

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA SOBRE LA  
CALIDAD DEL EJERCICIO PERIODÍSTICO EN GUAYAQUIL**

**DANIELA AGUILAR  
ALFONSO ALBÁN  
DIANA VEGA**

Tesis para la Licenciatura en Comunicación Social con mención en  
Diseño Gráfico para Medios  
Directora de tesis: M. SC. Maritza Carvajal

Guayaquil, Ecuador  
2012

## **DEDICATORIA**

*A nuestros padres.  
Alfonso Albán y Diana Vega*

*A Dios, mis padres y mi novio Marlon.  
Daniela Aguilar*

## **AGRADECIMIENTO**

A Maritza, nuestra tutora de tesis, por guiarnos con paciencia. A cada una de las 387 personas que hicieron un alto en sus actividades diarias para responder nuestra encuestas; a los periodistas Rubén Montoya, Marcela Noriega, Torffe Quintero, Jairo Villamar y al publicista Andrés Seminario, quienes organizaron sus agendas para participar en el grupo de enfoque de especialistas en comunicación, que ayudó en nuestro trabajo. A los estudiantes y profesionales jóvenes y adultos que participaron en otros dos grupos focales, claves para este estudio. A la Facultad de Filosofía de la Universidad Católica de Guayaquil, por brindarnos sus instalaciones para realizar con éxitos todos los grupos de enfoque planificados.

## RESUMEN

El constante descrédito del gobierno de Rafael Correa hacia los directivos y periodistas de medios de comunicación privados en el Ecuador, y la confrontación entre ambos, alentaron la elaboración de este estudio. ¿Los descalificativos y epítetos utilizados por el Primer Mandatario afectan la percepción que tiene el ciudadano común de las noticias que transmiten los medios privados? Esa es una de las preguntas principales que esperamos contestar con nuestra investigación.

Paralelo a los agravios del Presidente, están las querellas judiciales, civiles y penales, con indemnizaciones millonarias, que ha entablado el jefe de Estado en contra de medios de comunicación y periodistas. Estos procesos son únicos en la historia jurídica del país y la región.

En el proceso de investigación, que se centró en los medios de comunicación tradicionales, se utilizó como herramienta de recopilación de información a la encuesta y a tres grupos de enfoque, además de la revisión de estudios similares realizados en Ecuador y en otros países del continente.

Además, se trató la percepción que los ciudadanos tienen sobre las informaciones periodísticas que se difunden tanto en los medios de comunicación del Estado como en los medios de comunicación privados.

En general, la ciudadanía aceptó sin reparos contestar nuestra encuesta, aunque hubo varios consultados que exteriorizaron cierto temor, pues creían que era un estudio gubernamental.

El levantamiento de las encuestas demandó desplegarlos por distintos puntos de Guayaquil, y consultar a personas adultas, con distintos rangos de edad y distinto nivel de educación.

El proyecto avanzó y se materializó en un lapso de 10 meses.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>Problema de investigación.....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>13</b>
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos.....	13
<b>Justificación.....</b>	<b>14</b>
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>15</b>
<b>Marco Conceptual.....</b>	<b>25</b>
<b>Metodología.....</b>	<b>27</b>
<b>Análisis de los resultados .....</b>	<b>29</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>53</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>55</b>
<b>Propuesta.....</b>	<b>57</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>59</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>61</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	29
Gráfico 2.....	29
Gráfico 3.....	30
Gráfico 4.....	30
Gráfico 5.....	30
Gráfico 6.....	31
Gráfico 7.....	31
Gráfico 8.....	31
Gráfico 9.....	33
Gráfico 10.....	33
Gráfico 11.....	33
Gráfico 12.....	34
Gráfico 13.....	34
Gráfico 14.....	35
Gráfico 15.....	35
Gráfico 16.....	35
Gráfico 17.....	37
Gráfico 18.....	37
Gráfico 19.....	37
Gráfico 20.....	37
Gráfico 21.....	37
Gráfico 22.....	38
Gráfico 23.....	38
Gráfico 24.....	39

<b>Gráfico 25.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 26.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 27.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 28.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 29.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 30.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 31.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 32.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 33.....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 34.....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 35.....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 36.....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 37.....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico 38.....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 39.....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 40.....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 41.....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 42.....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 43.....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 44.....</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 45.....</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 46.....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 47.....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 48.....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 49.....</b>	<b>48</b>

<b>Gráfico 50.....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 51.....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 52.....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 53.....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 54.....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 55.....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 56.....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 57.....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 58.....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 59.....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 60.....</b>	<b>51</b>

## INTRODUCCIÓN

En la campaña presidencial de 2006, el entonces candidato Rafael Correa Delgado aseguró que en su gobierno combatiría a los poderes fácticos, “los sectores más retardatarios de la oligarquía, de la banca, de la prensa comprometida por el pasado... Correa se ve a sí mismo como el prócer de la segunda independencia que no sólo tiene que derrotar a los titanes de la partidocracia y del neoliberalismo sino que también enfrenta antiguos aliados que ahora son enemigos del proceso de cambio”<sup>1</sup>. (De la Torre, 2009).

A los cinco meses de su gobierno, que inició en enero de 2007, Correa planteó el primer juicio penal contra un medio de comunicación. Acusó de desacato a Francisco Vivanco, presidente de la Junta Directiva de diario La Hora, por el editorial “Vandalismo Oficial” que publicó el rotativo el 9 de marzo de 2007. En él se calificó de “vergonzosa” la política del mandatario. El proceso fue archivado.

En marzo de 2010, por el editorial “NO a las mentiras” de autoría del exeditor de opinión de diario El Universo, Emilio Palacio, Correa inició una demanda penal por injurias contra el editorialista y los hermanos Carlos, César y Nicolás Pérez, principales directivos del diario más grande del país. Por el editorial, que criticó en fuertes términos su actuación durante la sublevación policial del 30 de septiembre de 2010, el presidente pidió 3 años de prisión para los acusados y \$80 millones en indemnización.

En febrero de 2011, el presidente presentó una demanda civil por daño moral contra los periodistas Juan Carlos Calderón y Christian Zurita, autores del libro de investigación periodística El Gran Hermano, que develó contratos millonarios entre el hermano del mandatario, Fabricio Correa Delgado, y el Estado. En ese caso pidió \$10 millones de indemnización. Además, Correa en su gobierno ha entablado otras siete demandas y contrademandas por desacato, amenazas y daño moral contra otros ciudadanos.

---

<sup>1</sup> De la Torre, C. (2010) Rafael Correa, un populista del siglo XXI.

La madrugada del 16 de febrero de 2012, tras una audiencia de casación que se extendió por 15 horas, la Sala Penal de la Corte Nacional de Justicia, ratificó la condena de 3 años de prisión y \$40 millones de indemnización contra los directivos de diario El Universo. La sentencia de primera instancia fue emitida por un juez temporal Juan Paredes de la Corte de Guayas el 20 de julio del 2011, dentro de un proceso plagado de denuncias de irregularidades y falta de independencia judicial. En el mismo contexto se desarrolló la etapa anterior, de apelación.

También los periodistas Juan Carlos Calderón y Christian Zurita fueron condenados. Cada uno deberá pagarle un millón de dólares al presidente, por haberle causado “daño espiritual”, según la sentencia de primera instancia.

En ese contexto de confrontación entre medios privados y el gobierno, los públicos y audiencias receptan diariamente los informativos periodísticos. Todos los días ven, leen y escuchan, a través de la prensa escrita, radio y televisión, noticias de los procesos judiciales antes citados, que se han convertido en parte de la coyuntura noticiosa. Pero ¿qué tanto afecta esta confrontación a la credibilidad de los medios de comunicación privados? ¿Están perdiendo la confianza de la audiencia? ¿Se percibe alguna incidencia en el manejo periodístico de las informaciones?

“La interacción que las audiencias entablan con los medios de hecho varía no solo de medio a medio, sino de acuerdo a los distintos géneros programáticos y también con relación a diferentes prácticas y hábitos socioculturales. Las audiencias se van constituyendo en lo que son, fundamentalmente a través de sus procesos de recepción-interacción con los diversos medios y como resultado de las mediaciones que ahí intervienen”<sup>2</sup> (Orozco, 1997).

El presente Estudio de la Percepción Ciudadana sobre la Calidad del Ejercicio Periodístico en Guayaquil pretende mediante cifras y la presentación de criterios

---

<sup>2</sup> Orozco, G. (1998). Medios, audiencias y mediaciones; el reto de conocer para transformar (pp. 28). España: revista Comunicar.

de especialistas y personas comunes, mostrar las preferencias y concepciones que la sociedad tiene sobre los productos noticiosos que elaboran los periodistas, en conjunto con otros actores de los medios de comunicación como editores, coordinadores y jefes de información.

En estos días, el periodismo ecuatoriano enfrenta grandes retos que no solo tienen que ver con conservar la confianza de la ciudadanía, sino con construir productos periodísticos con altos estándares de calidad, que den cuenta de su labor y afronten las amenazas de descrédito que enfrenta el oficio por errores cometidos por sus actores y por factores externos.

El análisis de la percepción del público, puede significar una herramienta útil para periodistas y medios de comunicación, teniendo en cuenta que la eficiencia con la que se ejerce el periodismo, es proporcional al compromiso social que los profesionales de esta rama tienen con los ciudadanos.

“La información y la palabra son bienes de la sociedad que nadie puede manejar como propiedad privada, porque pertenecen a todos y están para servicio de todos. Y, por consiguiente, generan el deber de transformarlos en utilidad y servicio para todos. Ponerlos al servicio de un negocio, de una causa particular, de un gobierno o de la vanidad personal es usurpar en provecho propio algo que es de todos”<sup>3</sup> (CAF & Centro Carter, 2009).

En ese sentido, es necesaria la elaboración de productos informativos que persigan defender los intereses de los ciudadanos a través de un libre acceso a la información.

---

<sup>3</sup> Corporación Andina de Fomento, CAF., Centro Carter (2009). Los grandes desafíos del periodismo (pp. 56). Venezuela: Restrepo, J.

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

En sus apariciones públicas, incluido el Enlace Ciudadano que se transmite los sábados desde inicios de 2007, el presidente Rafael Correa dedicado un espacio para desacreditar a la “prensa corrupta”. La prensa corrupta, para el mandatario es la prensa privada, que ha tomado una posición crítica y de oposición contra su régimen.

Ahora, los medios de comunicación privados abanderan una lucha a favor de la libertad de expresión y, como consecuencia, la cobertura de los problemas que afectan a la ciudadanía ha quedado relegada a un segundo plano. La insistencia de la prensa en abordar en sus primeras planas y titulares los temas relacionados con la libertad de expresión se acentúa con el pasar del tiempo.

