reagruparlo todo bajo su invencible unidad, sino porque se está produciendo a cada instante, en todos los puntos, o más bien en toda relación de un punto a otro. El poder está en todas partes, no es que lo englobe todo, sino que viene de todas partes". Al reconocerlo como verdad es mejor entenderlo y así poder actuar como una forma de respuesta.

Zocco también ratifica la importancia y la diversidad de esta fuerza social, indicando que “el poder considerado en su concepto más general, no referido a

⁹ http://espanol.geocities.com/javierzocco/tv_elcuartopoder.html#laconcepcion

ningún contenido concreto, constituye uno de los elementos más importantes del accionar de la comunidad. Si bien no todo accionar de la sociedad muestra una estructura de poder, esta fuerza ocupa un puesto relevante en el cuerpo social. De los presidentes o primeros ministros se dice que lo tienen o que carecen de él en la medida adecuada; de otros políticos se piensa que están ganando o perdiendo poder; de las corporaciones se afirma que son poderosas. En fin, todos los campos del accionar de la sociedad parecen estar influidos de manera muy profunda por formaciones de poder, el cual no es único, ya que tiene varios matices. Poderes quiere decir formas de dominación, formas de sujeción que operan localmente: en una oficina, en el ejército o en una propiedad donde existen relaciones serviles. Se trata siempre de formas locales de poder que poseen su propia modalidad de funcionamiento, procedimiento y técnica. Todas estas formas de poder son heterogéneas”.

Analizar todas estas formas heterogéneas sería objeto de un estudio interminable y desvirtuaría el verdadero fin de este trabajo. Por esta razón se tratará de analizar brevemente los dos más conocidos e influyentes. Estos dos son el poder político y el económico.

1.2.1 El Poder político

“El poder político es aquella forma de poder a la que se atribuye el uso de la violencia legítima. El significado actual en las democracias liberales va ligado a la existencia de una legitimidad democrática, y a la atribución de capacidad dispositiva acorde al criterio de oportunidad política. Así, el concepto se contrapone al poder que se atribuye a la Administración o a los órganos judiciales, pues éstos poseen una voluntad que ha de estar fundada en un texto legal, es decir, poseen una capacidad reglada cuyas decisiones jamás pueden basarse en criterios de oportunidad”.¹⁰

El pensador Jean-William Lapierre cree que el poder político es una función social que consiste en tomar decisiones soberanamente para el conjunto de la sociedad global y de asegurar su ejecución por medio de la autoridad legítima y la supremacía de la fuerza pública.

Por su parte Carla Huerta Ochoa, en su libro Mecanismo Constitucionales para el Control del Poder Político, segunda edición, define a este poder como “la capacidad de ejercer la coacción, de usar la fuerza legal, lo cual equivale a la aplicación de la ley misma, el poder político está juridificado”.¹¹

Pero esta teoría es completamente refutable. Es cierto que el poder político se ejerce por la vía jurídica, pero no siempre la verdad es tan pura y casta como Huerta Ochoa quiere sugerir. El poder político es también direccionador de las

¹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Poder_pol%C3%ADtico

¹¹ <http://www.bibliojuridica.org/libros/1/158/3.pdf/>

leyes, las manipula, interpreta y las hace jugar a su favor. En muchos casos este poder se impone de forma fáctica, atropellando cualquier tipo de normativa legal. Eso si, el agente social que es víctima de esta imposición (en muchos casos son los medios de comunicación) se ven forzados a atenerse a los intereses de este poder, para no verse encerrado por una justicia politizada, que como dijimos anteriormente, manipula la leyes para favorecer los intereses políticos del poder. Si bien hay mucho que perder, en algunos casos hasta la vida, también hay mucho que ganar. Esta es una batalla entre David, representado por la sociedad y Goliat, el poder abusivo y omnipresente. Los medios están en el medio de esta batalla, a veces es víctima y en otras victimario.

Esto lo confirma un estudio realizado en la Universidad Autónoma de México en el que manifiesta que. “El Derecho no pre-existe al humano, el humano crea al Derecho y pre-existe a él. La unidad con mayor poder impone el Derecho a la de menor poder. Es decir, el Derecho no pre-existe al poder, así como tampoco lo crea o lo limita, si acaso le tiende canales que aquél desborda por su enorme caudal”¹².

En esta guerra son necesarias varias armas para poder vencer a este Goliat. Una de las herramientas para esta lucha es el manual que nacerá producto del proyecto que esta tesis quiere plantear. De esta manera, los futuros periodistas tendrán un elemento más para defenderse de esta fuerza ‘huracanada’ y trabajar por los verdaderos intereses del país. Al referirme a intereses nacionales quiero

¹² <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/010730062343-Title.html>

aclarar que me circunscribo a los intereses de la ciudadanía, razón fundamental de la Patria.

Foucault incluso manifiesta que, no solo las actividades, sino también el cuerpo mismo del ser humano está inmerso en este juego. El filósofo dice que: “El cuerpo está también directamente inmerso en un campo político; las relaciones de poder operan sobre él una presa inmediata; lo cercan, lo marcan, lo doman, lo someten a suplicio, lo fuerzan a unos trabajos, lo obligan a unas ceremonias, exigen de él unos signos”¹³.

Foucault también indica que los actores sociales que están en búsqueda de enfrentarse al poder, móvil de este trabajo, se apoyan en el mismo poder para consumir sus fines. “Este poder, por otra parte, no se aplica pura y simplemente como una obligación o una prohibición, a quienes ‘no lo tienen’; los invade, pasa por ellos; se apoya sobre ellos, del mismo modo que ellos mismos, en su lucha contra él, se apoyan a su vez en las presas que ejerce sobre ellos”.¹⁴

Por otra parte, es importante tomar en cuenta que este poder también se recibe por afiliación. Al decir afiliación me refiero que en algunos casos sólo es necesario pertenecer a una agrupación política con poder acumulado, para poder inferir en los procesos sociales. Los medios de comunicación pueden ser parte de esta influencia y de hecho lo son.

¹³ <http://www.efdeportes.com/efd89/foucault.htm> / Michael Foucault "Vigilar y castigar" Pág. 32

¹⁴ <http://www.efdeportes.com/efd89/foucault.htm> / Michael Foucault "Vigilar y Castigar" Pág. 33

En muchos casos, si una persona pertenece a una tienda política poderosa, estará protegida y también puede tener carta abierta para influir, atropellar y tramitar cargos, entre otras cosas.

El poder político es una maquinaria gigante y que, por lo menos en Ecuador, ha representado un factor entorpecedor del desarrollo nacional. Este poder no solo depende de sí mismo. Existe otro poder que sirve de base para su ejercicio. Sin el poder que detallaremos brevemente a continuación, el poder político quedaría sin piso y además perdería promoción y por lo tanto vida. Nos referiremos al poder económico.

1.2.2 El poder Económico

La idea de que quien tiene dinero puede hacer lo que le venga en gana, no es nueva. El hombre, durante siglos, ha buscado acumular riqueza para tener poder por sobre sus semejantes y lo ha logrado. En un mundo lleno de recursos como el nuestro, la riqueza se ha concentrado en pocas manos y en pocas sociedades. La distribución de la riqueza en países como el nuestro indica que pocos acumulan el poder.

Esto también se refleja en las cifras de los ingresos económicos de la gente en nuestro país. Estas cifras fueron obtenidas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). En Quito un individuo que tiene empleo recibe 387

dólares mensuales, uno de Guayaquil recibe 290 y uno de Cuenca 305¹⁵. Con esas cifras es muy difícil, por no decir imposible acumular riqueza, cuando un arriendo cuesta la mitad. El resto se usa para vivir y el ahorro es poco, sin es que existe. Incluso, una persona de servicio doméstico llega, en Cuenca, a ganar 133 dólares¹⁶, esto es 30 dólares menos que el salario mínimo vital. En Guayaquil ganan 150 dólares y en Quito 170. En último primero de mayo, en las celebraciones del Día del Trabajo, el actual presidente de la República, Rafael Correa anunció que las empleadas domésticas, como mínimos tendrán que ganar 120 dólares. En muchos casos, ganan menos de 70 dólares.

Los representantes de la 'cúpula económica' del país cuentan sus ganancias por cientos de miles, por no decir millones. Pero el poder económico, no sólo sustenta al poder político, sino que en muchos casos, es el dueño y señor de los medios de comunicación. Esta realidad es escalofriante. El poder económico tiene una ventana abierta las 24 horas para infundir en sus propósitos. No es noticia saber que en Ecuador, muchos, sino todos los principales medios de comunicación audiovisuales están en manos de millonarios como el caso de los banqueros dueños de canales de televisión. También diputados poseen radios en sus provincias (Ejemplos: José Montero diputado ex por Loja durante doce años, dueño de Radio Cariamanga; Luis Almeida, actual diputado por diputado por Guayas, dueño de radio Morena).

¹⁵ http://www.inec.gov.ec/interna.asp?inc=enc_tabla&idTabla=299

¹⁶ http://www.inec.gov.ec/interna.asp?inc=enc_tabla&idTabla=299

Ahí la labor del periodista se complica mucho más, porque su relación con el poder es mucho más directa y de dependencia laboral. Igualmente, siempre hay que hacer prevalecer los intereses patrios y no los del 'patrón'. En este trabajo entenderemos como intereses patrios o patriotismo, al rescate y defensa de los derechos de los ciudadanos.

A continuación presentaremos una entrevista con un ex reportero de TC Televisión, canal que es de propiedad de los hermanos Roberto y William Isaías, ex dueños de Filanbanco y que actualmente se encuentran prófugos de la justicia. El periodista prefirió mantener su nombre en reserva, pero cuenta cómo es el ejercicio profesional en ese medio de comunicación en relación al poder. Este reportero trabajó como periodista y también ha incursionado en programas de entretenimiento en otras estaciones televisoras.

¿Cómo es la relación dueño – reportero?

No existe una relación directa, todo se maneja por niveles. Existe un gerente que está inmiscuido en todas las áreas del canal y un vicepresidente de noticias que no tiene que ser una eminencia, sólo tiene que ser leal. Es el vicepresidente el que sesga la información.

¿Cómo se maneja la información?

Cuando es algo que afecta a los hermanos Isaías, se graba toda la nota y luego se manda a Guayaquil para que se edite a conveniencia. Si Juan Falconí Puig, ex superintendente de Bancos y enemigo de los Isaías, va a algún juzgado, se le busca la quinta pata al gato.

En otras notas, sólo se saca el punto de vista que beneficia a los ex dueños del Filanbanco. La idea es alivianar las noticias que suceden en otros medios.

¿Se maneja la misma línea editorial en todos los canales de propiedad de los Isaías?

No, sólo TC es totalmente frontal en la defensa a los ex banqueros. No se ha querido involucrar mucho a Gamavisión, para que no sufra el desgaste que tiene TC.

¿Existe la famosa 'lista negra'?

Cuando se entra al canal no te presentan una lista negra, pero poco a poco uno se va dando cuenta quiénes están dentro de la refrigeradora. Cuando alguien hace declaraciones en contra de los ex banqueros, está vedado, no puede salir ni siquiera en una toma de paso.

En algunas ocasiones los que entraron a la 'lista negra' llaman al canal a pedir que los tomen en cuenta, prometen retractarse y no decir nada más en contra de los Isaías.

¿Cuál es el perfil de profesionales que buscan en ese medio?

No contratan gente que tenga un criterio formado, buscan personas manejables y que ellos puedan ir formando a su conveniencia.

El periodista con criterio tiene dos opciones: convencerse que no puso la otra versión por falta de tiempo y no firmar la nota, o salir del canal. Existe una gran frustración profesional.



Estas declaraciones revelan el uso malicioso de la información, producto de la presión de los dueños del medio de comunicación.

Como aparece, el poder económico es una realidad irrefutable. Se sustentará lo dicho con lo que Martín Olivella detalla en su libro El Poder del Dinero, la monética contra la corrupción. “La moneda ha llegado a ser, de buen grado o a la fuerza, en muchas culturas contemporáneas, una pieza clave en las relaciones humanas.

Con ella, en ella o por ella, las relaciones entre individuos, naciones y sociedades aumenta o disminuyen, se equilibran o se desequilibran, llegan a ser justas o se corrompen.

Esta ambivalencia de la moneda se debe al uso que se hace de ella: instrumento de dominio, de poder, de corrupción... o instrumento de intercambio, de responsabilización de información compartida”¹⁷.

En definitiva, la acumulación de riqueza es un instrumento clave para dominar y ejercer poder por sobre muchas, sino todas, las aristas de la sociedad contemporánea.

De esta manera terminamos de analizar brevemente la influencia monetaria en el poder.

1.3 La comunicación en teoría

El poder tiene que comunicarse para ser efectivo, tiene que conquistar otros territorios y propagarse. Si bien hay como ejercer poder de forma directa y sin comunicación, ese poder es caduco y poco efectivo.

El poder tiene que comunicarse con los ciudadanos y lo tiene que hacer de forma eficaz. Para este fin se han estudiado varias teorías de la comunicación para tratar de entender cómo ejercer el proceso comunicativo y así tener éxito. Cuando me refiero a éxito quiero indicar que para el poder, el objetivo es conseguir la respuesta deseada por parte del conglomerado humano para quien se dirige.

Existen varias teorías y trataré de detallar algunas para entender cómo el poder se relaciona con la gente. La forma de ejercer esta relación es, en parte, a través de los medios de comunicación, otra de las variantes del estudio que estoy

¹⁷ <http://www.pangea.org>

realizando. Por eso el poder, que necesita comunicarse con sus subalternos, requiere de los medios para conseguir su fin. En muchos casos, los mismos medios son manipulados y por ignorancia o por malintencionados son herramientas del poder.

De aquí en adelante detallaremos algunas teorías.

1.3.1 Teoría Estructural Funcionalista

Esta teoría es a mi modo de ver la que usa el poder en mayor medida. Esto debido a que es la que garantiza mayores resultados y logra fielmente su acometido. Esta teoría cree que el receptor, es decir la sociedad que recibe el mensaje del poder a través del medio de comunicación, es fácilmente maleable, sólo es cuestión de determinar las características del emisor y así emitir su respectivo mensaje.

En la Biblioteca Virtual del Banco de la República de Colombia se detalla que “la teoría estructural funcionalista fue desarrollada por Harold Lasswell en 1930; ésta, al igual que casi todas las teorías de la comunicación, habla del poder de los medios de comunicación frente al público (frente a las masas).

Esta teoría tenía como principio lograr la persuasión por medio de las siguientes preguntas: quién dice qué, a través de qué medio, a quién y con qué efecto, preguntas que, en últimas, se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que transmitían o emitían. En ella se prestaba especial atención a la superficie de los discursos; es decir, a lo que la información podía lograr en un primer momento.

En lo que se refiere a la función social de los medios, ésta consistía en supervisar y vigilar el entorno (o sea al gobierno, al Estado) y en transmitir la herencia social, función que debía ser cumplida mediante la educación, así como con la organización y estructuración de los instrumentos sociales, lugar donde los medios de comunicación tenían una gran preponderancia.

Por otro lado, esta teoría enunció la posibilidad inherente a los medios de crear rituales a medida que la información se fuera introduciendo en el público, así como la capacidad de éstos de generar temas de conversación sobre diferentes áreas y de definir la identidad de consumo del público en general".¹⁸

Esta teoría denota que los medios son una bisagra clave en la sociedad. Son los encargados de fiscalizar al Gobierno. Al mismo tiempo es el llamado a poner en la mesa de la discusión pública los temas sociales de interés. Sin embargo, el autor anota que el poder político de los medios es un factor importante. Pero en una perspectiva funcionalista, los medios serían el poder, posibilidad que se hablará posteriormente en el capítulo dedicado al Cuarto Poder.