Además está la concentración de medios por parte del gobierno que, desde 2007, pasó a manejar de una estación radial a dirigir más de 14 medios de comunicación. Entre estos se destacan: Ecuador TV, Radio Pública, El Telégrafo, PP El Verdadero, TC TV, Gama TV, CN3, Radio Súper K. Todos siguen una línea oficialista, que choca con la de los medios privados.

¿En qué medida inciden estos factores indican en la percepción que tienen el ciudadano común sobre el manejo responsable de la información periodística? Esa es la pregunta que intentaremos responder.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Establecer la percepción que tiene el ciudadano común sobre el manejo de la información periodística por parte de periodistas y medios de comunicación en Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer si la percepción del ciudadano común sobre el manejo de las informaciones periodísticas varía según el nivel de instrucción educativa, rango de edad y género.
- Establecer si la credibilidad que le otorga la ciudadanía a las informaciones periodísticas difiere del periodista que la elabora, el medio que la publica o el manejo responsable de la información.
- Establecer si el discurso presidencial incide en la percepción ciudadana de las informaciones periodísticas.
- Establecer si los ciudadanos confían más en los medios de comunicación públicos o privados.
- Establecer si los ciudadanos comunes perciben alguna incidencia del gobierno en las informaciones periodísticas que elaboran los medios públicos, y si también distinguen alguna incidencia de los grupos de poder económico en las informaciones periodísticas que emiten los medios privados.

## **JUSTIFICACIÓN**

La coyuntura mediática actual, caracterizada por la exteriorización de los roces entre el gobierno y los medios privados, supone la reivindicación del buen periodismo.

Los ciudadanos están frente a un nuevo escenario caracterizado por la polarización de medios con línea oficialista y contraria, que puede significar una recepción confusa de información.

En ese contexto, el manejo responsable de la información periodística, caracterizado por la publicación de informaciones equilibradas, confirmadas, contextualizadas y de relevancia social, constituye un elemento fundamental para preservar principios fundamentales como la democracia. Es necesaria entonces, a partir de la percepción de la ciudadana, una autoevaluación de los productos periodísticos, que no solo permita corregir fallas sino valorar el buen trabajo periodístico que también se ha hecho.

Aspiramos que medios de comunicación y periodistas se sigan profesionalizando, y que sus productos informativos evidencien un compromiso social. Así mismo, que no se estigmatice a medios de comunicación y periodistas por los errores u omisiones que tienen, y que de enfrentar procesos judiciales, tengan un trato justo.

## MARCO TEÓRICO

Tanto en la región como en Ecuador, se han realizado estudios y publicaciones sobre la credibilidad que le otorgan los ciudadanos a las informaciones periodísticas que publican los medios de comunicación.

Un ejemplo fue el estudio sobre la credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador, que efectuó la Universidad de los Hemisferios en 15 ciudades, con una muestra de 873 hogares. “Según los encuestados, la información que se recibe del periodismo es, en su mayoría, clara (30,9%). El 16,0% piensa que es imparcial. A éste le sigue la confiabilidad con 17,4%, mientras que el 21,0% de los encuestados piensan que la información es siempre veraz”<sup>4</sup> (Vásconez, 2009), dicta parte de los hallazgos. El mismo estudio determinó que “los factores políticos afectan en un 11,3% la credibilidad de los medios de comunicación; con un 10,9% les sigue la imparcialidad con que las notas periodísticas son elaboradas, así como la tendencia que los periodistas adoptan al momento de difundir la noticia”.

Estamos frente a dos escenarios. Por un lado, la caracterización de los medios de comunicación privados como oposición política y la construcción de un discurso oficialista que resalta sus errores y tiende a desprestigiarlos. Por el otro, el enjuiciamiento civil y penal de medios y periodistas, y el sostenimiento de barreras de acceso a la información pública.

En el primer escenario, autores como Omar Rincón, sostiene que la alta popularidad de gobiernos de izquierda como Venezuela, Bolivia y Ecuador ha hecho posible el emprendimiento de reformas legales que han fortalecido al oficialismo y debilitado a la oposición. “Este vacío fue ocupado por otros actores, incluyendo, o comenzando por, los medios de comunicación, que en algunos

---

<sup>4</sup> Vásconez, I. (2009). La Credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un periodismo de calidad. (pp. 117). Ecuador: Universidad de los Hemisferios.

países, y en ciertos momentos, asumieron la conducción política de la oposición”<sup>5</sup> (Rincón, 2010).

Ese escenario de confrontación puede suponer que los ciudadanos reciban regularmente una tanda de discursos parcializados en lugar de contenidos informativos.

Un ejemplo de esta manifestación de hostilidad entre ambos actores, se ha denotado en el tratamiento del proyecto de Ley de Comunicación, cuya aprobación se ha venido discutiendo en la Asamblea Nacional desde el 2009. Los medios privados frontalmente la han catalogado en sus noticias como “Ley mordaza”, mientras que los representantes del gobierno, en apariciones públicas y cadenas nacionales, han asegurado que la norma permitirá frenar los abusos de “la prensa corrupta”.

Titulares como “Texto de 'ley mordaza', con ambigüedades”<sup>6</sup>, “Ley Mordaza en prueba de fuego”<sup>7</sup>, o “Ley Mordaza regresará a debate”<sup>8</sup>, se han publicado en varios medios de comunicación privados. Esos reportes, han sido menoscabados por el presidente Rafael Correa. “Estoy convencido que el mayor peligro para los cambios en nuestra sociedad es una prensa corrupta y mediocre. Como la prensa buena es fundamental para la democracia y la sociedad, la prensa corrupta y mediocre es un peligro para todos los procesos de cambio, y seguiremos enfrentándola”<sup>9</sup>.

Antes de que iniciara el gobierno de Correa, existía una relación más estrecha entre los medios privados y el poder. “Accidentada a ratos, cordial a veces, pero

---

<sup>5</sup> Rincón, D. (2010). Por qué nos odian tanto, Estado y medios de comunicación de América Latina (pp. 17). Bogotá: Centro en Comunicación en América Latina.

<sup>6</sup> 'Ley mordaza' con ambigüedades. (2010, Julio 12). Edición electrónica Diario HOY.

<sup>7</sup> Ley Mordaza en prueba de fuego. (2010, Enero 5). Edición electrónica El Diario.

<sup>8</sup> Ley Mordaza regresará a debate. (2011, Julio 18). Edición electrónica LA HORA.

<sup>9</sup> Enlace Ciudadano N° 129 (Programa). (2009). Ecuador: Secretaría de Comunicación.

siempre tensa y mutuamente interesada”<sup>10</sup> (FUNDAMEDIOS, 2010). Pero la situación actual “ha socavado el peso específico de los grandes medios tradicionales frente a la sociedad ecuatoriana, ya que el usuario de información, en general, ahora duda de ellos cuando antes aceptaba sin mayor problema los contenidos periodísticos y editoriales de esos mismos medios”<sup>11</sup> (FUNDAMEDIOS, 2010).

“Sicarios de tinta”, “Prensa buitres”, “Cloaca con antenas”, “Bestias salvajes”, “Desinformadores”, “Investigadores mediocres”, “Pasquinos”, “Periodista perverso”, “Prensa mezquina”, “Gordita horrorosa”, son algunas de las expresiones peyorativas que ha utilizado el jefe de Estado contra periodistas y medios de comunicación, y que se han convertido en parte del lenguaje cotidiano de la gente.

En este contexto es válido referirse al surgimiento de nuevas voces informativas. Desde hace más de cinco años, por ejemplo, en Ecuador se transmite por radio y televisión el “Enlace Ciudadano”, un espacio sabatino de alrededor de tres horas en el que el presidente Correa además de informar sus actividades semanales, dedica el segmento “La libertad de expresión ya es de todos”, para criticar noticias o editoriales publicados en medios de comunicación privados.

En otros países como Bolivia, el presidente Evo Morales conduce el programa radial “El pueblo es noticia”. El ex presidente de Brasil condujo por seis años “Café con el presidente”, mientras que el programa presidencial con más antigüedad al aire es “Aló presidente”, del mandatario venezolano Hugo Chávez, que se emite

---

<sup>10</sup> Ricaurte, C., López, A., Ramos, H. & Mena, P. (2010). La Palabra Rota (pp. 136). Ecuador: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios).

<sup>11</sup> Ricaurte, C., López, A., Ramos, H. & Mena, P. (2010). La Palabra Rota (pp. 136). Ecuador: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios).

desde hace 13 años. “La política como acción discursiva tiene, ante todo, presencia mediática”<sup>12</sup> (CIESPAL, 2010).

Los errores y omisiones que se observan a diario en las informaciones periodísticas que se publican en los medios de comunicación, suscitan cuestionamientos y pérdida de credibilidad por parte de la ciudadanía. Esto, considerando a la credibilidad como “la trayectoria sustentada tanto en la continuada profesionalidad como en la sucesiva confirmación de la verdad o veracidad de las informaciones difundidas por el periodista, entendiendo además, que existe una relación de asociación entre la profesionalidad y la certeza de las informaciones”<sup>13</sup> (Roses, 2009).

El 13 de febrero de 2012, diario Hoy publicó una entrevista del contralor Carlos Polit, en la que le endilgó un comentario hecho por el periodista entrevistador: “Si usted quiere encontrar la firma del presidente lo va hacer en las decenas de decretos de emergencia para dar contratos a dedo, ahí está la firma del presidente de la Republica”. Polit pidió rectificación y dos días después, apareció la aclaración y las disculpas en la misma página donde fue se publicada la entrevista.

Dentro del mismo ámbito, también se puede citar lo sucedido en mayo de 2011 en el espacio “La Noticia en la Comunidad” del canal RTS, donde sus presentadores Hugo Gavilánez y Carla Sala, protagonizaron un cruce de insultos con el médico Tito Tomalá, acusado de mala práctica médica. En el programa se presentó un reportaje incriminándolo y sin tomar en cuenta su versión. En vista de ello, el galeno pidió ser invitado al programa para aclarar las acusaciones vertidas en entrevistas a los presuntos afectados y, en vivo, desacreditó al noticiero y a sus presentadores.

---

<sup>12</sup> Ayala, A., Cruz, P. (2010). La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos (pp. 7). Quito: CIESPAL.

<sup>13</sup> Roses, S. (2009). Credibilidad del periodista: teorías subjetivas de profesionales españoles (pp. 3)”. Málaga: Universidad de Málaga.

Todos los días se ven casos de noticias construidas únicamente con el testimonio de un funcionario público, sin fuentes de contraste, redactadas de manera tan veloz que es imposible corroborar la veracidad de los datos. También es frecuente ver la uniformidad de la prensa, que sólo concentra su interés en determinados temas y fuentes de información, casi todas oficiales, mientras deja por fuera otros temas de la agenda pública, quizás de mayor importancia para la ciudadanía, pero cuya divulgación no interesa a los dirigentes del gobierno o a los grandes empresarios del país”<sup>14</sup> (GIP, 2005).

Otro elemento que ha sido motivo para desacreditar a la prensa privada, es su condición empresarial. El presidente Correa, por ejemplo, ha calificado, en reiteradas ocasiones a los dueños de diarios como “empresarios que tuvieron plata para comprar una imprenta y poner un periódico” (25 de junio de 2011-El Ciudadano). “A consecuencia del desarrollo y crecimiento de los grandes conglomerados de la comunicación, los medios actuales difícilmente se conciben en el esquema tradicional de espacio público, sino que se definen como espacios privados susceptibles a influir en la política, gestión estatal y en la vida privada de los individuos”<sup>15</sup> (Blesa, 2005).

Por otro lado, en el país es evidente el ambiente hostil en el que se desarrolla el periodismo. Según un informe presentado por Fundamedios<sup>16</sup>, 156 periodistas en fueron agredidos en el Ecuador en 2011. La cifra se incrementó en comparación con 2010, 2009 y 2008, años en los que se registraron 151, 103 y 22 agresiones respectivamente. En el informe, sobresalió que el 54% de las agresiones en 2011 fueron por parte de funcionarios públicos.

---

<sup>14</sup> Grupo de Investigación de Periodismo, GIP (2005). Línea de Investigación Calidad de la Información Periodística (pp. 14). Colombia: Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana.

<sup>15</sup> Blesa, P. (2005). La crisis de credibilidad de los medios de comunicación en las democracias occidentales: poder y globalización (pp. 10). España.

<sup>16</sup> Fundamedios (2011). Red de Monitoreo de Amenazas de Libertad de Prensa.

En cuanto a los juicios civiles y penales contra periodistas, además de las millonarias demandas entabladas por el presidente contra el ex director de Opinión de diario El Universo, Emilio Palacio y sus principales directivos; y contra los periodistas de investigación Juan Carlos Calderón y Christian Zurita, FUNDAMEDIOS<sup>17</sup> reseñó otros once procesos judiciales que se iniciaron en 2011 contra medios de comunicación y periodistas. El informe fue presentado el 25 de Octubre de 2011 durante una audiencia que concedió la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), con sede en Washington, para tratar la situación de la libertad de expresión en el Ecuador. Algunos de los casos están detallados a continuación:

En mayo, la fiscal Gloria Bravo Cedeño de Manta (Manabí) planteó una demanda penal por injurias en contra de cinco directivos y periodistas de la empresa Medios, Ediasa; casa editorial los periódicos El Diario y la Marea, la estación de televisión Manavisión y radio Amiga, por la publicación de una denuncia de una ciudadana sobre una posible coima.

Ese mismo mes, Roberto Aspiazu, miembro del directorio del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL denunció que ese organismo remitió un expediente a la Superintendencia de Telecomunicaciones para que sancione a la estación televisiva Ecuavisa, por no haber transmitido algunas cadenas gubernamentales en el horario establecido por la Secretaría Nacional de Comunicación, así como por colocar claquetas o sobreimposiciones que identificaban a las cadenas como identifican como tal.

En julio, el Tribunal Segundo de Garantías Penales de Loja declaró culpable al periodista Freddy Aponte de insolvencia fraudulenta, tras el no pago de una indemnización de casi de \$55 mil al ex alcalde de esa ciudad, José Bolívar Castillo, producto de un juicio anterior, por daño moral. Antes, Castillo había demandado a Aponte por injurias.

---

<sup>17</sup> Fundamedios (2011). Informe expuesto el 25 de octubre de 2011 en la sede la Corte Interamericana de DDHH con sede en Washington.

Así mismo, el acceso a la información pública, que brinda al periodista información necesaria para su labor, suele ser coartado en el país. Entonces, cómo confirmar una noticia si, en la mayor parte de los casos, la fuente oficial se niega a entregar la información solicitada, incluso violando La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información (LOTAIP) que entró en vigencia el 18 de mayo de 2004.

De 46 peticiones de acceso a información pública que hicieron cinco medios de comunicación a distintas entidades públicas entre 2008 y 2009, solo 14 pedidos fueron atendidos. La cifra se revela en el capítulo “LOTAIP y medios: historia de una relación frustrada” un estudio publicado en el libro *La Palabra Rota*.<sup>18</sup>

“Lo cierto es que, en este momento, ser periodista se ha vuelto por demás difícil: al existir desconfianza e incluso rechazo al trabajo periodístico; los funcionarios públicos no solo no están dispuestos a entregar información, sino que al guardarse la información lo ven como algo absolutamente beneficioso a las causas gubernamentales”<sup>19</sup> (FUNDAMEDIOS, 2010).

Esto provoca un periodismo en crisis. “El producto informativo que están ofreciendo actualmente los medios de comunicación no responde con garantías a las exigencias que un periodismo de calidad: veracidad, actualidad, interés público, comprobación, contraste de fuentes, pluralismo, y rigor”<sup>20</sup> (Pablos y Concha, 2003). Aun así hay buenos ejemplos de investigaciones periodísticas en las ha existido contraste de fuentes, verificación de datos, rigurosidad. El más reciente, la investigación de Christian Zurita y Juan Carlos Calderón que reveló los contratos por más de \$100 millones entre el hermano del presidente y el Estado. “El mejor momento periodístico de este Gobierno ha sido el Gran Hermano, que

---

<sup>18</sup> Ricaurte, C., López, A., Ramos, H. & Mena, P. (2010). *La Palabra Rota* (pp. 51-52). Ecuador: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios).

<sup>19</sup> Ricaurte, C., López, A., Ramos, H. & Mena, P. (2010). *La Palabra Rota* (pp. 23). Ecuador: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios).

<sup>20</sup> Pablos, J. & Concha, M. (2003). *Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV*. España: Sala de prensa.

cuando salió todos querían leerlo en los periódicos, pero qué pasó, hubo un castigo, entonces hacer periodismo es castigado”. (Noriega, 2011)

Ahora bien, entre las características que debería tener una información periodística responsable, están el contraste de fuentes; la contextualización de la información y la difusión de acontecimientos de relevancia pese a la negativa de los involucrados. “Que cuenten lo que ven o lo que les dice quien lo vio o lo sabe, y que lo hagan con respeto hacia los intérpretes de los hechos, hacia los lectores, hacia su medio y hacia su profesión. Hacia el periodismo, en suma; que si no lo entienden, lo analicen, lo estudien, lo contrasten, lo fundamenten, lo consulten. Se aclaren antes de transmitirlo; que procuren consultar con quien está capacitado, reconocido y autorizado por sus conocimientos y su demostrada fiabilidad (especialistas, estudiosos, expertos, institutos, bases de datos, etc.); que cuando cuenten lo que les cuentan digan expresamente quién se lo ha contado. No vale la fuente anónima sin más; que si no pueden decir quién se lo ha contado, digan por qué no lo pueden decir; que cuando sólo cuenten lo que les ha contado una fuente, lo adviertan, adviertan que están ofreciendo una versión, no una verdad fruto del cruce de varias versiones; y que cuando quien les informa a ellos tiene intereses en lo contado, los expresen, detallen esos intereses.”<sup>21</sup> (Pablos y Concha, 2003).

Pero en la percepción final del lector, radioyente o televidente, intervienen no deja de ser un espectador activo que evalúa y tiene sus códigos para calificar las informaciones periodísticas.

“El impacto y la relevancia, es la actualidad del acontecimiento, lo que significa que los medios, especialmente los periódicos privilegian las noticias actuales mientras que los lectores prefieren las atemporales. Podría inferirse que los

---

<sup>21</sup> Pablos, J. & Concha, M. (2003). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV. España: Sala de prensa.

lectores no buscan la inmediatez en el diario debido a que acceden a la información de actualidad a través de aquellos medios como la televisión, la radio e internet que son vehículos más veloces para la transmisión noticiosa”<sup>22</sup> (De la Torre & Téramo, 2009).

Aunque los medios de comunicación tradicionales dejen de lado, en ocasiones, lo que le interesa a su público. La audiencia sigue siendo fiel. Según Latinbarómetro 2011 la radio, la televisión y los diarios, ocupan respectivamente, el segundo, tercero y cuarto lugar en la tabla de instituciones en las que confían los latinoamericanos<sup>23</sup>. Solo la Iglesia los supera, y por debajo le siguen las financieras, el gobierno, las Fuerzas Armadas y la empresa privada.

“Las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los medios, con nuestras visiones y ambiciones de y hacia los medios. Todos, con nuestras destrezas cognoscitivas, hábitos comunicativos, pero también con nuestras deficiencias analíticas, carencias informativas, necesidades de comunicación y reconocimientos. Las audiencias somos sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, que nos estremezca, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por momentos, de nuestra rutina y existencia cotidiana”<sup>24</sup> (Orozco, 1997).

Todo lo anotado anteriormente, demuestra que el momento que está viviendo el periodismo ecuatoriano, debe ser aprovechado para reivindicar las prácticas del buen periodismo. En definitiva, es tiempo de ejercer un oficio con más compromiso, evitar la toma de posiciones extremas, contrarrestar las críticas del

---

<sup>22</sup> De la Torre, L., Téramo, M. (r 2009. Medición de la calidad periodística: la Información y su público (pp. 7). Argentina: Instituto de Comunicación Social de la Universidad Católica.

<sup>23</sup> Corporación Latinbarómetro (2011). Informe 2011 (pp. 48). Santiago de Chile.

<sup>24</sup> Orozco, G. (1998). Medios, audiencias y mediaciones; el reto de conocer para transformar (pp. 27). España: revista Comunicar.

gobierno con la elaboración de productos periodísticos bien fundamentados, y sobre todo, anteponer los intereses ciudadanos sobre los del poder. El periodista es el depositario de la confianza de la audiencia, y de no cumplir con aquello, la bancarrota es inevitable.

## MARCO CONCEPTUAL

**Informaciones periodísticas:** Conjunto de noticias que se publican en los medios de comunicación escritos, y en horas determinadas, transmiten por la radio o la televisión.

**Contenido informativo:** Es el mensaje en la comunicación de masas.

**Buen periodismo:** Es registrar los hechos correctamente en base a la verdad, la diversidad de ideas en el espacio público, con un comportamiento responsable y con el compromiso de informar a la sociedad de todo lo que sea relevante.

**Noticia:** Es la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos. Una interrupción de lo esperado. Este hecho debe ser impactante, actual, prominente, próximo, conflictivo y/o raro.

**Fuentes de información periodísticas:** testimonios públicos o confidenciales, documentos o pronunciamientos instituciones. De las fuentes se obtiene datos, declaraciones, cifras, referencias que sirven de base para la elaboración de una noticia o reportaje periodístico.