Por último, la aseveración de que los medios tienen poder político, se debe, como lo dije anteriormente a que los dueños en muchos casos son parte del poder político y económico. Estos dos poderes están íntimamente ligados. Una entrevista que se presentará posteriormente demostrará lo dicho.

Este modelo paradigmático de Lasswel tiene un esquema claro:

Quién dice→qué→a través de qué canal→a quién→con qué efecto

¹⁸ <http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per32.htm>

Según los Apuntes sobre Teoría de la Comunicación de Margarita Alonso, este modelo se sustenta en las siguientes premisas¹⁹:

- 1 Los procesos comunicativos son asimétricos, con un emisor activo que produce el estímulo y una masa pasiva de destinatarios atacada por el mismo.
- 2 La comunicación es intencional y tiende un fin, a obtener un efecto, observable y medible.
- 3 Los papeles de comunicador y destinatario aparecen aislados, independientes de las relaciones sociales en que se producen los procesos comunicativos.
- 4 Las relaciones informales interpersonales eran consideradas irrelevantes respecto a las instituciones de la sociedad moderna.

Margarita Alonso también define cuáles son los defectos del modelo funcionalista.

Ella dice:

- 1 Énfasis excesivo en los efectos.
- 2 Traslada un esquema propio de las relaciones interpersonales.
- 3 Visión personalista del emisor.

Por último, ella cita al investigador neoyorquino de la primera mitad del siglo 20, Joseph Thomas Klapper, quien se refirió a este modelo diciendo: “Las aguas tranquilas del paradigma de Lasswell distorsionan la realidad compleja que define el proceso comunicativo”.

Estamos sumamente de acuerdo con la apreciación de este estudioso de los efectos sociales de los medios de comunicación, ya que el proceso comunicativo

¹⁹ Teoría de la Comunicación, Apuntes, Colección Temas de Periodismo, Editorial Pablo de la Torriente, 2001 Cuba, pag. 32 y 33

es mucho más complejo y tiene una tónica más humana. Pero a través de los tiempos, se ha venido utilizando esta forma y en nuestro modo de ver, malintencionada para el ejercicio de la comunicación. La gran víctima, sin lugar a dudas ha sido el receptor.

En la revista venezolana *Opción de Ciencias Humanas y Sociales*²⁰ se apunta que “El único cambio de perspectiva en esta corriente tuvo lugar en los años sesenta con los estudios sobre los usos y las gratificaciones de los medios, que modificaron la pregunta ¿qué es lo que hacen los medios con los receptores? por la de ¿qué es lo que hacen los receptores con los usuarios con los medios?, los cuales revirtieron la teoría de Laswell sobre el papel poderoso y unilateral de los mismos para influir sobre las personas, pero sin cuestionar su paradigma que continuó manteniendo una visión funcionalista, instrumental y paradigmática del proceso de la comunicación”.

Al existir esos cuestionamientos se desprenden otras teorías sobre la comunicación que se definirá brevemente a continuación.

1.3.2 Teoría del Conductismo

La biblioteca virtual del Banco de la República Colombiana determina que esta teoría “entiende y percibe que la gente se deja persuadir de los medios sólo si quiere y, por lo tanto, ya no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con la capacidad de decidir qué es

²⁰ *Opción Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, Universidad de Zulia, Ediciones Astro Data, Maracaibo Venezuela, 2001, pag. 14

lo que quieren ver, cuándo y cómo (el público puede cambiar de canal de televisión, puede cambiar de emisora, puede apagar los aparatos de los cuales se sirven los medios, puede no prestarles atención, etc)”).

Esta determina, en cierta manera, que ya existe un poco de preocupación sobre cómo el receptor puede actuar ante el mensaje. Así se refleja que el receptor ya no es un ser sin criterio y sin capacidad de “cambiar de canal”.

Así lo define el texto de la biblioteca colombiana: “Es en ese momento cuando se entiende la importancia del entorno frente a la información; es decir, que entre el emisor y el receptor hay un contexto por donde la información pasa y por donde ésta puede transformarse, pues no todo el público recibe una información del mismo modo, ya que el efecto que ésta produce depende del medio social, político, económico y cultural; es decir, depende del receptor. De la anterior conceptualización es de donde nacen los estudios sobre las características de los receptores y la influencia del contexto, pues los medios ya no determinan maneras de pensar y de actuar, sino simplemente las refuerzan de diferentes maneras y bajo diferentes circunstancias, en algunos casos con mayor impacto que en otros....”²¹

Pero es en América Latina donde se da, en nuestro modo de ver, la verdadera teoría de cómo deben interactuar los actores que son partícipes del proceso comunicativo.

²¹ <http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per34.htm>

1.3.3 La comunicación alternativa

Este modelo de comunicación tiene otra concepción mucho más acorde con la realidad y con una óptica más humanista.

La revista Opción, de Venezuela²² dice que esta teoría, “como objeto de estudio en América Latina se inicia en 1970, con las investigaciones de Armand Mattelart sobre las experiencias de comunicación popular, que tienen lugar en Chile durante de Gobierno de Salvador Allende y buscaban romper con el esquema rígido de comunicación vertical que otorgaba funciones prefijadas al emisor y al receptor.

La propuesta de Mattelart intentaba fomentar una comunicación más democrática y participativa, en la cual el receptor tuviese igualdad de condiciones y oportunidades para producir y emitir mensajes, cuestión que el autor definió con la expresión (devolver la palabra al pueblo)”.

Al contraponer esta nueva teoría de la comunicación se rescata al receptor del ‘yugo’ al que lo somete el emisor, en las teorías clásicas norteamericanas. Se ha incluido este tipo de comunicación por que creemos fehacientemente que ésta es la verdadera forma de comunicarse y es la más patriótica. Al revalorar al receptor se está revalorizando a la Nación, por que la Nación está conformada de receptores, es decir de ciudadanos. Este es un arduo trabajo, en el cual hay mucho camino por recorrer.

²² Opción, Revista de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad de Zulia, Ediciones Astro Data, Maracaibo, Venezuela 2001, pag 19.

La dictadura del emisor da pie a que el poder someta los pensamientos de la gente y los invada con lo que él crea importante. En esta teoría se basa el proyecto de manual que es materia de este trabajo. El manual debe enseñar a los futuros comunicadores que el receptor es humano (con criterios y sentimientos) y que el emisor también debe serlo, y que siempre se deben precautelar los intereses de la comunidad y no de la cúpula.

Este tipo de comunicación tiene ya algunos ejemplos en nuestro país. El vertiginoso crecimiento de la tecnología también permite que los comunicadores que están ávidos de ejercer otro tipo de comunicación, lo puedan hacer.

Si bien han nacido periódicos que han tratado de hacer una comunicación diferente, como es el caso del periódico Tinta Ají, editado en Quito. Sin embargo, han caído en relaciones directas con grupos políticos, en este caso, el Movimiento Pachakutik.

También han existido otras experiencias, que han nacido de la propia voluntad de grupos religiosos con visión social. En ciudades, donde el agro es el pilar fundamental de la vida de sus habitantes, la congregación de los salesianos han instaurados radios comunitarias que permiten un contacto más directo con la comunidad y los resultados son más tangibles.

Pero volviendo el tema de la tecnología como herramienta para ejercer este tipo de información, resaltan periódicos virtuales que buscan cambiar el concepto del ejercicio de la comunicación social.

Uno de estos casos es el portal Altercom, que difunde temas sociales y críticos. El mismo medio se define como “parte de la lucha por la dignidad, la soberanía y la autodeterminación de los pueblos y las nacionalidades, por la vigencia plena e

integral de los derechos humanos, por un mundo nuevo y justo. Rechazamos toda forma de dominación: imperialismo, colonialismo, racismo, fascismo, apartheid, así como toda discriminación económica y social. El equipo de Altercom no percibe ingresos y se mantiene de las aportaciones voluntarias de sus integrantes y articulistas”.²³

Existen otros ejemplos como es el caso del portal Azogue, que tienen básicamente la misma línea editorial. Este se identifica con la lucha de los migrantes, ecologistas, sindicalistas y pacifistas.²⁴

También es importante rescatar que cualquier comunicador no necesita crear toda una maquinaria en la web para dar a comunicar informaciones independientes. La posibilidad que ahora ofrecen los “blogs” da libertad para la libre expresión de opiniones e informaciones.

²³ <http://www.altercom.org/quienessomos.html>

²⁴ <http://www.azogue.net/enredate%20con%20azogue.php>

Capítulo II

La Comunicación y sus medios

Comunicar es un proceso ineludible de las relaciones humanas. Sin lugar a dudas es una necesidad y la razón por la cual existen y existieron las distintas civilizaciones a lo largo de la historia del ser humano.

La búsqueda de códigos entendibles para todo el conglomerado de los hombres, fue primordial. Actualmente, es tan necesaria que uno de los más grandes avances de nuestra historia es el haber conseguido formas más eficientes y rápidas para comunicarnos. De ahí nacen los medios impresos, el telégrafo, la radio, la televisión, los satélites y el Internet. Todo esto responde a la necesidad de agilizar los procesos a través de una comunicación más dinámica.

Algunas enciclopedias determinan que la comunicación es “un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos, por medio del cual éstos obtienen información acerca de su entorno y de otros entornos y son capaces de compartirla haciendo partícipes a otros de esa información. La comunicación es de suma importancia para la supervivencia de especies gregarias, pues la información que ésta extrae de su medio ambiente y su facultad de transmitir mensajes serán claves para sacar ventaja del modo de vida gregario”.²⁵

Además, este proceso está esquematizado de una forma que ha dado la vuelta al mundo y demuestra el proceso:

²⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

EMISOR → CANAL → MENSAJE → CANAL → RECEPTOR

En el capítulo anterior se anotará las más importantes teorías que determinan las funciones y características de esta ciencia y herramienta humana.

2.1 Los medios, breves reseñas y pequeños análisis

Si, como se dijo antes, la comunicación es la base de nuestro desarrollo, es importante analizar los medios de comunicación, que a nuestro criterio, son los más trascendentes.

Es decir, se analizarán los medios de comunicación como tal. Ya que existen, lógicamente, otras formas de comunicarse.

Sabemos que el destino y la cosmovisión del planeta han estado en manos de los medios de comunicación. Los cuales, no en todos los casos, se han comportado a la altura de sus deberes y responsabilidades.

Pero por más errores que se hayan cometido en el pasado, quienes estuvieron al mando de un medio, hay que admitir que son grandes descubrimientos y pilares fundamentales de las actuales relaciones humanas.

Gracias a la inmediatez que estos han alcanzado, se ha logrado que grandes tragedias, provocadas por el hombre o por la naturaleza, lleguen rápidamente a oídos del resto del mundo, canalizando así ayuda inmediata.

La misma enciclopedia que hemos citado repetidas veces hace la siguiente

aclaración:

“Es probable confundir medios de comunicación con medios de difusión masiva y medios de información y expresión. Un medio de difusión es un centro emisor a través del cual se transmiten señales mediante un código.

Cada una de las variantes de los medios de comunicación que se conocen en la actualidad han sido un gran aporte a la manera de cómo el ser humano se comunica con sus semejantes”.²⁶

Se puntualizará cada uno de los medios de comunicación brevemente en siguiente sub tema.

Pero todavía queda entender un importante punto de análisis. Como se dijo anteriormente, los medios han tomado una gigantesca importancia en las sociedades modernas. Pero esto se debe a que la materia prima de los medios se ha vuelto una herramienta de poder y una ventaja indiscutible.

La información es vital para el éxito. No sólo sirve para tener una óptica más clara de la realidad, con la cual se pueden tomar mejores decisiones, sino que también aporta a un nivel de intelectualidad mucho mayor de quien no tiene información.

Sobre este tema Manuel Castells indica que “en medio de una de las revoluciones tecnológicas más extraordinarias de la historia (era de la información), la disparidad de conocimiento y capacidad científica se concentra cada vez mas en términos relativos, por países, por clases, por instituciones y por organizaciones”²⁷.

²⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicación

²⁷ <http://www.cic.unb.br/docentes/pedro/trabs/castells-VFSM.html>

En la parte referente a las teorías de la comunicación vimos estrategias que toman los medios de comunicación para llegar a las audiencias y las reacciones de estas últimas. Pero también se corre el riesgo de convertirse, como audiencia, en un elemento sin criterio, es decir una esponja del proceso, es decir, no recibir la información como un instrumento para el éxito, sino como un elemento hipnótico. Así describe el profesor Jesús González Requena, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid, a quien se sienta frente a un medio de comunicación audiovisual sin el menor criterio: "Desposeído de su cuerpo, enfrentado, por ello mismo a la caricatura de su deseo, invadido por un universo inmediatamente accesible pero sistemáticamente fragmentado (...) desposeído de toda intimidad, huérfano de ritos (...) es un espectador desintegrado - como están fragmentados los mensajes que recibe -, vacío - como está vacío el lugar del sujeto de la enunciación en el discurso que le habla; un espectador, en suma sometido a una posición psicótica"²⁸.

Bueno, se ha tratado de analizar brevemente los medios de comunicación y su irrefutable importancia en los procesos sociales de hoy en día. No ahondamos más en este tema, porque a continuación trataremos los medios de comunicación de mayor trascendencia.

²⁸ <http://espanol.geocities.com/javierzocco/laconcepcion>. Extraído de (González Requena, Jesús, El discurso televisivo, Madrid, Cátedra, 1995, p. 158)

2.1.1 La prensa escrita, el primer eslabón de la cadena

Escribir es vital para dejar constancia de los hechos que han sucedido a lo largo de la historia. Es más, la historia toma su nombre desde que el hombre inició su proceso de escritura. La prensa escrita es el medio más antiguo de su género.

Los grandes eventos, hasta la actualidad, han sido recogidos por quienes escriben a diario estos sucesos. Si bien en la modernidad, este medio de comunicación se ha visto amenazado por tecnologías que permiten un flujo de información más inmediato, no se avizora la muerte del periódico, en el corto y mediano plazo.

Esto se debe a que las empresas dedicadas a este fin, también han tenido que modernizarse. Entre las medidas que han tomado, está la inclusión de una página web, en la que no sólo se coloca la versión escrita en la red, sino que también se la actualiza constantemente. Otra medida que se ha tomado para evitar, o por lo menos prolongar su muerte, ha sido volver a los periódicos más gráficos y coloridos. De esta forma se llama más la atención de una generación considerada mucho más gráfica.

Pero ¿cuál es la historia de este importante medio? A continuación daremos una breve reseña de su pasado.

“El primer periódico fue el *Acta diurna* que Julio César mandaba colocar en el foro romano en el siglo I antes de nuestra era. En la baja Edad Media, las hojas escritas con noticias comerciales y económicas eran muy comunes. En Venecia, se vendían hojas al precio de una “gaceta”, de las que provienen los nombres de muchos periódicos publicados en la Era Moderna y Contemporánea. En los siglos

XVIII y XIX, los líderes políticos tomaron conciencia del gran poder que podían tener las gacetas para influir en la población y proliferaron los periódicos de facciones y partidos políticos. Hacia fines del siglo XIX, los empresarios descubrieron el potencial comercial del periodismo y surgieron las primeras publicaciones parecidas a los diarios actuales. En los Estados Unidos, Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst crearon grandes diarios destinados a la venta masiva. Nuevas invenciones, como el telégrafo, facilitaron la obtención de noticias. La fotografía comenzó a usarse en la prensa diaria en 1880. Alemania fue el primer país que produjo revistas gráficas ilustradas con fotografías”²⁹.

Ya en el siglo XX los periódicos empezaron a proliferar por todo el mundo, casi no habían naciones que no cuenten con sus respectivos diarios. En el caso ecuatoriano ya se contaba con periódicos, los cuales todavía existen como el Telégrafo (1884) y El Comercio (1906).

Incluso, retomando el capítulo anterior, en el que analizamos el poder, podemos decir a ciencia cierta que desde inicios del siglo XX ya encontramos vestigios claros de una parcialidad política de los medios de comunicación escrita. Sin bien sabemos que desde que el periódico que fue escrito y editado por Eugenio de Santacruz de Espejo, Primicias de la Cultura de Quito, había una marcada inclinación política independista, en el siglo XX ya se entendía que los medios tenían que manejar una línea más neutral

El caso concreto que pudimos encontrar es el diario La Época. Este era editado en la ciudad de Quito y en su edición del martes 2 de diciembre de 1919 dice en su primera plana y como titular en grandes proporciones:

²⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo>

“Para presidente de la República en el período constitucional 1920 a 1924, el Sr. Dn. José Luis Tamayo. La Época recomienda su candidatura al voto de los ecuatorianos”

Posteriormente, en el largo texto en el que primero analiza la situación de la nación, encontramos en el octavo párrafo: “...sin el menor deseo de imponer a nadie nuestra opinión al respecto, sometemos a la consideración de nuestros connacionales, en especial a aquellos que sirven en comunidad con ideas como nosotros, el nombre del Sr. Dr. Dn. José Luis Tamayo, para futuro presidente de la República....”.

Este es sólo un ejemplo, pero la historia de estos medios ha estado llena de altos y bajos. Ha sufrido varias persecuciones políticas y se ha visto empantanado en sus propios errores y ambiciones. Pero también han sido fuentes de luz para esclarecer las mentes de sus lectores. Ese es el verdadero fin de este medio de comunicación y por eso, el proyecto de guía que se está planteando busca precisamente que los medios retomen ese camino, así como también que quienes vayan a trabajar en los periódicos del país, lo hagan con una visión crítica y apegada a los grandes intereses nacionales (seguridad social, alimentación, seguridad, educación, salud, vivienda, entre otros). Que aprendan de los errores que han cometido sus predecesores y no lo niegue, sino que los usen como una fortaleza para no volverlos a repetir y así no entorpecer el desarrollo de nuestra nación.

2.1.2 La Radio, el medio acompañante y su historia

Uno de los medios de comunicación que ha dejado huella y que todavía sigue en plena vigencia, es la radio. Tiene una rica historia y un futuro promisorio. Es que al igual que los medios impresos, la radio también ha sabido acoplarse a los nuevos de tiempos, de manera, al parecer, exitosa. Cada vez más, las emisoras tienen sus propias páginas web, en las que se permite al radio escucha acceder a ese dial desde cualquier parte del mundo.

Pero la particularidad de este medio de comunicación es que sirve de compañía para la gente, es decir, que no requiere que las personas le presten total atención al momento de sintonizarla. A diferencia de la televisión y los medios impresos, que requieren que las personas pongan sus cinco sentidos en ellos, la radio es un elemento que permite que la gente realice otras actividades mientras suena este legendario aparato.

Este fenómeno se produce cuando la radio está en sus espacios de entretenimiento, especialmente en programas musicales.

Pero también es un medio netamente informativo, y lo ha sido por décadas. Tanto así, que ha provocado grandes conmociones sociales como la recordada Guerra de los Mundos. Esta obra de H. G. Wells, que narraba la invasión de alienígenas a la tierra a finales del siglo XIX.

En su adaptación radiofónica en Estados Unidos, en 1938, “creó gran alarma social, dado que se emitió como noticiario de carácter urgente, lo que provocó escenas de pánico entre los ciudadanos, que creyeron que se estaba

produciendo una verdadera invasión alienígena de la Tierra. La ingenuidad de un público que aún no conocía la televisión, contribuyó al éxito de la propuesta de Welles, que, sin embargo, debió pedir disculpas públicamente a los radioyentes”³⁰.

No olvidemos que la misma anécdota sucedió en nuestro territorio. “En 1949, Radio Quito repitió el programa de Welles con consecuencias mucho más dramáticas.

“El pánico cundió entre los ecuatorianos, que terminaron pasando del miedo a la furia al saber que habían sido engañados. Una muchedumbre prendió fuego al edificio en el que se encontraba la emisora y el periódico El Comercio. Veinte personas murieron en el fuego o al intentar escapar”³¹.

Pero bueno, esas solo son historias que denotan la importancia que tiene este medio de comunicación. Pero a continuación detallaré una breve reseña histórica de la radio.

Este sumario histórico es tomado de la Biblioteca Luis Ángel Arango, del Banco de la República de Colombia.

“Las primeras emisiones públicas de radio tienen lugar en el año de 1912, a raíz de la proliferación de señales de radio provenientes, en especial, del transporte marítimo y de las estaciones terrestres...

...En 1920 le son asignadas, por primera vez, algunas frecuencias exclusivas a las estaciones de radio de Estados Unidos. A partir de este año, empiezan a

³⁰ [http://es.wikipedia.org/wiki/La_guerra_de_los_mundos_\(novela\)](http://es.wikipedia.org/wiki/La_guerra_de_los_mundos_(novela))

³¹ http://www.informativos.telecinco.es/dn_5037.htm

nacer diferentes estaciones, así como a aparecer las primeras cadenas radiales.....

En 1922 nace la radio comercial, cuyo fin, inicialmente, era el de emitir cuñas publicitarias. Tan sólo un año más tarde se empiezan a emitir programas de narraciones e historias"³².

Pero el Ecuador tiene su propia historia radial. Las noticias antes de la aparición de este maravilloso medio de comunicación, llegaban a través de revistas o libros que eran leídos por unos pocos privilegiados, a principios del siglo XX.

"El Guayaquil Radio Club fue fundado el 9 de mayo de 1923, en una época en que las comunicaciones radiales recién se estaban iniciando en el país.

Los radioaficionados, tanto ecuatorianos como de otros países, fueron instrumentos en la apertura de las bandas de alta frecuencia, mejor conocidas como HF, pues a través de la experimentación, diseños y construcción de equipos y antenas fue posible utilizar cada vez frecuencias más altas. Los radioaficionados fueron los pioneros de las comunicaciones de VHF y UHF en el Ecuador, y muchos de los sitios donde actualmente están colocadas repetidoras de radiodifusoras y canales de televisión fueron descubiertos por radioaficionados en su búsqueda por encontrar el mejor lugar para ubicar sus repetidores.

La radio afición en el Ecuador también ha jugado un importante papel en las comunicaciones de emergencia, desde el terremoto de 1942, donde se usó por primera vez para informar al exterior y dentro del país lo que había ocurrido. Ya en el terremoto de Ambato, en 1949, la radio fue vital para el flujo de información

³² <http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per74.htm>

oficial y personal de los damnificados”.³³

Después de eso, la radio en el país y en mundo ha venido jugando un papel primordial en el desenvolvimiento de nuestras sociedades e incluso de los acontecimientos históricos. El fútbol también le debe mucho a este medio de comunicación, pues cientos de hinchas, escucharon por radio las anotaciones de los equipos de sus amores, en las voces de Carlos Efraín Machado y Alfonso Lasso, por citar dos ejemplos.

Pero la radio también se ha visto manchada por capítulos oscuros, ocurridos no hace mucho. Cuando se defenestró al ex presidente Lucio Gutiérrez, una radio, específicamente radio La Luna, en voz del ex periodista Paco Velasco, tomó una postura anti periodística. Si bien el periodismo radial debe ser un oficio apegado a los intereses comunitarios, quien tiene un micrófono en su poder no puede, de manera vulgar y poco profesional, llamar al caos.

Pero este anti gutierrismo manifiesto en dicha radio difusora, haría pensar que es una radio que esta siempre vigilante de los procesos democráticos y del poder. Al momento de realizarse este trabajo, esa radio ha demostrado un apego claramente manifestado con el actual Gobierno, el del Presidente, Rafael Correa. Entonces nace la pregunta: ¿La radio esta para ir de bando en bando, analizando e informando lo que a le parezca, según la coyuntura política? Nosotros pensamos que no.

A continuación presentaremos una entrevista realizada al gerente de radio La Luna, Ataulfo Tobar, quien explicará el proceso que se vivió en la caída de Gutiérrez y su nuevo rol político.

³³ <http://estructuraecuador.wordpress.com/tag/descripcion-estructurada-de-la-radio/>

¿Por qué encabezaron el golpe de Estado?

No podíamos quedarnos de brazos cruzados, sentíamos indignación por la traición al pueblo de Gutiérrez. Él llegó al poder con un discurso popular y de izquierda, luego se volcó a la derecha y se abrazó con la oligarquía. En Quito la gente tiene un sentido político más formado que en el resto del país, por eso creo que sí fuimos una fuerza representativa.

¿No se alejaron de los principios del periodismo?

No hay reglas en el periodismo. Es falso que uno tiene que ser neutral, el periodista tiene que tomar una postura definida y no tener miedo de hacerlo.

¿Están vinculados con el actual Gobierno?

Nosotros apoyamos a Rafael Correa desde la primera vuelta electoral y lo seguiremos apoyando, siempre y cuando no traicione al pueblo.

Nuestro apoyo es sin restricción y sin condiciones, pero no estamos vendidos al Gobierno. No tenemos intereses y nadie en la radio ocupa un puesto público.

La voz de La Luna, el periodista Paco Velasco, es actualmente candidato a asambleísta por el movimiento Alianza País ¿Eso no es vincularse demasiado?

Paco nunca pidió ser candidato, el Gobierno se lo ofreció y creemos que puede hacer un buen papel. Eso no vincula a La Luna completamente.

¿Velasco va a seguir en la radio?

Creo que mientras esté en campaña debería alejarse de la radio, pero cuando gane las elecciones, los micrófonos estarán abiertos para que rinda cuentas. Eso no crea ningún impedimento ético.

¿La radio vive de la publicidad oficial?

Tenemos la misma publicidad que otras radios. Antes incluso teníamos menos, por lo que llamé a la Secretaría de Comunicación a pedir que se tome en cuenta a la radio y se tomaron los correctivos.

Tenemos alrededor de 20 cuñas oficiales al día, cada una vale 7 dólares, por lo que recibimos 4 200 dólares del Estado al mes. Mantener la radio cuesta 6000 dólares mensuales, por los que el aporte del Gobierno es importante, pero no lo es todo.

Las declaraciones de Tobar demuestran un repudio por el anterior Gobierno y un apego “sin restricciones” al actual régimen, lo cual, a nuestro criterio no puede suceder.

Esperemos que este medio de comunicación (me refiero a la radio en general), se encamine en los senderos del verdadero patriotismo y profesionalismo, para así todos, desde diferentes tribunas, empujar por el desarrollo nacional.

2.1.3 La Televisión ¿El opio del pueblo, o un medio noble y funcional?

Se ha criticado continuamente el rol de la televisión, como también se han aplaudido sus logros. La imagen es un recurso de entretenimiento y de información de mucha llegada e impacto. Es muy difícil, con un texto escrito causar la misma sorpresa, dolor, repulsión, alegría, que con una imagen. Para lograrlo el periodista redactor, debe saber cómo manejar el lenguaje y hacer llegar imágenes a través de palabras a los lectores.

Pero si bien grandes hechos de corrupción se han destapado gracias a cámaras ocultas o investigaciones televisadas, también han sido focos de críticas por sensacionalismos y por los resultados que se van apreciando en una generación en la que la televisión fue su niñera, profesora y, por duro que suene, hasta madre.

La generación de la imagen, como la llamamos, ha puesto en jaque a los otros medios de comunicación que la precedieron. Gracias al ingenio de quienes están dentro de la maquinaria informativa de los otros medios, es que estos no han muerto, sino que se han visto obligados a renovarse.

Pero la televisión tiene su magia y permite explorar por un sin número de oportunidades para entretener e informar.

Este medio es valioso si se lo sabe manejar. Es conocido que no todas las televisoras se manejan con criterios culturales, patrióticos e informativos.

La Constitución Política vigente hasta la fecha, que fue expedida por la Asamblea Constituyente, en la ciudad de Riobamba, el 5 de junio de 1998, indica en su artículo 81, cuarto párrafo, “que los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de los valores éticos”³⁴.

Es notorio que canales de televisión no cumplen con esta misión constitucional. Algunas estaciones se caracterizan por su alto contenido cultural y ético, sino por su alto contenido de sangre, llanto, golpes y amarillismo. Todo queda justificado en el mundo del periodismo, por que “eso vende”. Este tema lo retomaremos posteriormente, cuando nos enfoquemos específicamente en el asunto de la ética.

Bueno, pero para continuar con el sub tema de la televisión desde un punto de vista global, se analizará, al igual que lo hemos hecho con los otros dos medios, una breve historia de este medio.

“Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos el 30 de abril de 1939. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra

³⁴ Constitución Política de la República del Ecuador // <http://www.ecuanex.net.ec/constitucion/titulo03b.html#410>

Mundial, reanudándose cuando terminó.

En España, se fundó Televisión Española (TVE). Después de un periodo de pruebas, se empezó a emitir regularmente en 1956, concretamente el 28 de octubre. Hasta 1960 no hubo conexiones con Eurovisión. La televisión en España fue un monopolio del Estado hasta 1988.

A partir de la década de 1970, con la aparición de la televisión en color los televisores experimentaron un crecimiento enorme lo que produjo cambios en el consumo del ocio de los españoles.

La televisión ha alcanzado una gran expansión en todo el ámbito latinoamericano. En la actualidad existen más de 300 canales de televisión y una audiencia, según número de aparatos por hogares (más de 60 millones), de más de doscientos millones de personas”³⁵.

Pero Ecuador tiene su propia historia televisiva y muchos de los personajes que conocemos hoy en día, han sido parte de ella o fueron quizás de los primeros en incursionar en este medio.

“El Ing. Hartwell encuentra un equipo viejo abandonado en las bodegas de la General Electric New York. Lo repara pacientemente en el garaje de su casa hasta el 11 de julio de 1959 y lo lleva a Quito... En agosto de 1959 se celebraba el sesquicentenario de la Independencia. La Unión Nacional de Periodista (UNP) lleva los equipos de la HCJB a una gran feria celebrada en los jardines del Colegio Americano, para que los quiteños pudieran ver televisión en blanco y negro.

En 1960, el Canal 4 obtuvo permiso para operar, de esta manera nació la

³⁵ <http://www.saber.golwen.com.ar/h television.htm>

televisión en Ecuador. La primera empresa comercial fue la compañía ecuatoriana de Televisión". La televisión llega al puerto gracias a la feria de octubre de Guayaquil, y, tras un convenio con la Casa de la Cultura, se instaló la antena. La prensa de la época celebra esta noticia con la misma euforia que la llegada del primer avión.

Los 60 marcan en Ecuador un notable desarrollo de la televisión, Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro, Canal 4.... Actualmente, existen 20 estaciones de televisión, entre regionales y nacionales...."³⁶

La historia de la televisión nacional se ha caracterizado por una pobre producción, cuya característica mantiene hasta estos días. No podríamos decir si eso se debe al arribismo de los ecuatorianos que preferimos lo extranjero y por ende, tanto televidentes como productores no exigimos calidad, o porque en realidad no hacemos buena televisión.