**Editor:** Periodista encargado de revisar y aprobar las informaciones que redactan sus reporteros a cargo, previo a la publicación. El editor dirige la investigación de los reporteros y sugiere temáticas.

**Jefe de información:** Periodista responsable de planificar los contenidos a los que se da tratamiento en los medios de comunicación.

**Credibilidad:** Cualidad de creíble.

**Manejo responsable de la información:** Aplicación sistemática de uno o varios programas sobre un conjunto de datos para utilizar la información que contienen

de forma responsable, bajo los parámetros del equilibrio, la atribución adecuada, la exactitud y la justicia.

**Inmediatez:** Calidad de inmediato.

## **METODOLOGÍA**

El Estudio de Percepción Ciudadana sobre la Calidad del Ejercicio Periodístico, inició en marzo de 2011 y es una investigación no experimental, de índole descriptiva.

En este proceso de investigación, el primer paso fue obtener la muestra de la población de Guayaquil para la realización de una encuesta. Para el efecto tomamos en consideración que la ciudad cuenta con 2'350.915 habitantes, según el último Censo de Población y Vivienda que elaboró el INEC. La cifra fue ingresada en una matriz con un margen de error del 5%, lo que arrojó una muestra de 387 personas.

Esa muestra permitió el levantamiento de una encuesta de 17 preguntas relacionadas con las preferencias que tienen las personas comunes al momento de evaluar el manejo responsable de la información periodística, y a su vez, la incidencia que tienen las críticas del presidente en la percepción y consumo de medios privados.

Se eligió como herramienta de recopilación de información a la encuesta, pues la consideramos como la forma más acertada y directa para conocer la percepción individual que las personas tienen de las informaciones periodísticas que consumen. Cada encuesta se realizó de forma personalizada, lo que contribuyó a resolver las dudas de los encuestados y escuchar sus comentarios y sugerencias.

Cumplida esta tarea, se procedió a organizar la información en bases de datos, procedimiento que implicó el desglose de todas las respuestas, incluyendo las de carácter múltiple; el cronograma de finalización de este proceso, se cumplió en otros dos meses.

Organizados los resultados de la encuesta, se trasladó a porcentajes las cifras obtenidas, lo que permitió obtener una idea global de lo que significaron las respuestas.

Para complementar el estudio se realizaron tres grupos de enfoque; el primero se desarrolló en un cubículo de la Facultad de Filosofía de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y otros dos, se desarrollaron en la Sala de Usos Múltiples de la misma facultad.

Los grupos de enfoque se dividieron en tres categorías: el primero estuvo dirigido a personas de entre 20 y 30 años de edad, estudiantes, profesionales y no profesionales de diferentes partes de Guayaquil; el segundo con profesionales del periodismo y de carreras comunicacionales, y en el último, participaron ciudadanos comunes de más de 30 años, con profesiones no vinculadas al periodismo. Cada grupo focal fue grabado y transcrito; se respaldó la actividad con registros fotográficos.

El número de participantes en cada grupo de enfoque fue de seis, cinco y cuatro personas respectivamente, mientras que el tiempo de duración de esta actividad osciló entre 30 y 60 minutos. Factores como la réplica y el debate que se desarrollaron en los encuentros, los extendieron.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Sega percepción del ciudadano común sobre el manejo responsable de las informaciones periodísticas varía entre las personas que tienen una mayor formación académica. Esto en cuanto a los parámetros: pluralidad (número de fuentes), fuente oficial (fuente institucional) y periodista que elabora la noticia, que establecimos en la encuesta para fijar los aspectos que los públicos consideran relevantes para otorgarles legitimidad a las informaciones periodísticas. Mientras que en las variables: rango de edad y género, la percepción del ciudadano sobre el manejo responsable de las informaciones periodísticas mantiene la misma tendencia.

Las estadísticas demuestran que a medida que los encuestados tienen una mejor preparación académica (gráfico 3), más credibilidad le otorgan a una información periodística que tiene las fuentes institucionales (64%), dejando por debajo la consideración del número de fuentes (9%), y reduciendo a 0% la opción la importancia del reportero que elabora la información periodística.

Gráfico 1

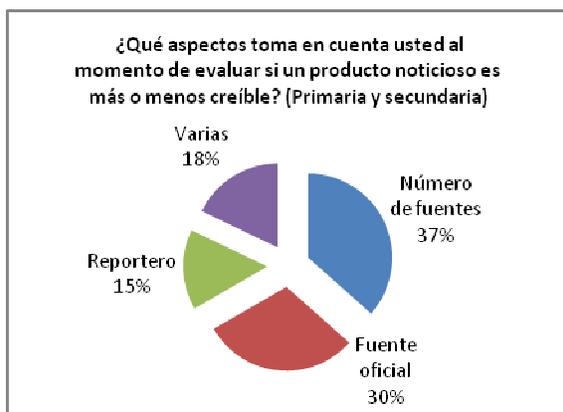


Gráfico 2

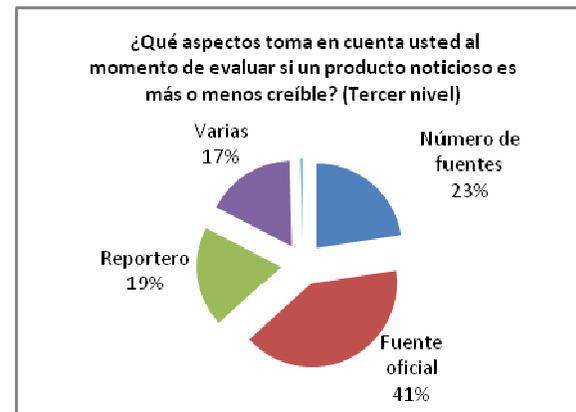
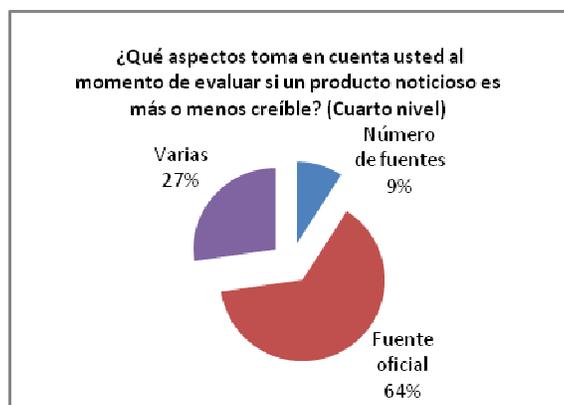


Gráfico 3



En el caso del género, los resultados no tienen una variación considerable. Tanto los hombres (gráfico 4) como las mujeres (gráfico 5) le otorgan el mismo porcentaje de confianza a las fuentes oficiales, que ocupa el primer lugar con 37% y 39 % respectivamente.

Gráfico 4

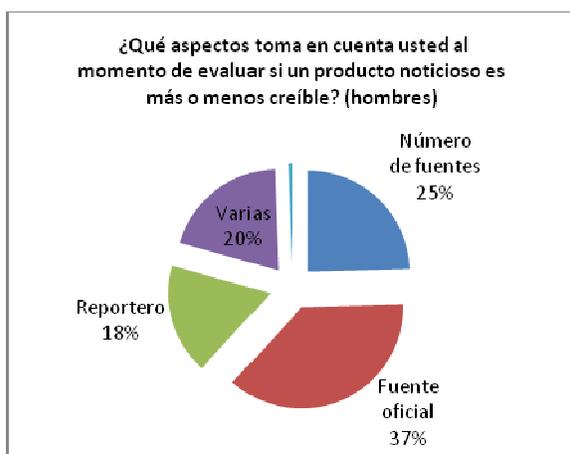
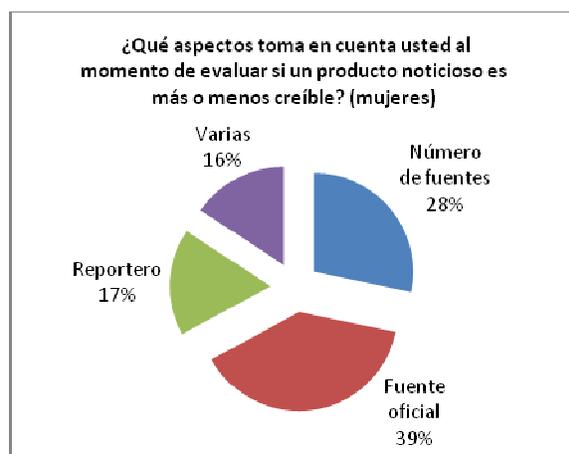


Gráfico 5



Con relación a las edades, los resultados de los rangos de 18 a 25 años y 26 a 41 años, le otorgan mayor credibilidad a una información que tiene las fuentes oficiales (gráfico 6 y 7). La única variación se presenta en el rango de 41 años en adelante. En este último caso (Gráfico 8), la opción de la fuente oficial disminuye a un 28%, dándole igual cabida a la pluralidad de fuentes (28%) y a las respuestas múltiples (28%), es decir, cuando el encuestado ha elegido más de una opción. La confianza al reportero que elabora la información periodística queda relegada al 18%.

Gráfico 6

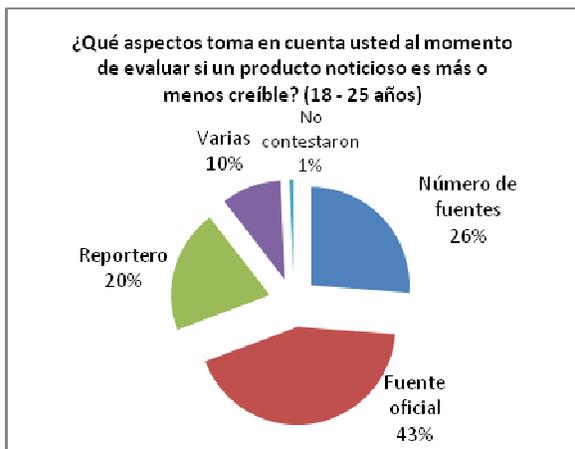


Gráfico 7

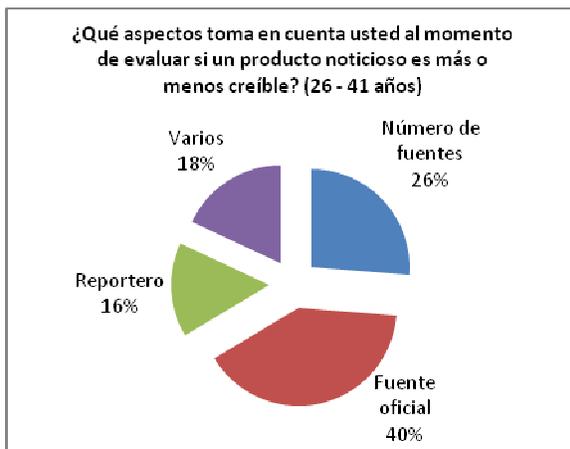
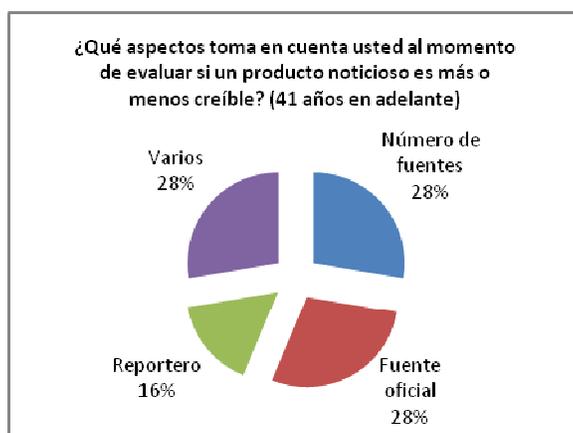


Gráfico 8



Solo los encuestados mayores a 41 años (Gráfico 8), que se traducen en 112 personas (29% de toda la muestra), le dieron el mismo nivel de importancia a una información periodística que además tiene diversidad de fuentes.

Este resultado causó contrariedad entre los periodistas y especialistas en comunicación que participaron en el segundo grupo de enfoque realizado. De los cinco participantes, uno planteó que las instituciones públicas están recuperando la credibilidad que habían perdido, mientras que el resto coincidió en que una noticia construye su validez de acuerdo a la idoneidad de sus fuentes, que no necesariamente tienen que ser oficiales.

“Más importante que la fuente oficial es la fuente testimonial, la fuente ciudadana, porque por ejemplo, los movimientos sociales, las organizaciones, son las que menos se ven en los medios y eso es precisamente lo que hay que cambiar. Para mí, mientras menos fuente oficial haya, mucho mejor (...) Los medios se han aliado al poder casi siempre, entonces estamos acostumbrados a que esos medios reproduzcan ese discurso oficial, y los ciudadanos estamos hartos de eso”, dijo Marcela Noriega, catedrática de la Universidad Casa Grande. Con ella coincidió Rubén Montoya, exeditor de diario El Telégrafo. “El reto del periodismo, si puede llamarse reto, es hacer su tarea de espaldas al poder, así que mientras menos fuentes oficiales existan, que además siempre serán propaganda aquí y en cualquier lado, mejor”.

Las personas con un nivel académico menor le dieron más importancia a la pluralidad de fuentes que debe contener una información periodística para ser considerada creíble, que quienes cursaron la universidad e hicieron postgrados. En total, un 37% escogió esa opción y un 30% a la fuente oficial (Gráfico 1).

En cuanto a si la percepción del manejo responsable de una información periodística difiere del reportero que la elabora, el grupo de encuestados cuyas edades fluctúan entre 18 y 25 años y que equivalen al 39,5% del total de la muestra (153 personas), le mayor importancia a esa opción que el resto (gráfico 6), es decir un 20%.

Los resultados determinaron, de acuerdo a la clasificación por rango de edades (gráficos 6, 7 y 8), que entre el 15% y 20% de los encuestados le otorgan mayor credibilidad a una información periodística cuando identifican al reportero que la elaborar. Esto con relación a de los noticieros de televisión donde el reportero sobresale más que en radio y prensa escrita.

El estudio determinó que el tipo de medio en que se difunde una información periodística, está ligado a la credibilidad que le otorga la ciudadanía.

Gráfico 9

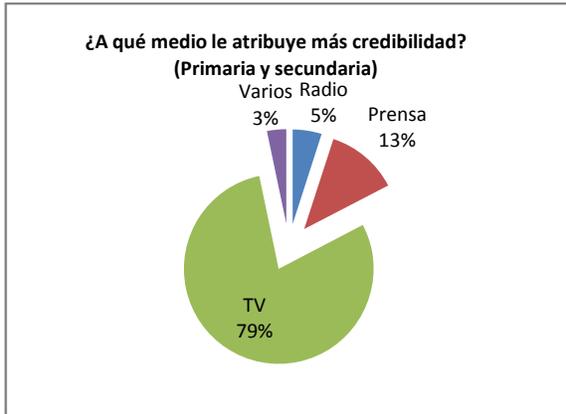


Gráfico 10

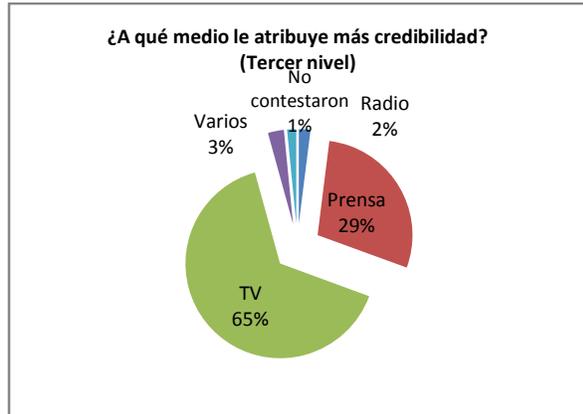
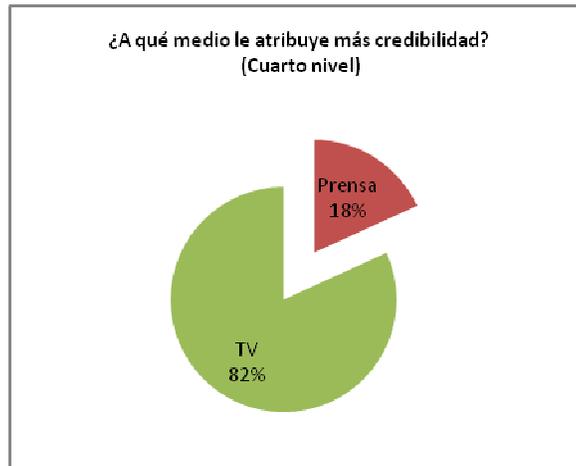


Gráfico 11



La televisión se ubicó con un amplio margen, como el medio al que la ciudadanía le proporciona mayor credibilidad como emisora de informaciones periodísticas. Esa opción obtuvo un 79%, 65% y 82% respectivamente, en las preferencias de los encuestados que cursaron la primaria y secundaria (gráfico 9), estudiaron la universidad (gráfico 10) y un posgrado (gráfico 11).

En cuanto al género se determinó que las mujeres (gráfico 12) tienden a darle más crédito a las informaciones periodísticas que se difunden en la televisión que los hombres (gráfico 13). La preferencia por la prensa escrita, tanto en mujeres (gráfico 13) y hombres (gráfico 12), alcanzó un 21% y 26% respectivamente. Así

mismo, en la variable edad se mantuvo que la ciudadanía le otorga mayor credibilidad a las informaciones periodísticas que se emiten en la televisión.

Los resultados dejan por sentado que pese a los cuestionamientos sobre el equilibrio de los contenidos que se emiten por televisión, “quejarse de que el medio audiovisual antepone la imagen a la sustancia es como quejarse de que la lluvia moja. La lógica de la televisión implica la preponderancia del cómo decir sobre el qué decir; la puesta en escena de los contenidos es parte de su mandato y, sin ella, no se puede cumplir con las metas comerciales que impone el juego del rating”<sup>25</sup> (Martínez, 2004).

Gráfico 12

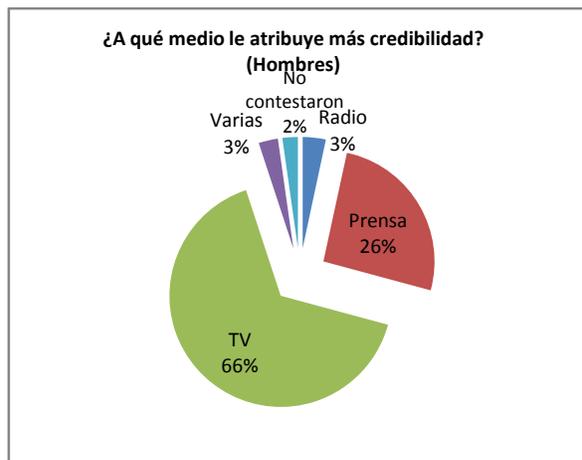
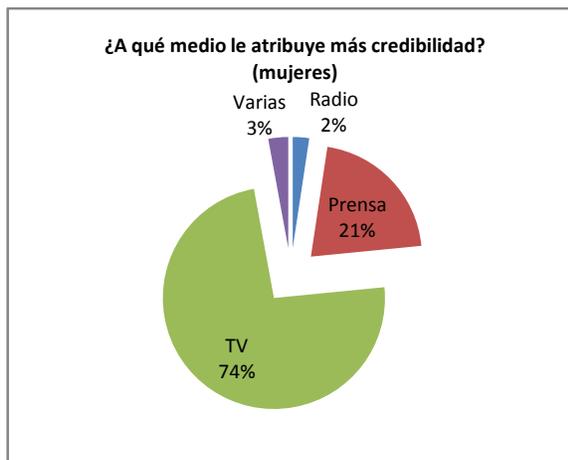


Gráfico 13



Durante el levantamiento de las encuestas, más de un consultado destacó la relevancia de las imágenes que proporcionan los medios audiovisuales. Esa percepción fue reflejada por los participantes de los grupos de enfoque. “Yo prefiero la televisión porque es el medio más realista que puede haber. Te muestra las imágenes y todo lo real”, dijo Santiago Naranjo en el primer grupo focal que agrupó a profesionales jóvenes y estudiantes universitarios.

<sup>25</sup> Martínez, G. (2004). Homo zapping: política, mentiras y video (pp. 215). Buenos Aires: Ugerman Editor.