Pero hay otros problemas que para muchas personas ya pasan desapercibidos. En cómo los canales emprenden batallas declaradas para defender los intereses de los grupos de poder. Como anotamos en el capítulo anterior, los canales de propiedad de banqueros han presentado en nuestras pantallas verdaderas guerras informativas en pos de sus intereses económicos, jurídicos y políticos. En esta guerra sólo hay tres víctimas: el televidente, el periodismo y el país.

Sólo por citar el ejemplo en este medio de comunicación. El poder y al que los periodistas dicen no temer y estar prestos a fiscalizar, es un gran pautador en las cadenas. Un estudio publicado en la web, dice que "en las pasadas elecciones donde Álvaro Noboa, Cynthia Viteri, Rafael Correa, Fernando Rosero y León

³⁶ <http://estructuraecuador.wordpress.com/tag/historia-de-la-television/>

Roldós invirtieron más de 4 millones de dólares desde el inicio de la campaña electoral. Esta cantidad de dinero, que estos millonarios candidatos invierten en la televisión en menos de dos meses, equivaldría al sueldo mensual básico (USD 160,00) de 25 mil obreros del pueblo ecuatoriano.

Esta cuantiosa cantidad, en su mayoría, se la llevan los grupos que están detrás de los medios televisivos, como el Grupo Isaías (Estéfano y Roberto Isaías, ex propietarios del Filanbanco) accionista mayoritarios de Gamavisión, TC Televisión, CD 7, Canal Uno. Grupo Pichincha (Fidel Egas, propietario del Banco Pichincha) es accionista mayoritario de Teleamazonas. Grupo Alvarado Roca (mayor accionista de Ecuavisa). Cabe indicar que estos grupos además son propietarios de radio y prensa.

Según información pública, hasta el 29 de septiembre Álvaro Noboa (PRIAN) invirtió USD 935.310.95, Cynthia Viteri (PSC) 696.068.89, Rafael Correa (Alianza País) 675.215.35, Fernando Rosero (PRE) 455.150.23 y León Roldós (RED-ID); 209.794.22. Sin embargo, en los últimos 15 días de campaña, los candidatos habrían duplicado esta cifra, es decir, entre los cinco candidatos, habrían invertido cerca de 8 millones de dólares en promocionar su candidatura en los mismos medios de comunicación televisiva, sin contar los 7.1 millones de dólares que el Gobierno invirtió para promocionar a todos los candidatos³⁷.

³⁷ Red de prensa no alineada, <http://www.voltairenet.org/article143864.html>

2.2 El periodismo como profesión y herramienta para el país

El periodismo debe ser un apostolado, una misión para esclarecer la verdad ante los ojos del mundo. No debe estar en manos de gente inescrupulosa que no entiende de límites. Es un servicio social y no un medio para el enriquecimiento y la acumulación de poder.

Algunos la utilizan como herramienta de fama e incluso como una catapulta para postularse, luego de que han alcanzado la credibilidad de su audiencia, a algún puesto de elección popular.

Sobre este tema, presentamos a continuación una entrevista con el actual concejal de Quito, Gonzalo Ortiz, quien fue periodista de Diario El Tiempo, Diario Hoy, Ecuavisa, Telesistema, Gamavisión, entre otros medios.

Ortiz participó del Gobierno de Rodrigo Borja del año 1988 a 1992. Luego asesoró al alcalde de Quito, Paco Moncayo, y se postuló a la concejalía.

¿Por qué dejó el periodismo?

Yo salí de Diario Hoy por un invitación de Rodrigo Borja, un hombre al que considero muy honesto, para participar en su Gobierno. Primero fui Secretario de Comunicación y luego Secretario de la Administración. En ese momento sentí que podía ayudar a mi país y no limitarme a criticar.

¿Cómo intenta atraer el poder a los periodistas?

La tentación de las mieles del poder se da en mayor medida para la gente de la televisión. Los políticos buscan gente conocida y muchos de estos no se resisten. Además, creen que se van a volver más famosos. Todo depende de los valores de cada persona. Si buscas dinero, te harás político para ser corrupto, si quieres prestigio, buscarás realzar tu nombre. Lanzarse a la política no es malo, en mi caso lo hice para construir un mejor país y la socialdemocracia fue mi oportunidad.

¿Siempre supo que era un hombre político?

Desde que estuve en el colegio supe que yo era político. Además, vengo de una familia política. Mi papá fue diputado, senador, concejal, entre otras cosas. En mi casa siempre se vivió ese ambiente.

El periodismo y la política son apasionantes y se pueden conjugar.

¿Después de estar en el poder, hay cómo volver al periodismo?

Yo creo que sí. Si no te has desgastado como político si se puede. No creo que se los pueda hacer inmediatamente. Yo, después de finalizar el período de Gobierno, fui a dirigir una agencia de noticias en Costa Rica, al volver, pude reinsertarme en el periodismo. Luego volví a ser político cuando Paco Moncayo me lo pidió. Además, Quito es mi ciudad y creo que puedo ayudarla.

¿El periodismo le sirvió de trampolín político?

Si me ayudó el haber adquirido fama en el mundo del periodismo y haber ganado credibilidad en la audiencia, pero para llegar al puesto en el que estoy, sin duda lo que más me ayudó fue ser el primero en la lista de concejales de la Izquierda Democrática. No soy un afiliado al partido, pero soy un gran militante.



Ortiz nos ha dado más luces sobre las tentaciones a las que se exponen los profesionales y las razones que empujan a los periodistas a emprender un nuevo rol político.

Continuando con el tema de la profesión, el periodismo es una carrera en la que, después de un proceso que puede ser considerado discriminatorio, se clasifica qué noticias son de importancia colectiva y cuáles no. Después, por medio de varias técnicas de recopilación de información, se entra en un proceso de redacción, edición y publicación.

Se mide la importancia por medio de elementos de juicio como la proximidad, la cantidad de gente involucrada, la trascendencia y la coyuntura.

Esto no excluye que se presenten historias ocultas que nadie ha tenido la oportunidad de conocerlas. Estas informaciones también son importantes. Pueden ser historias humanas de cotidianidad, que por el pasar indiferente de la rutina, pasan desapercibidas por los lectores y también para los periodistas.

Pero ¿Cuál es el reto del periodista en esta nueva era de la información? Según Ryszard Kapuscinski, reconocido periodista polaco, “el principal reto para un

periodista está en lograr la excelencia en su calidad profesional y su contenido ético. Cambiaron los medios de coleccionar información y de averiguar, de transmitir y de comunicar, pero el meollo de nuestra profesión sigue siendo el mismo: la lucha y el esfuerzo por una buena calidad profesional y un alto contenido ético. El periodista tiene el mismo objeto de siempre: informar. Hacer bien su trabajo para que el lector pueda entender el mundo que lo rodea, para enterarlo, para enseñarle, para educarlo”.³⁸

La información es una materia prima delicada, puede incluso causar guerras y acabar con la vida de muchas personas. También puede servir para mantener en el trono al tirano y seguir empobreciendo a miles de personas. Podría hacerse una analogía entre el manejo de la información y el manejo de uranio. Los dos pueden llegar a ser muy explosivos y dañinos para las personas y el planeta, pero los dos tienen bondades magníficas que pueden ayudar al mundo y a todos sus habitantes.

Ser periodista y ejercer esta profesión no es fácil, se expone a varios peligros, los cuales hay que sortear con categoría y profesionalismo. Riesgos como los más directos, que son el cubrir alguna guerra, o riesgos menos directos pero casi igual de letales, como perder la credibilidad de la gente. Si la información, el lenguaje y el medio son las materias primas de esta profesión, la credibilidad es la razón de ser de un profesional de la comunicación. Si no creen lo que se informa, todo el trabajo no habría servido de nada.

³⁸ Los cinco sentidos del periodista, Ryszard Kapuscinsky, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Bogotá 2004, pag 87

Es ahí cuando en algunas ocasiones, periodistas que han abusado de la credibilidad para conseguir algún cargo público o terciar en alguna elección, quieren volver a los medios y seguir como que no ha pasado nada, la verdad es que la gente no siente la misma confianza que tenía antes y seguro sus niveles de audiencia se verán notablemente reducidos.

Sin temor a equivocarnos, el periodismo es una de las mejores profesiones del planeta, por su visión y entrega social. Además, al estar en contacto con los acontecimientos, existe un enriquecimiento personal y una visión del mundo mucho más amplia.

Además, existen satisfacciones personales de toda índole. Cuando se ha conseguido que exista una masiva colaboración de las personas a un caso de alguna niña enferma, por citar un ejemplo. También, desde el campo de acción del periodismo de comunidad, cuando se logra que por medio de la difusión de la información se dote de agua potable a un barrio determinado. Por último y en mayor escala, cuando se revelan caso de corrupción que cambian el rumbo de una nación y que se logra encarcelar a quien usufructuaba del dinero público.

2.3 ¿Es el cuarto poder?

Muchos a través de la historia aseguran que el periodismo es un el cuarto poder. Es decir que estaría después de las tres primeras funciones del Estado: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Esto se debe a la gran influencia que tienen los medios de comunicación y lo que logran con la difusión de ciertas informaciones. Hay otros, generalmente personas inmersas en el mundo de la comunicación, que desmienten esa aseveración y que prefieren decir que el periodismo es un ente fiscalizador del poder, lo que lo convertiría en un anti poder. A continuación se tratará de desglosar un poco más el concepto del cuarto poder.

Según la definición e historia más común encontramos la siguiente:

“Con esta expresión solía designarse a la prensa, en alusión a la extraordinaria influencia que ésta ejercía en los años previos a la Revolución Francesa, hasta la llegada de los todavía más poderosos medios de comunicación; TV, radio e Internet.

Su creación es atribuida al escritor, orador y político anglo-irlandés, muy famoso e influyente en su época, Edmundo Burke (1729-1791), dando con ella una prueba casi profética de perspicacia política, ya que en aquel momento la prensa no había logrado, ni siquiera en Inglaterra, el extraordinario poder que alcanzaría más tarde en todos los países libres.

El supuesto Cuarto Poder era solo cuarto tras los poderes legislativo, ejecutivo y judicial. En tiempos modernos muchos consideran ya este Cuarto Poder el más

poderoso de todos, porque no se limita a reflejar la opinión pública en la que supuestamente se basa toda democracia, sino que puede crear esa misma opinión pública, proporcionando la casi totalidad de la información con la que ésta cuenta en cualquier momento dado.

Considerando el tremendo impacto que los nuevos medios de comunicación tienen en las autopistas de la información de la nueva Aldea Global, y la facilidad con que éstos manipulan el consciente y subconsciente colectivos, su poder real es considerado por muchos el primero, inmenso y creciente".³⁹

En este concepto es muy rescatable el punto en el que la prensa es un gran poder, incluso mayor a los otros, debido a que su mayor tesoro es la credibilidad (opinión pública), como lo anotamos anteriormente. El tener este tesoro lo hace fuerte, porque en eso se basa la democracia. Al manejar la opinión pública, por buenos senderos, no habrá legislativo, ejecutivo ni judicial que soporte el repudio generalizado de la población. Eso sí, esto debe manejarse con pinzas, como dijimos anteriormente, como si fuese uranio.

También se podría considerar que la concepción de este, aparentemente gigantesco poder, también tendría un empujón radical en esta enmienda constitucional del los Estados Unidos, "El Congreso no aprobará ley alguna ... que coarte la libertad de palabra o de imprenta".⁴⁰ Con esta garantía se puede considerar que los medios, con justo derechos, podrían comunicarlo todo y así develar las verdaderas caras del poder. Además, tendría vía libre para opinar sobre los asuntos de mayor importancia del mundo.

³⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Cuarto_poder

⁴⁰ Primera Enmienda, Declaración de Derechos, Constitución de Estados Unidos, 1791

A raíz de esos cambios legales, la prensa ha continuado con su línea independiente, claro que con esto no queremos decir que no existen casos deplorables de periodistas corruptos y condenables.

Alan Bernabel es un articulista de opinión que publica sus percepciones que también son dignas de ser rescatadas.

“El Cuarto Poder, día a día, nos libera de la ignorancia. Hoy vemos a gente simple y hasta presidentes cuidarse para no ser blancos negativos de la prensa. Hay que temer a quienes han jugado papeles importantes en el derrocamiento de empresas, líderes, tiranos y hasta naciones. Sepan que la prensa fue factor vital en la revolución francesa; los integrantes del movimiento “Los Ilustrados” escribían comunicados escritos que repartían por todo el pueblo, despertando la conciencia popular.

¿Será este el motivo por lo que Adolfo Hitler, Pinochet, Rafael Trujillo y otros anticristos cerraban y quemaban imprentas, libros y periódicos?

La prensa ha adquirido un poder tan grande que hoy se la califica como el Cuarto Poder del Estado. No fue fácil lograr tal respeto. Para conseguirlo, la prensa tuvo que entregar muchos hijos asesinados en el cumplimiento de su labor, hurgando “la verdad de las cosas” para que los que gozamos de ella seamos libres de pensamiento”.⁴¹

⁴¹ <http://www.siglo21.com/nws/0/fronts/edants/e62/opinion/p05b.htm>

Este pensamiento valioso y rescatable es cierto y no le quita legitimidad a lo que se anotó al principio de este tema, que la prensa también constituye un anti poder, un poder fiscalizador. Llamarlo cuarto poder o anti poder, es, a nuestro modo de ver, una cuestión de vanidad. Lo irrefutable es que la prensa goza de un poder inapelable, el cual debe ser usado para el bien de las naciones y la alegría de sus habitantes, a los cuales sí les interesa debatir el tema del poder de los medios.

Capítulo III

Profesionalismo y ética, la receta perfecta

Es indudable que el profesionalismo, la ética y la responsabilidad son premisas que van de la mano en el ejercicio de un buen profesional. Lo que se quiere mantener y defender es que sin estos tres sustantivos, la profesión del periodismo, no sería más que una miserable carrera hacia el poder y el vacío mental y espiritual.

Pero los vientos soplan a favor y estas tres palabras sirven de sustento para que podamos decir, labor cumplida.

Pero trabajar bajo estos lineamientos no es sólo un buen ejercicio personal, sino que también es una búsqueda incansable de la dignidad humana.

Como anota Fernando Savater, en su libro *Ética como amor propio*, “ lo que llamamos dignidad humana no es precisamente nada de lo que hombre ya tiene, sino lo que aún le falta; y lo que le falta es sin duda lo único que realmente le queda, a saber.”⁴²

Esta concepción sobre ética profesional podría caber en este punto: “ La ética profesional hay que entenderla como un conjunto de principios generales que, una vez asumidos y asimilados, guíen la conducta del periodista ante situaciones concretas”.⁴³

⁴² *Ética como amor propio*, Fernando Savater, Editorial Mondadori, Barcelona, España, 1998, pag 26.

⁴³ José Ángel Agejas, Francisco José Serrano, *Ética de la comunicación y de la información*, Ariel, Barcelona, 2002, pag 309

En el periodismo hay que luchar incasablemente para que el ser humano encuentre su dignidad y la única forma de hacerlo es mediante un trabajo honesto, que revele la podredumbre del poder y no dejarse manchar por los tentáculos del mismo.

El civismo, entendido como el valor ciudadano de amor a la patria y la lucha por su bienestar (educación, seguridad social, salud, erradicación de la pobreza, etc.), también es fundamental para mantener la visión que se ha venido plasmando y que es uno de los fines del manual al que el proyecto hace mención. Con este valor, al que algunos considerarían hasta anticuado, el profesional y el estudiante se sentirían comprometidos con su país y de esta manera no obraría para apresurar su destrucción. Esto no quiere decir que es hora de nacionalismos anticuados y de saludos a la bandera, lo que se busca es dejar en claro es que se debe sentir un apego por lo propio y un repudio por los agresores.