Gráfico 14

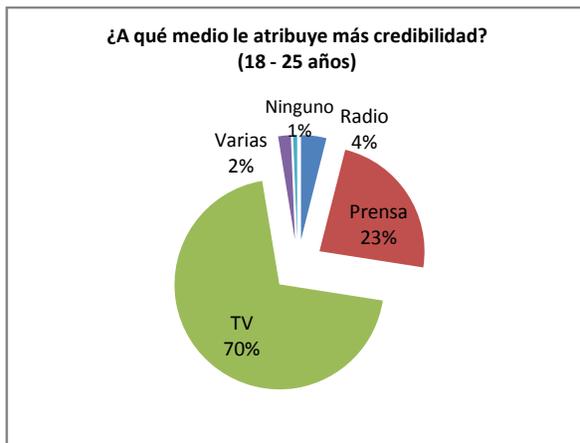


Gráfico 15

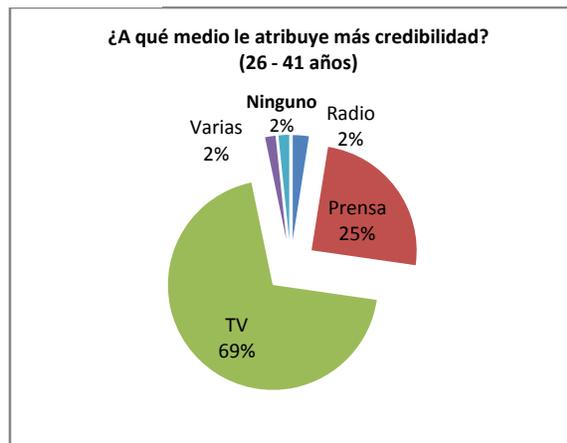
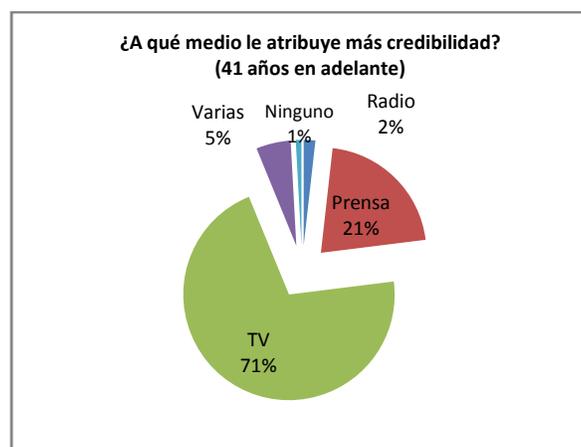


Gráfico 16



Durante el levantamiento de las 387 encuestas que constituyeron la muestra de este estudio, un total de 4 personas afirmaron que no creían ni en la prensa, ni en la radio ni en la televisión. Vale reconocer que al elaborar el modelo de la encuesta se asumió equivocadamente que todos los consultados le darían legitimidad a algún medio de comunicación. Los argumentos de quienes optaron por la opción “ninguno”, se parecen a varios de los expuestos en el primer grupo de enfoque.

“Desde mi punto de vista (los periodistas) deberían ser objetivos e informar a los ciudadanos lo que está pasando, pero no, emiten su punto de vista y (dicen) lo

que les parece y no les parece. Eso puede ser un poco molesto y eso le resta credibilidad a la noticia”, dijo Paola Fuentes.

“Creo que las personas optamos más por decir lo que creemos, que decir la verdad. En este caso no siento que ningún medio tenga credibilidad, porque todos dicen lo que ellos creen”, indicó Karla Espinoza.

Mientras que la periodista Marcela Noriega, quien intervino en el grupo de enfoque de especialistas en comunicación dijo que la credibilidad es “como una mesa de tres patas. Por un lado está el medio, por otro lado está el periodista y por otro lado están las fuentes; si coincide que estos tres elementos están fusionados de una manera coherente, o le funciona bien al lector, pues entonces se da la credibilidad”.

Una vez establecido que la credibilidad que le otorga la ciudadanía a las informaciones periodísticas difieren en gran medida del medio de comunicación en el que se publican, vale indicar que la elección de un determinado medio de comunicación, llámese: canales de televisión, diarios o emisoras radiales, está determinada por las cualidades de credibilidad, trayectoria y renombre, que la audiencia identifica en cada medio, así como por el acceso que tengan a estos.

Gráfico 17

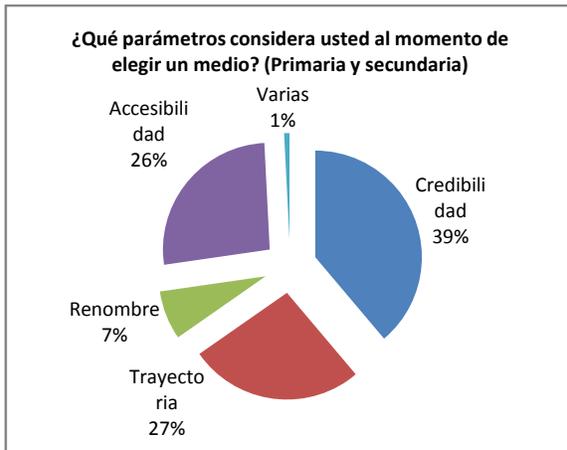


Gráfico 18

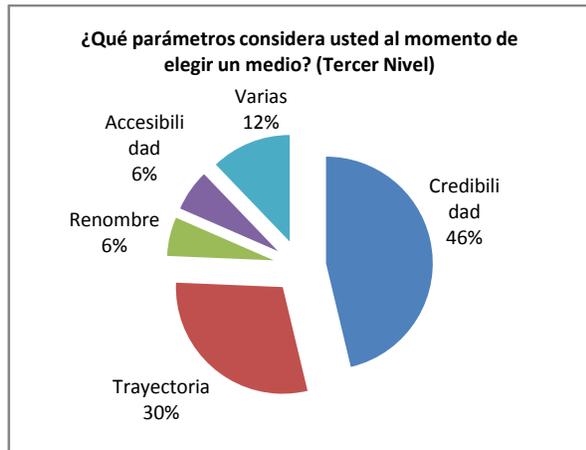


Gráfico 19

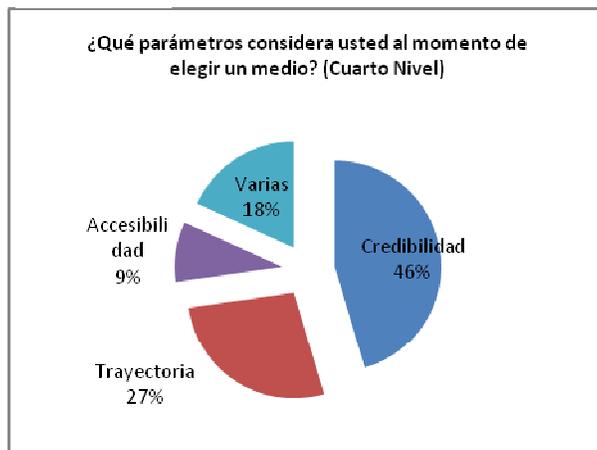


Gráfico 20

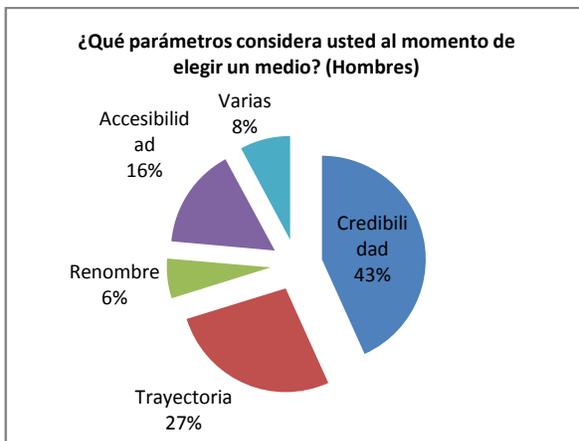
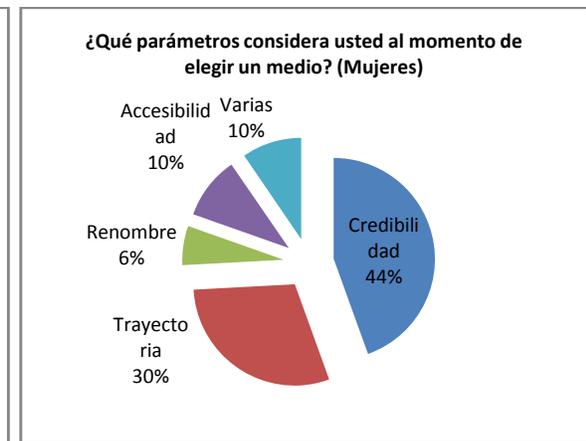


Gráfico 21



Un 46% de las personas que cursaron la universidad (gráfico 18) e hicieron un posgrado (gráfico 19) dijeron que eligen un medio de comunicación para informarse por la credibilidad que le otorgaban. De esos mismos grupos, un 30% y 27% respectivamente eligieron la opción trayectoria, como la segunda la razón por la que seleccionan un medio de comunicación.

Solo un 6% y 9% de los encuestados que obtuvieron un tercer y cuarto nivel de formación académica respectivamente, optaron por la accesibilidad como parámetro para elegir un medio. En contraste, un 26% de los encuestados que solo cursaron la primaria y secundaria (gráfico 17) se inclinaron por la accesibilidad como parámetro para elegir un medio para informarse de noticias, lo que deja entrever que en el sector popular de Guayaquil aún no existe una cobertura completa de los medios de comunicación tradicionales, suponiendo una barrera al acceso a la información.

En el estudio también se estableció que la constante desacreditación de las informaciones periodísticas que se emiten en los medios de comunicación privados, por parte del presidente Rafael Correa, han deteriorado el nivel de confianza que les tienen las audiencias. Aún así, la afectación a la sintonía y la lectoría de informaciones periodísticas que difunden medios de comunicación privados es imperceptible.

Gráfico 22

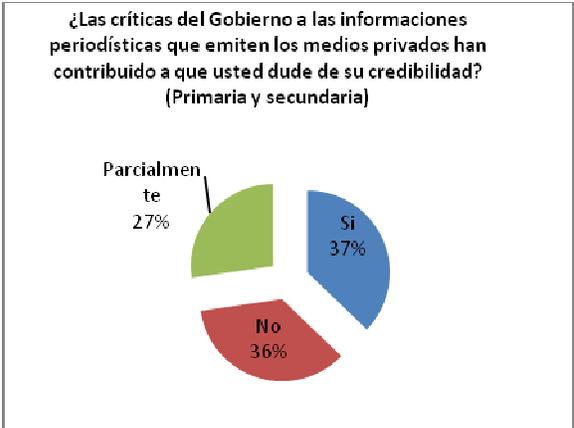


Gráfico 23

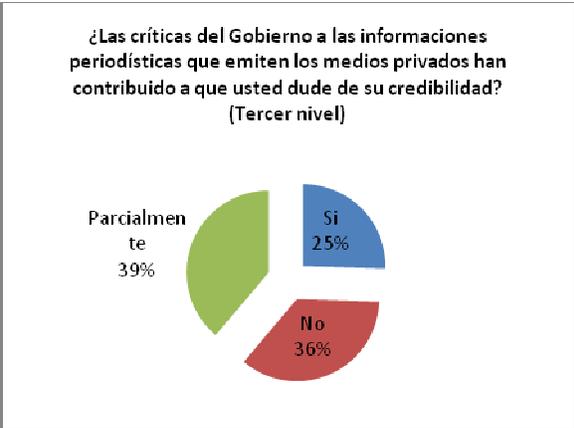
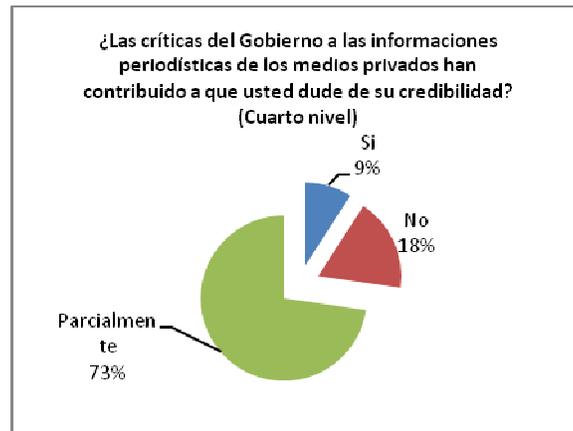


Gráfico 24



La incidencia directa del discurso crítico del presidente contra los medios privados, se evidencia en mayor medida entre las personas que solo cursaron la primaria y secundaria (gráfico 22). Mientras que del grupo de consultados que estudió un posgrado, solo un 9% aceptó que es vulnerable a la mala propaganda que le hace el gobierno a los medios privados.