Bien lo dijo uno de los pensadores más importantes del siglo pasado, José Martí. Este libertador de los pueblos y de las ideas manifestó que “el amor a la patria no radica en el amor intrascendente a la tierra que se pisa, sino en el odio imperdonable a quien la viola”.

Pero en la patria hay muchas similitudes e intereses mezclados y contrastados. Savater manifiesta que “...el hombre puede vivir en sociedad porque tienen idénticos interés (es decir, que comparten la misma naturaleza y les conviene lo mismo), pero su similitud es tanta que llega a oponerlos cuando determinados objetos de interés no pueden ser compartidos...”⁴⁴

⁴⁴ Ética como amor propio, Fernando Savater, Editorial Mondadori, Barcelona, España, 1998, pag 31.

Si bien en el país deben existir leyes que claramente establezcan las delimitaciones del accionar humano; el profesionalismo, la ética, el civismo y la responsabilidad están por encima de ellos, porque es una necesidad que la persona sienta desde lo más profundo de su propia humanidad.

3.1 Un buen periodista, es un ser ético por excelencia

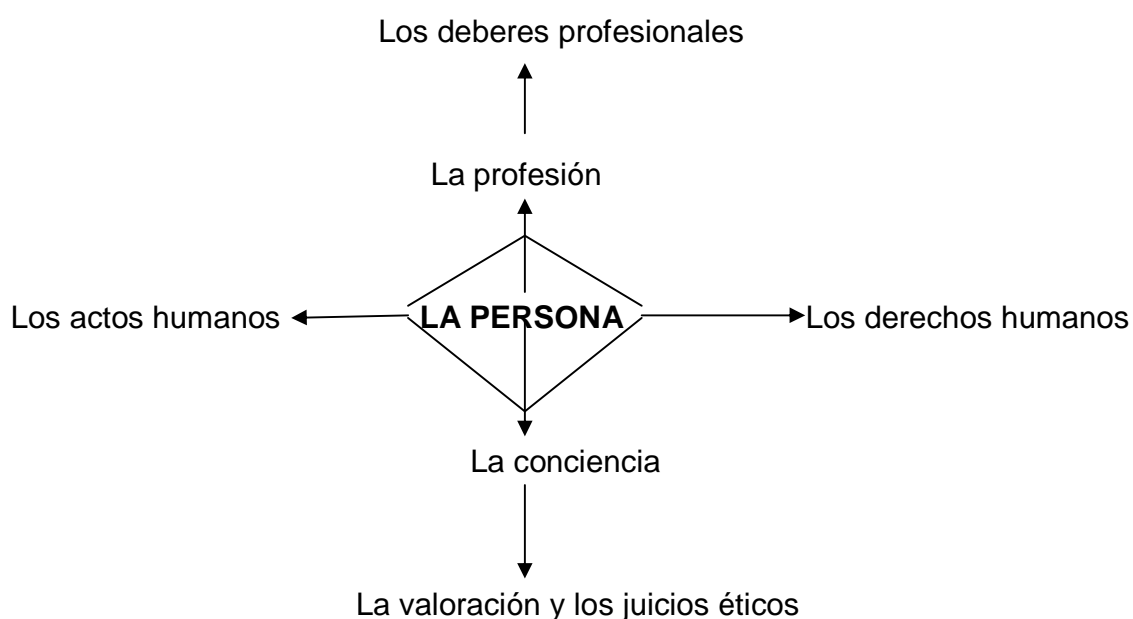
Manejar el 'uranio de la comunicación', como lo calificamos anteriormente, es una misión delicada y de mucha responsabilidad. Por esta razón, hay que entender cómo actuar ante ciertas tentaciones y ofrecimientos del poder y de poder. Esto es lo que busca el proyecto, realizar un manual que indique a los futuros profesionales de la comunicación, cómo actuar ante los manjares que se le pueden presentar en el ejercicio de sus funciones profesionales.

Pero hay que entender qué es la ética, para que esos conocimientos queden de por sí entendidos los lineamientos del accionar comunicativo.

La ética "desde el punto de vista etimológico, es una ciencia que estudia el "ethos", es decir, algo característico de las costumbres, de los modos habituales de actuar y, por fin, de la propia naturaleza o capacidad natural del hombre para comportarse de una u otra manera con un fin determinado. El sentido del término latino se encuentra precisamente en la explicación de la palabra *ethos*, que en latín es "mos" (costumbre)...."⁴⁵

⁴⁵ Deontología Periodística, Luka Brajnovic, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1978, pag. 16

Según Luka Brajnovic, el estudio y el ejercicio profesional no debería enmarcarse en la ética, sino en la deontología, “la Deontología –como estudio especializado– abarca, por una parte, la profesión con todas sus consecuencias morales y proyecciones éticas sociales, por la otra, los distintos aspectos de la conducta y conciencia humanas, materia esencial de la Ética.”⁴⁶ El autor presenta un diagrama para ejemplificarlo:



Como se dijo anteriormente, la ética va mucho más allá de los lineamientos jurídicos que establecen un relativo normal desenvolvimiento de la sociedad, en términos de convivencia y respeto por los demás.

Savater manifiesta que “la ética busca la excelencia y perfección desde un individuo que no admite otro referente práctico sino la universalidad humana.

⁴⁶ Deontología Periodística, Luka Brajnovic, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona , 1978, pag, 42

Debo hacer notar que en lo tocante al plano del derecho..... que su validez exige la común aceptación de un grupo dentro de lo que es válido”⁴⁷.

Si bien la ética es un valuarte en el ejercicio de la profesión, tampoco se puede decir que debe ejercerse de manera altruista. Si se lo hiciera de esa manera, los racionales y normales intereses del periodista como ser humano quedarían relegados. En otras palabras, lo que queremos decir es que la ética nos debe permitir dormir tranquilos después de una jornada laboral, pero por ética y entrega exagerada, no podemos quedarnos sin tener dónde dormir.

Pero todo también se enfrasca en un sentido de retribución. Cuando uno ejerce el periodismo con delineamientos éticos, la satisfacción es personal y por eso el beneficio de trabajar de esta manera es inmediato. Por que el profesional ético lucha por la humanidad, y al ser parte de ella, lucha por la liberación de si mismo. Así también lo manifiesta Savater: “El sujeto ético se inmortaliza por su identificación voluntaria con los valores universales en los que cristalizan las duraderas formas del reconocimiento de lo humano por lo humano”.⁴⁸

Como hemos repetido en contadas ocasiones, el periodista trabaja con una materia muy delicada, la información. Pero esta materia está dirigida a la gente, por lo que es aún más delicada y por lo tanto nuestro trabajo debe ser netamente ético. Kapuscinski manifiesta sobre esto lo siguiente: “...conviene tener presente que trabajamos con la materia más delicada de este mundo: la gente. Con

⁴⁷ Ética como amor propio, Fernando Savater, Editorial Mondadori, Barcelona, España, 1998, pag 33.

⁴⁸ Ética como amor propio, Fernando Savater, Editorial Mondadori, Barcelona, España, 1998, pag 44.

nuestras palabras, con lo que escribimos sobre ellos, podemos destruirles la vida”.⁴⁹

También anota en la misma página que “...hay que medir las palabras que usamos, por que cada una puede ser interpretada de manera viciosa por los enemigos de esa gente. Desde este punto de vista, nuestro criterio ético debe basarse en el respeto a la integridad y la imagen del otro”.

Esto es extremadamente cierto. Cuando, malévolamente o por falta de profesionalismo, se le hace daño a una persona acusándola de uno u otra cosa, es muy difícil que ante la opinión pública pueda limpiar su imagen. Esto sucede frecuentemente en casos judiciales. En muchas ocasiones se usan palabras que no deben ser empleadas y otras son omitidas. Muchos periodistas olvidan usar el “presuntamente” cuando se refieren a personas que todavía no han sido acusadas por el juez competente.

Incluso, si el juez lo libra de toda culpa, por la falta de ética del periodista, esta persona, ante los ojos de la gente, siempre será culpable.

Aquí es donde podemos anotar lo que José Ángel Agejas llama “ética lingüística”. “El periodista debe construir sus textos con la corrección gramatical propia de una significación buscada, que responda en los máximos niveles posibles a su percepción de lo real y finalidad de la difusión de esa percepción. La responsabilidad semántica nos habla de que el periodista debe utilizar términos, conceptos que se ajusten a la realidad, que propongan una fiable adecuación. El

⁴⁹ Los cinco sentidos del periodista, Ryszard Kapuscinski, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Bogotá 200, pag 17.

lenguaje debe significar, verdaderamente, que se ha de buscar siempre la verdad".⁵⁰

Pero existen varios atentados que impiden un ejercicio ético. Uno de ellos es el mercantilismo de la información, la lucha eterna entre lo que vale y lo que vende. "El criterio de que no es un buen producto, pero funciona comercialmente, es un criterio frecuentemente utilizado en la gestión empresarial. Criterio que lógicamente se enfrenta con otro que habitualmente también se emplea en las redacciones periodísticas: la obligación del periodista es hacer una buena información, aunque esta no venda. Evidentemente, con estos dos planteamientos los conflictos entre empresa y redacción siempre van a estar presentes".⁵¹

Lo que vende no es lo que la ciudadanía necesita. Lo que un buen periodista tendría que hacer, es construir de tal forma la información, a fin que sea atractiva a las personas y así crear un buen producto informativo que guste a la gente.

La revista Gatopardo es un claro ejemplo de esto. Es un producto de excelente contenido periodístico y tiene un rotundo éxito en Latinoamérica.

Según el portal de Internet de esta revista⁵², en Argentina circulan mensualmente 16.500 ejemplares, en Chile 7.000, en Costa Rica 2.000, en Estados Unidos 7.000, en Panamá 9.000, en Puerto Rico 8.000, en Colombia 75.000, en Ecuador 2.000, en México 60.000, en Perú 14.000 y en Venezuela 5.000. Esto da un total de 205.500 ejemplares cada mes, lo que evidencia su éxito.

⁵⁰ José Ángel Agejas, Francisco José Serrano, *Ética de la comunicación y de la información*, Ariel, Barcelona, 2002, pag 50

⁵¹ José Ángel Agejas, Francisco José Serrano, *Ética de la comunicación y de la información*, Ariel, Barcelona, 2002, pag 314

⁵² <http://www.gatopardo.com/circulacion.php3>

Retomando el tema, existen otras limitantes o atentados para ejercer un buen ejercicio informativo. Este es el caso de los malos salarios. Se conoce que el llamado reportero raso no es una persona de altísimos sueldos, no por lo menos en este país. Cuando un periodista es mal pagado, al igual que todo profesional en el campo que sea, su trabajo no va a ser perfecto.

Un reconocido periodista colombiano, Javier Darío Restrepo, experto en ética periodística, catedrático de las universidades Javeriana y de los Andes, y conferencista en temas de comunicación social, fue miembro fundador de la Comisión de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá y del Instituto de Estudios sobre Comunicación y Cultura, dice en su consulta 708 de su consultorio ético de la página web de la Fundación para el Nuevo Periodismo Latinoamericano, que en efecto el mal pago a los comunicadores limita la calidad del material e incluso trunca la libertad de expresión.

“Los bajos salarios son un atentado contra la libertad de expresión y contra la calidad de la información. Se trata de un proceso que se puede describir como un encadenamiento de hechos que comienzan:

1. Cuando la empresa periodística paga mal, o recurre el truco del porcentaje sobre la publicidad obtenida por el periodista, que es otra forma ladina de pagar mal, con el agravante de que expone al deterioro de la credibilidad del periodista.
2. Un periodista mal pagado produce una información mediocre o mala, por regla general, porque lo perturban sus permanentes y crecientes necesidades, o porque es vulnerable frente a los que le proponen sobornos, o porque no dispone de recursos para mantener una actualización siempre indispensable.
3. Una información mediocre o mala, produce una ciudadanía manipulable. Un

voto libre no es el que se deposita, sin presiones, en las urnas, sino el que se decide a partir de una buena información, con elementos suficientes para escoger con pleno conocimiento.

4. Un ciudadano que no tiene acceso a una información completa, que es la que los medios tienen obligación de darle, es un elector que puede ser manipulado por la propaganda, por los ofrecimientos de los clientelistas, por las medias verdades de los candidatos. Y con ciudadanos mal informados es imposible una democracia sana.

Como se puede observar, el mal salario de un periodista no es un problema personal o gremial; es un factor que afecta contra la integridad democrática de una sociedad. Este hecho está en la base de la persuasión sobre el peligro social que representan periódicos, emisoras o canales que por su débil financiación, o por la incapacidad de sus dueños para entender que no se trata de un negocio como los otros, deben desaparecer. Un medio de comunicación, o es un bien social o no debe existir. Así aparece en los códigos de ética del mundo; en ellos se destaca la alta finalidad de los medios periodísticos y la necesidad de que estén provistos de medios para cumplirla”.⁵³

En caso de que el dueño del medio de comunicación quiera conducir el accionar informativo, ya sea por que eso vende o por simple interés, el periodista puede apelar a la Cláusula de Conciencia.

“La cláusula de conciencia es otro de los derechos del periodista que se reconocen en los estatutos de la redacción. Y lo hacen en un triple sentido:

⁵³ <http://www.fnpi.org/>

respeto a los cambios ideológicos del diario, respeto a la imposición de trabajos y respeto a la firma de los mismos”.⁵⁴

Si bien en el país esto es muy difícil que se cumpla, está consagrado en el artículo 81 de la Constitución Política del Estado, vigente hasta la presente fecha.

“El Estado 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”.⁵⁵

En definitiva se ha tratado de abarcar este importante punto en el ejercicio de los comunicadores sociales. Que no sólo es un punto, sino un pilar fundamental para que esta profesión se encause en un verdadero rumbo de libertad, patriotismo y responsabilidad.

3.1.2 Desempolvando el Código de Ética

Para establecer claramente cuáles son los lineamientos del ejercicio de esta profesión, en cada país, el gremio de los profesionales de la comunicación ha creado un código de ética que sea común para todos.

Ecuador no ha sido la excepción. En este país el código fue expedido por el comité ejecutivo nacional de la Federación Nacional de Periodistas, FENAPE, el 17 de noviembre de 1978, en la ciudad de Cuenca.

⁵⁴ José Ángel Agejas, Francisco José Serrano, *Ética de la comunicación y de la información*, Ariel, Barcelona, 2002, pag 317

⁵⁵ <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador98.html>

Este fue aprobado el 25 de enero de 1980, por el entonces ministro de Educación, Galo García Feraud, mediante acuerdo # 1932. Por último, fue publicado en el Registro Oficial #120, el 4 de febrero de 1980.

A continuación vamos a nombrar los artículos que a nuestro modo de ver son los más relevantes de este código tomados del libro de Milton Salvador García.⁵⁶

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 2

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

Artículo 3

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

Artículo 4

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

Artículo 8

⁵⁶ Comunicación Social, Leyes, Estatutos, Reglamentos y Código de Ética, Editorial Quipus, CIESPAL, Quito 2004, paginas 17, 18, 19, 20,21, 22

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

Artículo 9

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

Capítulo 2

El periodista y el Estado

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 17

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

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 un información veraz.

Artículo 26

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

Artículo 28

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

Capítulo 5

El periodista y la empresa

Artículo 37

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

Artículo 38

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

Estos artículos que se han citado, son aquellos, que a nuestro criterio, dan base a todo lo que he manifestado en este trabajo.

Con estas anotaciones sobre el código de ética creemos que se sustentan algunas afirmaciones que hemos hecho anteriormente y dan un marco teórico sustentable al proyecto que es el corazón de este trabajo.

Capítulo IV

4 Temas a tratarse en la guía

El proyecto, que se detallará posteriormente, creará una guía que será una herramienta clave para el ejercicio profesional de los futuros periodistas. Antes de plantearlo de forma desglosada, es importante puntualizar breves rasgos el contenido que tendría, para de esta manera, tener una óptica más amplia del trabajo que se desarrollará.

Primeramente, nos enfocaremos en resaltar los valores éticos del ejercicio profesional. Se analizará la importancia del proceder del periodista y los posibles conflictos éticos que se podrían presentar al interactuar con el poder.

Posteriormente, se tratará de analizar qué es ésta fuerza llamada poder y cómo suele proceder (no se puede crear una solución milagrosa que revele siempre cómo actúa, puesto que renueva sus estrategias constantemente).

También tomaremos en cuenta la definición clara de los conceptos que deben prevalecer en el momento de ejercer la profesión. Es decir, explicaremos qué debemos entender por civismo, responsabilidad y patriotismo. A breves rasgos podemos decir que el patriotismo se entenderá como la lucha incansable por la consecución de los intereses ciudadanos, como hemos dicho antes, estos son: una eficiente política de salud, educación, seguridad social, vivienda, entre otros puntos fundamentales de la supervivencia humana.

El civismo, por su parte, se entenderá como un valor fundamental del periodismo, el cual empuja a los comunicadores a luchar por los fines patrióticos, que acabamos de detallar.

En cuanto a la responsabilidad, es importante definirla como un proceder concienzudo y sin perjudicar al prójimo. No hay que ensuciar el nombre de nadie y no cegarse ante los terribles problemas sociales que atraviesa el Ecuador. La responsabilidad, lógicamente, también abarca ser un buen profesional en cuanto a la realización puntual y óptima del trabajo.

Se definirá una lista de herramientas para poder ‘desnudar’ al poder en sus malas intenciones. Para esto se recopilarán sugerencias de reconocidos periodistas que se han visto en esas circunstancias. Por último, se harán recomendaciones para que los futuros periodistas entren a ejercer la profesión sin miedo y con una profunda carga de visión social.

Trataremos de, dentro de las posibilidades, provocar que los graduados de periodismo no pierdan su objetivo, el cual debe ser una patria mejor.

Este ha sido un pequeño sumario en el que hemos indicado qué contendrá la guía. A continuación desmenuzaremos todos los puntos que entrañan al proyecto y por consecuencia a la ‘Guía para una periodismo cívico y responsable’.

Capítulo V

Proyecto de guía para un periodismo cívico y responsable

Esta es la razón de ser de este trabajo de titulación. De aquí en adelante detallaremos punto por punto el desarrollo del proyecto, con el cual queremos servir al país.

5.1 Diagnóstico

5.1.1 Formulación del problema

La ciudadanía es cotidianamente manipulada, guiada y engañada por el poder Ejecutivo. Estas actitudes de los gobiernos son realizadas a través de los medios de comunicación, en muchos casos con complicidad y en otras sin que los periodistas se percaten.

La responsabilidad de los medios es precisamente, no engañar. Al ser cómplice del poder se está apoyando al hundimiento del país y, sobre todo, la denigración de la profesión de comunicador.

El problema del engaño mantiene gobiernos ineptos y oculta barbaridades incomprensibles que insultan a los ciudadanos. En muchos casos, los periodistas son inocentemente utilizados por quien ocupe la primera magistratura y las

cúpulas del poder. Los mensajes son maquillados y los símbolos audiovisuales son intencionados.

No saber captar las verdaderas intenciones del poder, provoca que en ocasiones los periodistas sirvan a esta fuerza, sin percatarse. Por eso, es de vital importancia la consecución de este proyecto.

5.1.2 Formulación del objetivo

Realizar un manual que sirva para explicar la situación y las soluciones que deben ejecutar los profesionales de la comunicación para evitar este problema. Este texto será utilizado por los futuros periodistas para su formación profesional. De esta manera, quienes luego tengan la responsabilidad de entregar el mensaje a la ciudadanía lo hagan de mejor manera. Los criterios que deberán usados son la ética, la desconfianza al gobierno, la tamización de los mensajes, entre otros.

Lograr una sociedad en la que la información no sea manipulada, augura una mejor colectividad. Cuando un individuo sabe la verdad, tiene el horizonte más claro. La consecución final de esta situación es un país con un proyecto general y objetivos claros.

Acercarse lo más cerca a una sociedad equilibrada con mensajes claros y sinceros. Este manual trabajará para ello y se comprometerá a erradicar las mentiras mediáticas. Las verdades más trascendentales son las que el poder debe manejar con el pueblo. Un gobierno competente no temería en que la verdad se sepa y la gente confiaría más en su gobernante.

Ampliar el alcance de los beneficiarios a estudiantes de otras carreras que se relacionen. Llegando a más gente la situación buscada se vería más cercana, además, como proyecto alcanzaría más éxito y más ventas.

Incorporar a las bibliotecas universitarias un texto que explique este fenómeno en el caso ecuatoriano. La bibliografía existente es de origen nacional e internacional.

5.1.3 Análisis del campo de fuerza

En esta etapa del diagnóstico, hay que considerar que cuando se intenta desenmascarar al poder, nos encontraremos con diversas trabas. Miembros del Gobierno puede que no permitirán que se revelen las estrategias mediáticas que utilizan para filtrar los mensajes. Incluso, tratarán de desmentir que ese fenómeno exista.

También los miembros de regímenes anteriores tratarán de decir que sus líderes obraron con total bondad y transparencia. Sin embargo, los métodos de investigación serán eficaces con el fin de sortear estos impedimentos.

En el campo de los medios de comunicación, es probable que los periodistas no revelen sus falencias. El ego profesional y el mantenimiento del prestigio institucional también se presentarán como obstáculos para el ejercicio de nuestra investigación.

Sin embargo, existen otras instituciones que apoyarán el proyecto en un caso emergente. Las universidades también constituirán un apoyo primordial.

Los recursos humanos no son un problema. El proyecto será realizado por un solo investigador el cual estará disponible a todo momento. El pago de salarios también está descartado. El financiamiento se lo realizará con fondos propios y se espera que este no tenga que ser de sumas exorbitantes. Para la impresión del manual se buscará el apoyo de alguna imprenta.

La actual situación de la ciudadanía y del pensamiento juvenil ayudará a la aceptación de este manual. La mayoría de jóvenes estudiantes de periodismo buscan un cambio y un desenmascaramiento del poder, esta es una gran ventaja. La falta de este texto en las universidades también entrega un campo dispuesto a ser arado y aprovechado.

5.1.4 Identificación y selección de soluciones

Por medio de varias estrategias y una vasta investigación, se logrará verificar la hipótesis. Al lograr esta verificación se podrá llegar con buenas técnicas a los ojos del estudiante. De esta manera, se permitirá que las próximas generaciones de periodistas no permitan que el problema, antes planteado, siga vigente.

En cuanto a las trabas políticas, el apoyo de las universidades podría ser de gran valía para superar problemas que se presenten en el camino. Además, existen medios alternativos que apoyarían este proyecto.

Al vender la idea de la necesidad de un cambio en el tratamiento de los mensajes, los medios podrían acceder a cooperar. Esta cooperación se daría tanto teórica como logísticamente.

5.1.5 Matriz de análisis de problemas

Problema Central.- Engaño a la ciudadanía por parte del poder con complicidad de los medios				
Actor que explica el problema.- Luis Eduardo Vivanco Arias				
Causas estructurales	Causas indirectas	Causas directas	Descriptoros o síntomas	Efectos o consecuencias
CE1: Existencia de un sistema caduco de gobernabilidad	CI1: Falta de ética en el manejo de los medios	CD1: Gobiernos malintencionados que buscan el engaño	D1: Altos índices de mensajes filtrados	E1: Mantenimiento de un Gobierno mentiroso y corrupto
CE2: Periodistas maliciosos o ingenuos	CI2: Falta de un pensamiento crítico de la ciudadanía	CD2: Formación periodística sin advertencia del fenómeno	D2: Falta de conocimiento de la gente sobre temas trascendentes	E2: Poca participación de las personas en la democracia
CE3: Estancamiento comunicativo nacional	CI3: Oficialismo de las agencias mediáticas	CD3: Falta de reclamo popular por transparentar la sociedad	D3: Deterioro de la relación Gobierno ciudadanía	E3: Pérdida de profesionalismo de los aspirantes a periodistas por falta de conocimiento

5.1.6 Estudio técnico

Aquí se pretende analizar los campos en los que se va a desarrollar el proyecto, para tener una visión sumamente clara del ambiente en el que se va a desarrollar esta encomiable iniciativa.

5.1.6.1 Estudio jurídico

La recolección de la información se realizará por las vías legales, sin quebrantar ninguna norma jurídica ni ética.

Se conseguirá un código de barras, se sacará el ISBN,

Se contará con un registro en el IEPI, tomando en cuenta los artículos 5, 8 de la Ley de Propiedad Intelectual.

Se tomará en cuenta los artículos 1, 10,20 de la Ley del Libro

Se contribuirá al Fisco según las normas vigentes.

5.1.6.2 Estudio social

El grupo social al que está enfocado este proyecto es una fracción de la sociedad que está sedienta de información. Los estudiantes universitarios son el terreno más fértil para sembrar las enseñanzas que contendrá el texto. Esta sed informativa es un beneficio del cual sacaremos el mejor de los provechos.

La situación social que vive nuestro país también nos empuja a tratar de entender más lo que pasa y ver más allá de lo evidente. Esta característica social también no abre mucho campo para el éxito del proyecto que estamos planteando.

El problema que podríamos enfrentar es que los grupos de poder prefieren que las cosas sigan como están. Esto podría en cierto punto impedir el perfecto

desenvolvimiento de nuestra investigación. Sin embargo, lograremos nuestros objetivos.

Los estudiantes a los que nos dirigiremos son, en su mayoría, de religión católica (esto no excluye a miembros de otras religiones), nivel educativo superior y con todas las características que atañan a la juventud de estos días. Sin embargo, existe una brecha importante en cuanto a los niveles sociales. Este texto llegará tanto a estudiantes de clase alta, media y media baja. Esta diferencia socio-económica también implica una brecha en cuanto a las tendencias políticas de estos jóvenes. No es una ley general, pero los de clase alta tendrán una tendencia derechista-neoliberal y los de clase media baja una mucho más izquierdista y revolucionaria.

Sin embargo, este manual no tiene tapujos de orden social. Se desarrollará el texto con una óptica nacional, sin exclusiones. La necesidad de transparentar los mensajes le hace bien al Ecuador. Por esta razón, es necesario que llegue a todos los estudiantes, sin importar su nivel, de esta manera lograremos un mejor país.

Un factor negativo podría ser que se magnifique la idea de un gobierno mentiroso y que los nuevos profesionales, convencidos de esta idea desconfíen de todo. La desconfianza es muy saludable y revela las verdaderas intenciones. Pero un exceso de desconfianza nos hará entorpecer la gobernabilidad y retrasar al país. El objetivo no es hacer que toda iniciativa gubernamental sea satanizada sino bien tamizada.

5.1.6.3 Estudio de la capacidad institucional

El compromiso del único ejecutor del proyecto es incondicional y con una entrega cabal para el desarrollo exitoso del proyecto propuesto. La capacidad intelectual de dicho individuo es la necesaria para ejecutar el proyecto de manera eficaz. Esto se desprende del promedio general con el que ha aprobado sus materias universitarias y los trabajos realizados con anterioridad.

Las necesidades tecnológicas también están a punto y constituyen una base confiable para que este proyecto se lleve a cabo. La tecnología es vital pero no es de principal importancia, ya que el criterio investigativo y editorial es el pilar fundamental del propósito.

Con estos dos campos cubiertos, los horizontes del proyecto están claros. Las circunstancias en la que se lleve a cabo ejecución es de lo que dependerá el éxito.

5.1.6.4 Estudio financiero

Este se desarrollará posteriormente, en la ejecución misma del proyecto. Ahí se detallarán minuciosamente todos los puntos relacionados con las finanzas.

5.1.7 Análisis de viabilidad

5.1.7.1 Viabilidad técnica

El proyecto es completamente viable en el sentido de los recursos técnicos. Este manual no necesita de recursos tecnológicos de avanzada y de precios exorbitantes. Además, se cuenta con la capacidad operativa necesaria lo cual también nos da un terreno fértil para el desarrollo del proyecto.

Los procesos para realizar el manual no conllevan la intromisión de realizadores externos. Lo que necesitaremos se puede conseguir fácilmente en Quito. La impresión y la distribución se harán de forma tradicional, sin necesidad de recursos extraordinarios.

5.1.7.2 Viabilidad económica

Los aportes de los socios serán seguros y nos permite llegar a un punto de equilibrio con la venta de menos de la mitad de los textos. Esto nos permite desarrollarnos en el proyecto con tranquilidad, sabiendo que no quebraremos y que será un rotundo éxito. Esto hablando del tema económico ya que le verdadero objetivo es el mejoramiento del proceso de transmisión de mensajes de parte del poder.

5.1.7.3 Viabilidad ambiental

El medio ambiente no resultará afectado en la realización de nuestro proyecto. Esto debido a que no hay agentes contaminantes en el proyecto. Además, se incorporará una frase al final que también instará a los lectores a ejercer la ciudadanía no sólo a transparentar los mensajes sino también a apoyar al cuidado ambiental del planeta y más concretamente del Ecuador.

5.1.7.4 Viabilidad social y cultural

Este proyecto plantea un cambio estructural en la forma de comunicarnos con el poder. La relación con este, nos delimita las formas de convivencia social y el nivel de vida de la sociedad. Si logramos aclarar el proceso comunicativo, la sociedad se verá más informada y más confiada en quien gobierna sus destinos.

De esta manera, los grupos sociales se sentirán más confiados en el Gobierno y por lo tanto el trabajo de todos los ciudadanos será más eficiente y productivo. Además, los periodistas tendrán un trabajo más crítico y exitoso. Los periodistas son un muy grupo importante en el ámbito social. El mejoramiento de su labor es un escalón importante para cambiar la situación entre el poder y su pueblo.

El Ecuador vive una situación cultural de mentira y abuso. Si se logra el objetivo del proyecto, se aportará, en pequeña medida, a que cultura del engaño sea erradicada.

5.1.8 Aspectos a reformar

Se debe plantear una estrategia de venta de la idea a los decanos de las universidades, para lograr introducir el texto en las escuelas de periodismo. Esta estrategia debe tener como bandera el comprometer a las universidades en un proyecto cívico y moral que permita sacar adelante al Ecuador desde las aulas.

Además, es necesario que quienes trabajan en tercerización y los proveedores también sientan esta imperante necesidad de cambiar la estructura de la comunicación entre el poder y el pueblo. Si no existe un compromiso conjunto el esfuerzo podría quedar en nada y continuaremos en el mismo hoyo sin salida en el que nos encontramos.

5.1.9 Elementos positivos

Eliminar en lo máximo las mentiras que el poder vierte a través de los medios, con el fin de convencer de una farsa al pueblo, es el elemento positivo de este proyecto. Crear periodistas que nos se dejen utilizar y que estén con los cinco sentidos para no convertirse en instrumentos inconcientes. Además, es importante rescatar la creación de una sociedad sin mentiras, con objetivos y resultados claros.