Existe un porcentaje considerable de consultados que dijeron ser parcialmente susceptibles a las críticas del presidente Correa a los medios privados. Ese porcentaje se incrementa en media que aumenta su nivel académico (gráficos 22, 23 y 24).

En ese sentido, podríamos afirmar que el discurso del presidente, en parte, “ha socavado el peso específico de los grandes medios tradicionales frente a la sociedad ecuatoriana, ya que el usuario de información, en general, ahora duda de ellos, cuando antes aceptaba sin mayor problema los contenidos periodísticos y editoriales de esos mismos medios”, indica el estudio de FUNDAMEDIOS 2010.

Gráfico 25

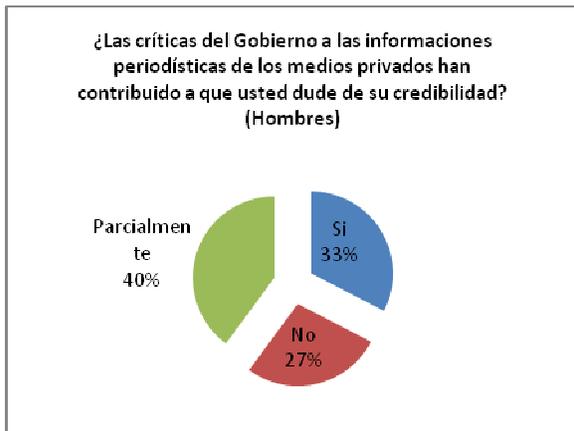


Gráfico 26

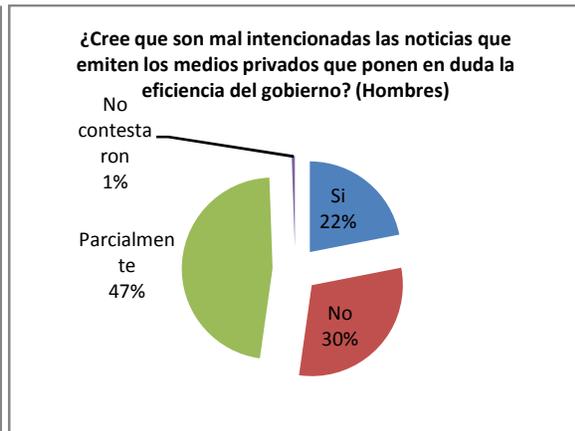


Gráfico 27

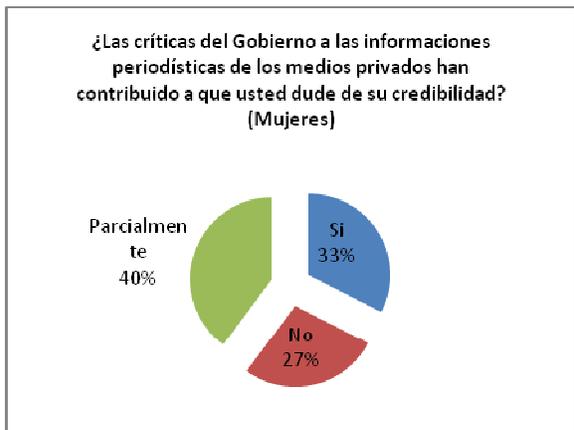
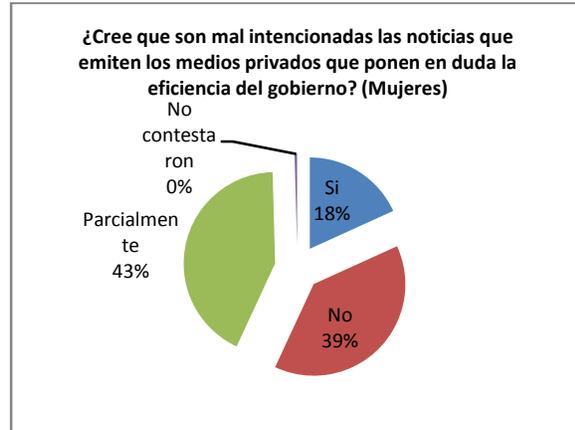


Gráfico 28



El descrédito del presidente hacia los medios privados ha calado porque una parte de la ciudadanía cree que son de mala fe las informaciones periodísticas que difunden los medios de comunicación privados y que ponen en duda el prestigio y eficiencia del gobierno, como los escándalos de corrupción. Un 22% de los hombres consultados (gráfico 26) y un 18% de las mujeres (gráfico 28), dijeron que creían que ese tipo de informaciones periodísticas eran malintencionadas.

Esto trae a colación el papel de “prensa opositora” que el mismo presidente a endosado a los medios de comunicación privados. Esa concepción fue resaltada por Rubén Montoya en el grupo de enfoque de especialistas en comunicación. “Es oposición y es oposición consciente, que es oposición torpe es otra cosa”, dijo, y

añadió que los medios privados no están seguros de que el camino de la oposición sea el correcto, y “que les gusta jugar a que siguen siendo mediadores”.

“Si realmente la prensa fuese oposición, usaría mecanismos políticos para hacer oposición como el silencio, por ejemplo, pero la prensa no es oposición, Correa dijo que era oposición que es distinto, porque necesita a alguien en el guinguiringongo (sube y baja) que lo mantenga a él arriba”, replicó Andrés Seminario, quien participó en el mismo grupo de enfoque. “Cuando el gobierno de la revolución ciudadana, Rafael Correa, llámenlo como les de la gana, acabó con la institucionalidad de la oposición política –léase los partidos y los actores políticos- tuvo que construir uno nuevo, porque o sino en esta suerte caía”, añadió.

Montoya y Seminario coincidieron en que hay un segmento de la población que le guarda cierto resentimiento a los medios de comunicación privados. “Yo creo que gran parte del éxito de la propuesta del presidente Rafael Correa es que el público en general tiene cuentas guardadas con la prensa, es decir, que él (Correa) expresa algo que el público en general cree que es así”, dijo Montoya. “Pongámoslo de la siguiente manera: soy bailarín de reggaetón y quise aparecer en el programa de las 16:00 de TC TV. Fui con mi mejor gala y pienso que Estefanía Isaías (exgerente de Producción de ese canal) me choleó, pero lo cierto es que yo no aplicaba al perfil y llegué tarde, pero no importa, la prensa es una miserable y tiene razón el presidente”, comentó Seminario.

En el último comentario, Seminario encasilla en un mismo grupo a los noticieros de televisión y al resto de la programación de un canal. Lo que refleja la confusión que existe en la ciudadanía, que une a los espacios de noticias con el resto de programación que se transmite.

Las críticas del presidente Rafael Correa sobre las informaciones periodísticas que emiten los medios de comunicación privados, tuvieron menos impacto en los grupos de edad de 26 a 41 años (gráfico 31) y 41 años en adelante (gráfico 33). De ellos, un 34% y 42% respectivamente sostuvieron que el descrédito del Presidente no ha puesto en duda su confianza en la prensa privada. Mientras que

solo un 26% del grupo de edad de entre 18 y 25 años (gráfico 29), respondió lo mismo.