Los periodistas del nuevo milenio deben estar atentos a todo intento de blasfemia y ocultamiento informativo. Hemos entrado en un siglo marcado por las comunicaciones y así como los medios avanzan en su forma de comunicar, el

poder no se queda atrás y también encuentra formas adecuadas para camuflar sus mensajes.

5.2 Naturaleza del Proyecto

Un texto escrito es una forma de aprendizaje que nunca pasará de moda. Además, es la imagen viva del conocimiento. Un libro es una herramienta indispensable en el aprendizaje universitario y un libro que hable sobre la praxis lo es aún más.

El libro, etimológicamente, tiene su origen en el latín “liber”, que quiere decir hoja de árbol. Primitivamente se escribía en estas cortezas. En Asiria se usaban tablillas de arcilla. Posteriormente se usó el papiro que se enrollaba para ser contener los mensajes y conceptos. Así continuó su historia y ha sido un trajín en el que ha llevado a las mentes de sus humanos todos los conocimientos que ha producido la especie.

Este proyecto es la prolongación de su existencia y además será un aporte importante para el ejercicio de la comunicación social. La historia de un artículo como este implica que un proyecto así es vital y con muchas posibilidades de éxito.

Este proyecto tiene una ubicación espacial que se enfoca en los siguientes puntos:

- Universidades de la capital
- Estudiantes de periodismo y de varias carreras apegadas al tema de la relación entre poder y medios

5.3 Plan de inversión

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Planta física	3.000
Vehículo	10.000
Muebles y equipos de oficina	500
Sub-total	13. 500
CAPITAL DE TRABAJO	
Costos de elaboración	1.500
Material de oficina	200
Alquileres y servicios	500
Imprevistos	500
Sub-total	2.700
TOTAL	16.200

5.4 Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J
Aporte de socios	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875
TOTAL INGRESOS												22.500
Planta física	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Vehículo	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833
Muebles y equipos	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Materiales	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
Costos de elaboración	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Alquiler y servicios	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Imprevistos	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
TOTAL EGRESOS												16.212

5.5 Estado de resultados

Período de agosto 2007 a agosto 2008

VENTAS	10.500	
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Costos de elaboración	1.500	
Material de oficina	200	
Alquileres y servicios	500	
Imprevistos	500	
	Subtotal	2.700
COSTOS DE VENTAS		
Salario de vendedor	500	
Trasporte	100	
Gastos varios	500	
	Subtotal	1.100
UTILIDAD BRUTA	6.700	

5.6 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de ingreso están claramente clarificadas. Si el manual tiene el módico precio de 3.50 dólares americanos tendremos una ganancia de 10.500. Además, los socios que en este caso son Luis Vivanco y Julio Vivanco aportarán 12.000 dólares más. Cada uno el 50%. Con este financiamiento está garantizado que el proyecto no se truncará por motivos de falta de dinero.

UTILIDAD

Ingresos = 22.500

Egresos = 16.212

Utilidad = 6.288

RENTABILIDAD

6.288 / 16.212 = 38.7 %

BENEFICIO COSTO

22.500 / 16.212 = 1.387

PUNTO DE EQUILIBRIO

La idea es vender a 3.5 dólares los 3.000 ejemplares. Si vendemos 1.375 ejemplares no da una ganancia de 4.812 dólares con 50 centavos. Esto sumado a los 12.000 dólares aportados por los socios no da el total de 16.812 dólares con 50 centavos. Es decir vendiendo menos de la mitad ya conseguiremos un punto de equilibrio.

5.7 Duración del proyecto

Todas las fases del proyecto serán concluidas en un término de 12 meses.

DURACIÓN DEL PROYECTO (DIAGRAMA DE GANT)

TIEMPO ACTIVIDAD	AGOSTO				SEPTIEMB				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preparación del anteproyecto	X	X	X																									
Factibilidad		X	X	X																								
Investigación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
Confrontación													X	X	X	X	X											
Redacción											X	X	X	X	X	X	X	X										
Evaluación															X	X	X	X	X	X								
Trámites legales																			X	X	X	X	X					
Promoción																			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Impresión																			X	X	X							
Distribución																							X	X	X	X	X	X

5.8 El Proyecto

El proyecto consiste en la creación de un manual sobre periodismo. Este manual guiará a los estudiantes en sendero de ejercicio profesional basado en el civismo y libre de mentiras. La manipulación que en muchos casos ejerce el poder y otros intereses sobre los comunicadores es fuerte y tiende a desviar la intención de los periodistas.

Esta manipulación hace que el ejercicio de la comunicación no atienda a los intereses del país, sino a otros intereses de pocos.

Este manual advertirá a los futuros periodistas sobre este mal. Este texto será vendido previo convenio con las autoridades de la docencia en diversas universidades de Quito. Además, de generar cierto rédito económico, aporta al desarrollo del país.

5.8.1 El problema y su justificación

La ciudadanía es cotidianamente manipulada, guiada y engañada por el poder. Estas actitudes de los Gobiernos son realizadas a través de los medios de comunicación, en muchos casos con complicidad y en otras sin que los periodistas se percaten.

La responsabilidad de los medios es precisamente, no engañar. Al ser cómplice del poder, se está apoyando al hundimiento del país y, sobre todo, la denigración de la profesión de comunicador.

El problema del engaño mantiene gobiernos ineptos y oculta barbaridades incomprensibles que insultan a los ciudadanos. En muchos casos los periodistas son inocentemente utilizados por quien ocupe la primera magistratura o son parte de la cúpula económica del país. Los mensajes son maquillados y los símbolos audiovisuales son intencionados.

El no saber captar las verdaderas intenciones del poder convierte a los periodistas en instrumentos de las cúpulas. Por esto es de vital importancia la consecución de este proyecto.

De las encuestas realizadas en el estudio de factibilidad se revela la necesidad de hacer algo sobre este problema, en pos del mejoramiento de la sociedad. Los resultados de dichos estudios no solo desprenden que la mayoría de la gente es ajena a la idea de la manipulación, sino que también no se dan cuenta cuándo son mentidos. Quienes si conocen este fenómeno no focalizan el problema en la formación de los periodistas.

Vale la pena poner todo el énfasis en este proyecto ya que es un paso importante en el mejoramiento del tratamiento comunicativo del pueblo.

5.9 Objetivos

5.9.1 Objetivos Generales

Realizar un manual que sirva para explicar la situación y las soluciones que deben ejecutar los profesionales de la comunicación para evitar este problema. Este texto será utilizado por los futuros periodistas para su formación profesional. De esta manera, quienes luego tengan la responsabilidad de entregar el mensaje a la ciudadanía, lo hagan de mejor manera. Los criterios que deberán usados son la ética, la desconfianza al gobierno, la tamización de los mensajes, entre otros.

Lograr una sociedad en la que la información no sea manipulada, augura una mejor colectividad. Cuando un individuo sabe la verdad, tiene el horizonte más claro. La consecución final de esta situación es un país con un proyecto general y objetivos claros.

5.9.2 Objetivos Específicos

Investigar a cabalidad para que el manual sea de óptima calidad intelectual y con fundamentos teóricos de excelente validez

Lograr una óptima distribución del manual para que el objetivo general se cumpla.

Buscar una retroalimentación a corto plazo para verificar la consecución de los objetivos

5.10 Resultados

Los resultados se verán a corto y largo plazo. En cuanto al corto plazo nos referimos a crear conciencia en el estudiantado capitalino sobre la necesidad de analizar este problema. De esta manera estos jóvenes estarán alerta para no ser manipulados por ningún actor social.

Los de largo plazo se podrán ver cuando estos estudiantes ya ejecuten lo aprendido y aporten a la patria con un trabajo bien hecho y patriótico.

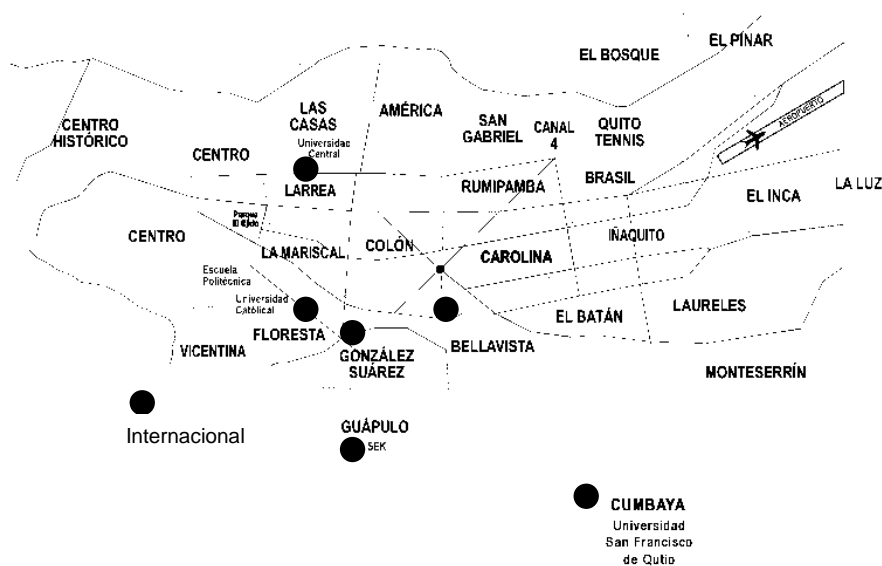
Se los puede medir de forma cualitativa con foros estudiantiles de opinión y cuantitativamente con pruebas de respuestas puntuales que sean posibles tabular.

5.11 Ubicación espacial

La ubicación geográfica está claramente definida. La ciudad de Quito cuenta con seis universidades en las que se preparan los futuros periodistas del país. Estas son:

- Universidad San Francisco
- Universidad de las Américas
- Politécnica Salesiana
- Universidad Católica
- Universidad SEK
- Universidad Central

Los estudiantes de estas instituciones tendrán acceso a este documento primeramente gracias a las mismas universidades. El proyecto intentará incluir en los pénsums este manual. Las bibliotecas también estarán dotadas del mismo. Además, las librerías también lo ofrecerán al público.



5.12 Grupos Meta

El grupo social al que está enfocado este proyecto es una fracción de la sociedad que está sedienta de información. Los estudiantes universitarios son el terreno más fértil para sembrar las enseñanzas que contendrá el texto. Esta sed informativa es un beneficio del cual sacaremos el mejor de los provechos.

El proyecto también incluye la colaboración de los docentes y decanos. El mentor

de este proyecto quien también cumplirá la función de ejecutor es un ex estudiante de periodismo.

5.13 Metodología del proyecto

5.13.1 Fases

Investigación
Confrontación
Redacción
Evaluación
Trámites legales
Promoción
Impresión
Distribución

5.13.2 Forma de trabajo

En la fase de investigación se buscará la bibliografía más adecuada. Estos libros y páginas web serán recomendadas por especialistas en el tema, además de las que el ejecutor pueda conseguir por propia cuenta. Se realizará a través de una lectura crítica y analítica. Además, la información conseguida a través de entrevistas a quienes viven este fenómeno en el día a día, también será de vital importancia.

La fase de confrontación consistirá en la puesta en escena de la información y donde se desecharán los datos inservibles y se sabrá clasificar la información que realmente aporten y engrandezcan a este proyecto.

La redacción se realizará de forma ordenada y clara. De esta manera no se confundirá al lector, ya que el objetivo es que el problema y la solución queden muy claras en la meta del beneficiario.

Al terminar la etapa de redacción, se evaluará todo lo hecho. Aquí se verificarán las fortalezas y las debilidades serán arregladas, dejando a punto el proyecto.

Los trámites legales lo harán especializados en el tema (Estudio Jurídico Vivanco Vivanco). La promoción también se realizará por medio de especializados en el tema de la publicidad. De igual manera la impresión se realizará en un imprenta contratada para el efecto. La distribución se podrá realizar con voluntarios y por medio del mismo ejecutor del proyecto.

5.13.3 Tecnología a utilizar

La tecnología es simple. El ejecutor solo necesita una computadora con acceso a Internet, una grabadora de mano, una televisión y una radio. Las necesidades tecnológicas en cuanto a la impresión y a la promoción serán responsabilidad de los contratados para esos fines.

5.13.4 Responsables de la ejecución

El único responsable es Luis Vivanco, mentor y ejecutor del proyecto. A su cargo estarán quienes colaboren en el proceso de distribución.

Luis Vivanco también será el encargado de ver quiénes trabajen por la vía de contratos (publicidad e impresión) lo hagan de buena manera.

5.13.5 Mecanismos de seguimiento y evaluación

Un continuo proceso de evaluación de la información obtenida y del cumplimiento de los tiempos serán los mecanismos más fiables para ejecutar el proyecto de la manera y en el tiempo establecido. En caso de que no se cumplan los dos puntos principales, se tomarán los correctivos sobre la marcha.

El ejecutor se encargará de que los tercerizados también cumplan con lo prometido, a través de una continua rendición de cuentas sobre el proceso.

5.13.6 Recursos humanos

La mano de obra cuenta con un solo individuo. El gestor del proyecto será la única persona que trabajará por el mismo. Este estudiante de periodismo a través de una basta investigación y un trabajo desinteresado logrará la consecución del proyecto y su irrefutable éxito. Dicho individuo no cobrará por sus servicios.

El resto de la mano obra se referirá a quienes incorporen sus esfuerzos dentro de la tercerización de las labores. Estas son: impresión, distribución, diseño, etc.

5.14 Presupuesto del proyecto

Aporte de socios	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875
TOTAL INGRESOS												22.500

5.15 Aspectos importantes

5.15.1 Actores del proyecto

Los actores son: el ejecutor, quien tendrá sobre su espalda toda la responsabilidad del éxito del proyecto.

Los socios, quienes tan solo aportarán el dinero y recibirán informes sobre cómo va el proyecto.

Los tercerizados, que aportarán al proyecto por medio de un contrato y quienes ejecutarán sus funciones en el momento indicado.

El asesor periodístico, que es el actual Subdirector de «Línea de saludo», Alejandro Querejeta. Él se encarga de revisar los contenidos de la guía y opinar en los campos que le parezca conveniente.

Las autoridades universitarias, que serán un pilar importante en el proyecto al momento de introducir el texto.

Los beneficiarios, que son los estudiantes. Estos últimos deben dar todo de sí y mostrar un interés máximo en el tema.

5.15.2. Actores y sus funciones

- Los estudiantes son los llamados a cambiar el rumbo de la patria por un sendero positivo. Ellos constituyen el blanco del proyecto. Estudiantes de periodismo que están ávidos de cambiar al país y de apoyar al pueblo.
- Las universidades deben compartir esa actitud de necesidad de cambio radical en los procesos comunicativos y por medio de sus autoridades abrir campo al proyecto para que este se ejecute con comodidad y éxito.
- El proyecto es ejecutable sin la necesidad de que instituciones tanto públicas como privadas deban tender la mano. Sin embargo, si en el proceso de la ejecución estas quieren aportar desinteresadamente y por el bien de la patria, serán bien recibidas.

5.15.3 Objetivos

El objetivo es ayudar a cambiar al país, este es un objetivo macro y a largo plazo. De ahí se desprende la necesidad de cambiar de mentalidad a los jóvenes y abrirles los ojos a lo que enfrentarán en su ejercicio profesional. De esta manera ya no permitirán ser manipulados. El objetivo es también impedir la práctica de la mentira por medio del poder y los medios, a través del profesionalismo.

5.16 Evaluación

Esta es una etapa de suma importancia para el éxito de este proyecto, pues durante el transcurso de la ejecución del mismo, habrá un minucioso proceso auditor para evidenciar fallas y fortaleza. De esta manera se podrán eliminar los errores y enriquecer las fortalezas.

5.16.1 Seguimiento y Control

El seguimiento será un proceso sistematizado de recolección, utilización y análisis de información, que se llevará a cabo paralelamente a la ejecución del proyecto, para conocer su desarrollo.

Se tomará en cuenta la rigurosidad metodológica, la asignación presupuestaria y la organización de actividades.

Esto se llevará conjuntamente con un sistema de información, en el cual se obtendrá de manera apropiada la información de los problemas y logros, información que será entregada a la persona indicada en el momento oportuno.

5.16.2 Matrices

Nombre.- MANUAL DEL PERIODISMO CÍVICO Y RESPONSABLE

Período.- Mensual

Responsable.- Luis Vivanco

Actividades previstas	Actividades realizadas	Discrepancias	Causas		Medidas a tomar	Observ.
			Internas	Externas		

Análisis periódico de ejecución presupuestaria

Nombre del proyecto.- MANUAL DEL PERIODISMO CÍVICO Y RESPOMSABLE

Período.- Mensual

Responsable.- Luis Vivanco

Rubros	Presupuesto programado	Gastos efectivizados	Discrepancia	Causas	Observaciones

5.16.3 Informe de alerta y logro

Este informe se lo realizará cuando un evento esté por realizarse y exista algún riesgo, cuando se lo ha realizado o cuando no se lo ha hecho. Los informes deben contar con:

Destinatario

Remitente

Fecha

Proyecto

Situación

Problema evaluación del impacto o Logro

Acción

Revisión

5.16.4 Evaluación

El proceso será integrado y continuo. Esto permitirá retroalimentarnos para tomar decisiones efectivas en momentos críticos. En esos momentos podremos, gracias a la evaluación, implementar medidas necesarias y eliminar las innecesarias.

Esta evaluación será válida, oportuna, objetiva, confiable y práctica. Se realizará una evaluación externa (los beneficiarios o especializados) e interna (el ejecutor).

Se hará de forma ex ante (factibilidad), concurrente (sobre la marcha) y ex post (después de su ejecución).

Capítulo VI

Conclusiones

Después de este proceso investigativo y de análisis sobre el entramado del poder y su nefasta influencia en los medios de comunicación, se ha logrado determinar que sí existe dicha influencia y que no es un fenómeno nuevo.

Incluso se puede evidenciar, que el actual régimen ha utilizado todas las estrategias que hemos anotado, para, en el caso particular de tratar de maniatar la información.

Se ha logrado determinar que esa influencia ha entorpecido el correcto proceso comunicativo y que la víctima de todo este entorpecimiento ha sido la ciudadanía.

La ética ha ocupado parte de este trabajo y ha sido un pilar fundamental, en el que se ha podido establecer que esta se ha convertido en letra muerta.

Se ha determinado que la ética se encuentra sólo en los libros de teoría y no se la aplica con el profesionalismo que amerita.

También se ha definido que algunos comunicadores, irresponsablemente, se inclinan de uno u otro lado.

Hemos logrado comprobar que los periodistas están muchas veces sometidos al yugo de dependencia laboral, que en muchos casos obliga a redactar de una u otra manera, atropellando principios éticos.

Al revelar todos estos problemas y esclarecer las trabas que el poder impone a la libre difusión de información, se hace necesario que los estudiantes no salgan de

manera ingenua de las aulas, sino más bien con una visión amplia, crítica y patriótica.

Con todos estos antecedentes se logró dar un sustento teórico para demostrar la necesidad imperante de un proyecto como el que este trabajo de titulación plantea.

De esta manera se alcanzó el objetivo de demostrar que este proyecto de guía es viable, no solo económicamente, sino también práctica e intelectualmente.

Lo que no se demostró, y que sabíamos que tenía tintes utópicos, es que este proyecto sería una solución total para el problema antes planteados. Siempre se supo, y siempre estuvimos concientes de eso, que este proyecto es una ayuda más, un grano de arena y un esfuerzo humilde y ciudadano para que, poco a poco, vaya mejorando el ejercicio comunicacional.

Capítulo VII

Recomendaciones

Después de estos análisis e investigaciones se han podido establecer las conclusiones antes anotadas y de estas se desprenden varias recomendaciones a la comunidad periodística y a la ciudadanía en general.

Primeramente hay que establecer prioridades y objetivos en el ejercicio de la profesión. Entre estos deben estar la satisfacción personal de un trabajo bien hecho, el bienestar colectivo y el desarrollo nacional.

También es necesario reconocer las intenciones del poder y no dejarse maniatar y manipular. Para esto es necesario saber cómo este se presenta y vencer a las succulentas tentaciones que el poder puede ofrecer (dinero, cargos, prestigio, viajes).

Hay que hacer prevalecer la dignidad profesional y no permitir tutelajes informativos mal intencionados, por relaciones laborales o influencias del poder.

Es imperante saber identificar las acometidas del poder para revelarlo y no claudicar a pesar de la presión y la intimidación.

Es necesario rescatar los valores éticos de la profesión y desempolvar los códigos y libros de ética para que guíen el trabajo cotidiano de un periodista. Cuando un comunicador trabaja a lo largo de su vida, de la mano de la ética, el esfuerzo y el profesionalismo ganará el valor máspreciado por cualquier periodista, la credibilidad. Esta no se gana con dinero, ni influencias, solo se la

consigue después de una trayectoria limpia y sincera, a favor del conglomerado humano, que es al que se debe el periodista.

Es normal la necesidad de un trabajo estable, pero también es vital trabajar acorde con los principios y valores de la persona, para que cada noche, el periodista pueda dormir tranquilo, con la conciencia en paz y con la satisfacción de la labor cumplida.

Existen formas legales de defenderse, y es necesario hacerlo, como es el caso de la cláusula de conciencia, que no es usada regularmente, pero está consagrada en el artículo 81 de la Constitución Política vigente hasta la fecha.

También hay la posibilidad de trabajar en otros medios de carácter más alternativo y que tengan una línea editorial más independiente. Si bien es probable que los sueldos sean menores, la satisfacción personal puede ser enormemente mayor.

Incluso, desde esa nueva trinchera talvez se pueda revelar el perverso proceder que se ejerza en otros medios.

Hay que fortalecer la instrucción superior, en la que resalten los valores éticos, es de vital importancia, para que la nueva generación de comunicadores tenga otra visión y trabaje mancomunadamente en el desarrollo nacional.

Por esta razón, también se recomienda la implementación del proyecto base de este trabajo, que sería un empujón más para conseguir nuestro objetivo, que es un objetivo de país.

Sabemos que el fin es una meta a largo plazo, por lo que recomendamos no desesperarse al querer ver los resultados de manera inmediata. Este es un

trabajo que demorará quizá décadas y en el que esta guía intenta ser un humilde pero concienzudo apoyo.

Los estudiantes deben mantener un accionar idealista y no dejar que este se pierda en la primera experiencia de trabajo.

Por último, cuando termine la elaboración de la guía, ésta debe usarse por lo estudiantes y periodistas como un libro de cabecera y no archivarlo en la parte más oscuras de sus frágiles memorias.

Bibliografía

Textos

- Agejas José Ángel, Serrano Francisco José, “Ética de la comunicación y de la información”, Ariel.
- Brajnovic Luka, “Deontología Periodística”, Ediciones Universidad de Navarra.
- Kapuscinsky Ryszard, “Los cinco sentidos del periodista”, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Savater Fernando, “Ética como amor propio”, Editorial Mondadori.
- Comunicación Social, Leyes, Estatutos, Reglamentos y Código de Ética, Editorial Quipus.
- Diccionario Planeta de la Lengua Española, Edición Planeta, Barcelona-Madrid 1982.
- Gran Diccionario de sinónimos Castellanos de Barcia, Edición Joaquín Gil, Buenos Aires 1958.
- Opción Revista de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad de Zulia, Ediciones Astro Data.
- Primera Enmienda, Declaración de Derechos, Constitución de Estados Unidos.
- Teoría de la Comunicación, Apuntes, Colección Temas de Periodismo, Editorial Pablo de la Torriente, 2001 Cuba.

Bibliografía web

- www.bibliojuridica.org
- www.wikilearning.com

- www.sindominio.net
- www.cic.unb.br
- espanol.geocities.com
- es.wikipedia.org
- www.tuobra.unam.mx
- www.efdeportes.com/
- www.inec.gov.ec
- www.pangea.org
- www.lablaa.org
- www.altercom.org
- www.azogue.net
- es.wikipedia.org
- www.informativos.telecinco.es
- estructuraecuador.wordpress.com
- Constitución Política de la República del Ecuador // www.ecuanex.net.ec
- www.saber.golwen.com.ar
- estructuraecuador.wordpress.com
- Red de prensa no alineada, www.voltairenet.org
- www.siglo21.com
- www.fnpi.org
- pdba.georgetown.edu
- www.gatopardo.com

Anexos

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

ANTEPROYECTO PARA TRABAJO DE TITULACIÓN

PROPUESTO POR: Luis Eduardo Vivanco	CARRERA: Periodismo
NÚMERO DE MATRÍCULA: 103040	SEMESTRE QUE CURSA: 8VO
PROFESOR GUÍA: Miguel Soto	FECHA: 12/07/06
1 TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: Proyecto de guía de periodismo cívico y responsable	
2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:	
<p>2.1 OBJETIVO GENERAL</p> <p>Propiciar el desarrollo de un periodismo cívico responsable y ético, entre los actuales y futuros profesionales del periodismo nacional a través de la elaboración de un proyecto de guía que contenga las estrategias de manipulación que ejerce el poder en contubernio con los medios de comunicación y las formas de evitarlo.</p>	
<p>2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Analizar la relación entre el poder y los medios Identificar los pilares que permitirían el ejercicio de un periodismo cívico y responsable. -Desarrollar un proyecto de guía que contenga todos los requisitos de sustentabilidad.</p>	

3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

Dentro de un mundo globalizado los verdaderos valores de trabajar por el país se han ido difuminando. Los interés que grupos poderosos han diseccionado el destino del Ecuador y el mundo. De esta manera también han llegado a manejar medios de comunicación o trabajan en complicidad con ellos.

De ahí se desprende la queja ciudadana sobre que es continuamente manipulada, guiada y engañada por el poder.

La responsabilidad de los medios es precisamente, no engañar. Al ser cómplice del poder se está apoyando al hundimiento del país y, sobre todo, la denigración de la profesión de comunicador.

En muchos casos los periodistas son inocentemente utilizados por quien ocupe la primera magistratura. Los mensajes son maquillados y los símbolos audiovisuales son intencionados.

El no saber captar las verdaderas intenciones del poder convierte a los periodistas en tontos útiles. Por esto es de vital importancia el desarrollo de un proyecto de guía que permita que los periodistas en ejercicio y los futuros profesionales estén concientes del rol que les corresponde desempeñar como defensores de los intereses de la ciudadanía y no de los grupos de poder.

5 MARCO TEÓRICO:

Un texto escrito es una forma de aprendizaje que nunca pasará de moda. Además es la imagen viva del conocimiento. Un libro es una herramienta indispensable en el aprendizaje universitario y un libro que hable sobre la praxis lo es aún más.

El libro, etimológicamente, tiene su origen en el latín *liber*, que quiere decir hoja de árbol. Primitivamente se escribía en estas cortezas. En Asiria se usaban tablillas de arcilla. Posteriormente se usó el papiro que se enrollaba para ser contener los mensajes y conceptos. Así continuó su historia y ha sido un trajín en el que ha llevado a las mentes de sus humanos todos los conocimientos que ha producido la especie.

Este proyecto es la prolongación de su existencia y además será un aporte importante para el ejercicio de la comunicación social. La historia de un artículo como este implica que un proyecto así es vital y con muchas posibilidades de éxito.

El poder según el pensador, Michael Foucault, es una fuerza que atraviesa y reinventa a las personas. Esta fuerza maneja intereses de gran fortaleza que pueden manejar los designios de cualquier ejercicio profesional, entre ellos el periodismo.

El periodismo por su parte es una profesión encargada de la transmisión de mensajes a cerca de un hecho actual y de interés. Sin embargo el ejercicio de esta carrera no queda ahí. Es también analizar, jerarquizar y desmenuzar los mensajes para darlos de mejor manera a las audiencias. El poder y la prensa tienen que entender que los procesos comunicativos tienen que ser manejados según los intereses de las audiencias y no con el fin de manipular.

Esto quiere decir que se tiene que revalorizar a la ciudadanía (receptor en la

terminología funcionalista) y no suponer que solo son un depósito de mensajes de fácil manipulación.

Enmarcado en estas teorías se desarrollará tanto el estudio teórico como el desarrollo del proyecto. Este proyecto será la parte propositiva que intentará eliminar el problema antes planteado.

6 ASPECTOS METODOLÓGICOS:

Se utilizará un enfoque mixto, pues representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativos y cuantitativos.

Tendrá un alcance explorativo y descriptivo.

Para la propuesta se utilizará la metodología de diseño de proyectos que cuenta con: anteproyecto, factibilidad y propuesta.

6 TEMARIO INICIAL DEL TRABAJO:

EL PODER

- 1** Globalización, modernidad y post modernidad
 - 1.2** La superestructura invencible
 - 1.3** ¿Hacia dónde va el poder?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1** Rol de los medios en los tiempos actuales
- 2** Relación entre el poder y los medios
- 3** Futuro de los medios

PERIODISMO CÍVICO Y RESPONSABLE

- 1** Estrategias para no ser herramienta del mal
- 2** La verdadera senda del periodismo
- 3** Los estudiantes de periodismo, la patria y el periodismo

DISEÑO DEL PROYECTO DE LA GUÍA DE PERIODISMO CÍVICO Y RESPONSABLE

- 1** Anteproyecto
- 2** Factibilidad
- 3** Proyecto

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7 Bibliografía básica

- ¿Cómo se fabrican las noticias? , Manuel López
- Medios Masivos y política exterior, Simón Serfaty
- Políticas de comunicación, José Luis Eveni
- “Mañana es San Perón: Propaganda, rituales políticos, y educación en el régimen peronista”, Mariano Plotkin
- Genealogía del poder, Michael Foucault
- Language and Symbolic Power, Pierre Bourdieu

8 Cronograma de actividades

Tiempo	Agosto	Septiem.	Octubre	Noviemb.	Diciemb.	Enero
Actividades						
Investigación	X	X	X			
Redacción	X	X	X	X		
Evaluación			X	X	X	
Presentación						X

FIRMA ALUMNO**FIRMA PROFESOR GUÍA**

**PREGUNTAS CERRADAS PARA REALIZAR A LA CIUDADANÍA Y
ESTUDIANTES DE PERIODISMO**

- ¿CREE USTED QUE EL PODER MIENTE?

SI, 75

NO, 25

- ¿CREE QUE LAS MENTIRAS ENTORPECEN EL DESARROLLO DE LA
PATRIA?

SI, 80

NO, 20

- ¿CREE QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON CÓMPLICES DE
ESTAS MENTIRAS?

SI, 55

NO, 45

- SI LOS MEDIOS SON RESPONSABLES ¿CREE USTED QUE EL
PROBLEMA RADIQUE EN LA PREPARACIÓN DE LOS PERIODISTAS?

SI, 35

NO, 20

- ¿CREE QUE ESTO PODRÍA CAMBIAR?

SI, 40

NO, 60