Gráfico 29

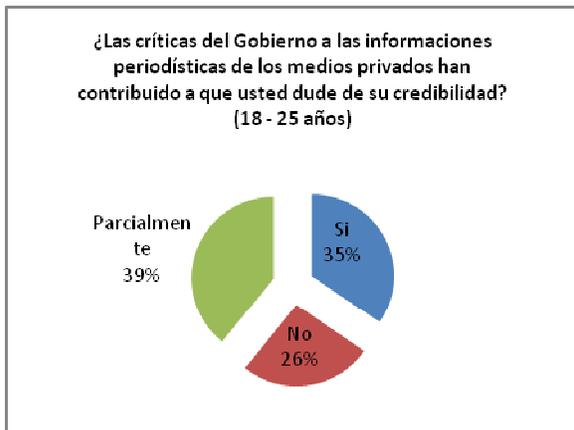


Gráfico 30

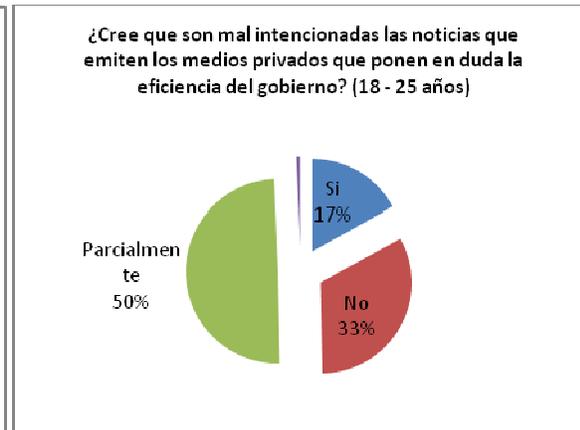


Gráfico 31

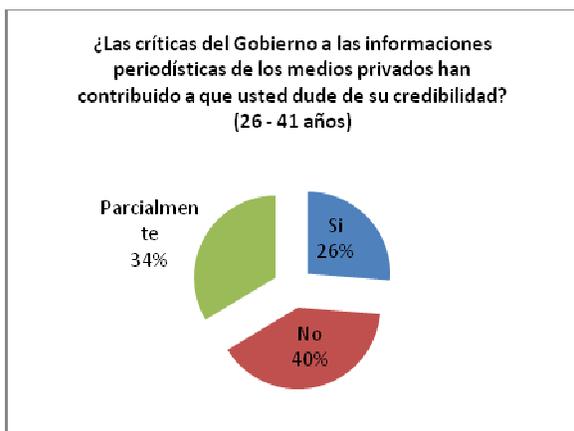


Gráfico 32

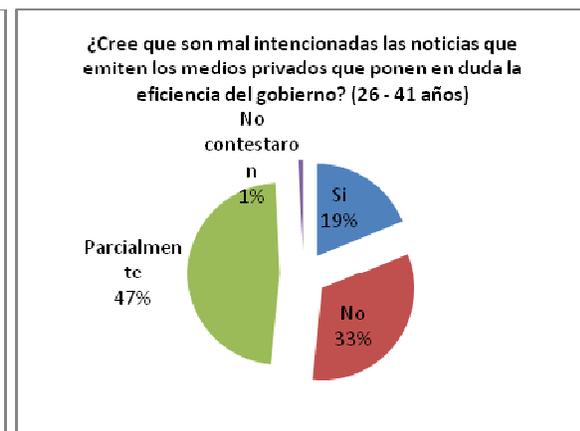


Gráfico 33

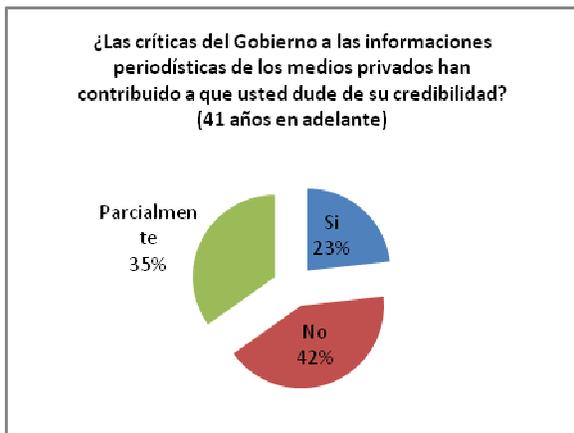
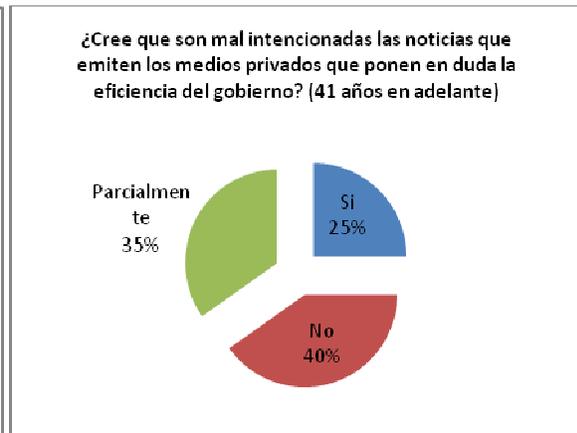


Gráfico 34



El hecho de que los adultos se dejan influenciar en menor medida, por las críticas del presidente a los medios privados, se evidenció en el tercer grupo focal. “Por los años que uno tiene, ya se tiene la tradición de leer ciertos periódicos o sintonizar ciertos canales de televisión. Más bien la verborrea de los funcionarios de gobierno a los medios han hecho que los televidentes sean más fieles”, dijo Carlos Albán.

Gráfico 35

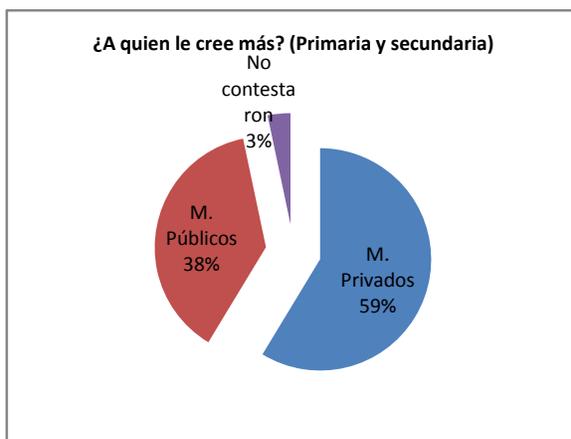


Gráfico 36

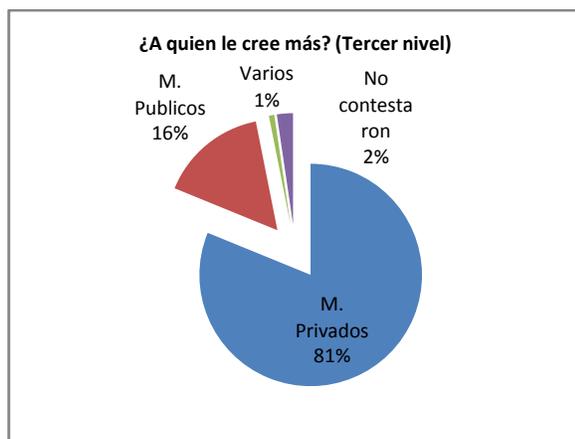
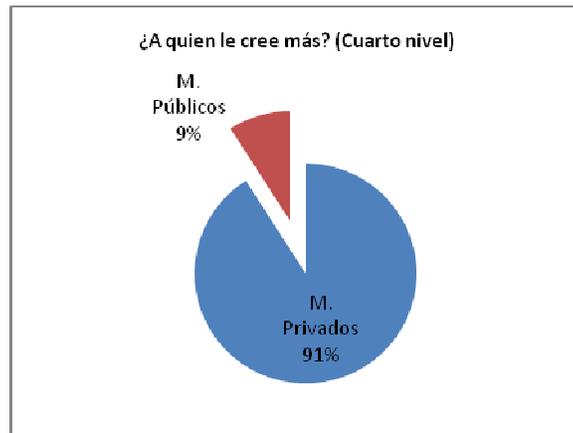


Gráfico 37



Los ciudadanos creen más a los medios privados. El porcentaje de credibilidad en estos medios incrementa en la medida que incrementa el nivel de instrucción académica. Mientras que en el caso de los medios públicos, el porcentaje de credibilidad que les otorga la ciudadanía, disminuye a medida que aumenta el nivel académico (gráficos 35, 36 y 37).

En general los consultados identifican a los medios del Estado como afines al gobierno y a los privados como oposición.

“Sería una gratisima sorpresa creer que existe en realidad un concepto claro de los que son los medios públicos y privados, yo creo que no existe realmente. Claro que son diferentes porque los unos están a favor de y los otros en contra”, comentó al respecto Rubén Montoya en el segundo grupo focal.

El porcentaje más alto de credibilidad que se otorgó a los medios públicos (38%) fue por parte del grupo de consultados que únicamente cursó la primaria y secundaria (gráfico 35). Pero solo un 3% de ese mismo grupo calificó de excelente la programación que emiten los medios públicos (gráfico 41), frente a un 17% que calificó de excelente la programación de los medios privados (gráfico 40).

Gráfico 38

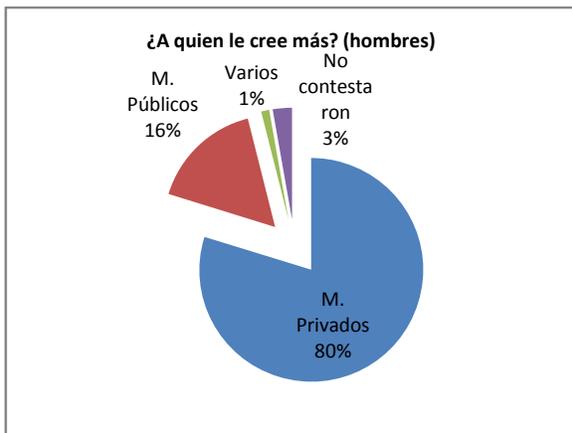
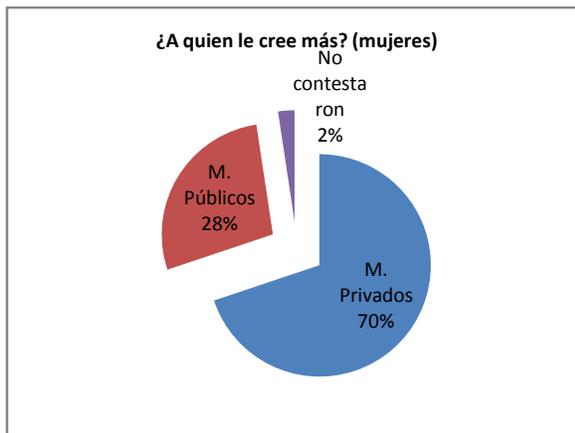


Gráfico 39



Pero la preferencia de los encuestados por los medios públicos es aún menor de lo que reflejan las encuestas. Aunque un 38% de los consultados con instrucción primaria y secundaria dijo que creían en los medios públicos, solo el 1% de ese mismo grupo ve el canal público Ecuador TV, el 3% Gama TV y el 14% TC Televisión. El resto consume medios privados (gráfico 40). La preferencia por medios privados se acentúa entre los consultados que estudiaron la universidad (gráfico 41) y un posgrado (gráfico 42).

Gráfico 40

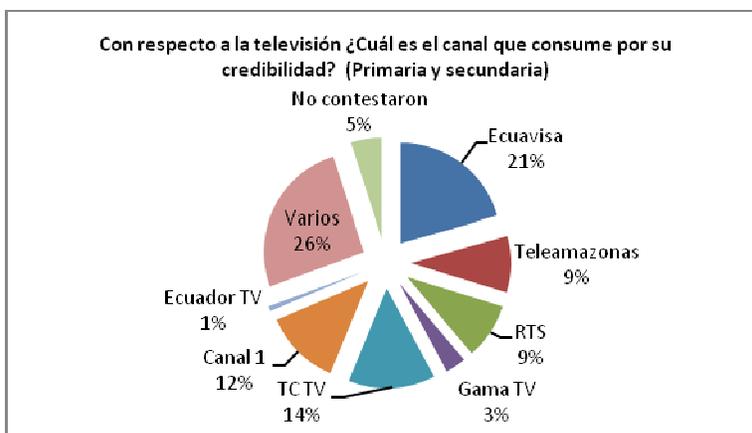


Gráfico 41

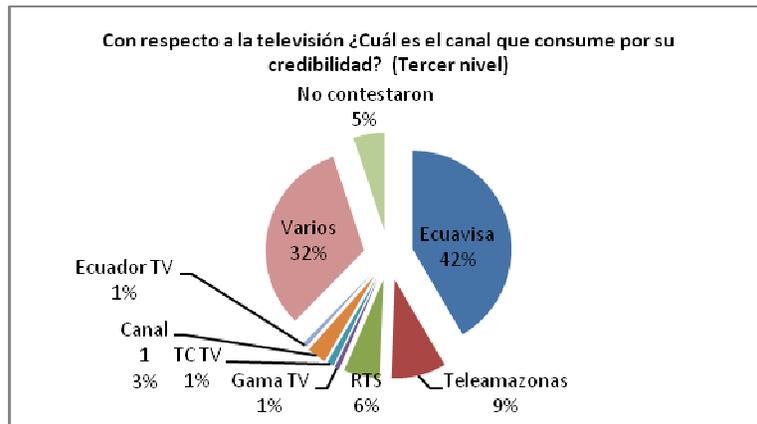


Gráfico 42

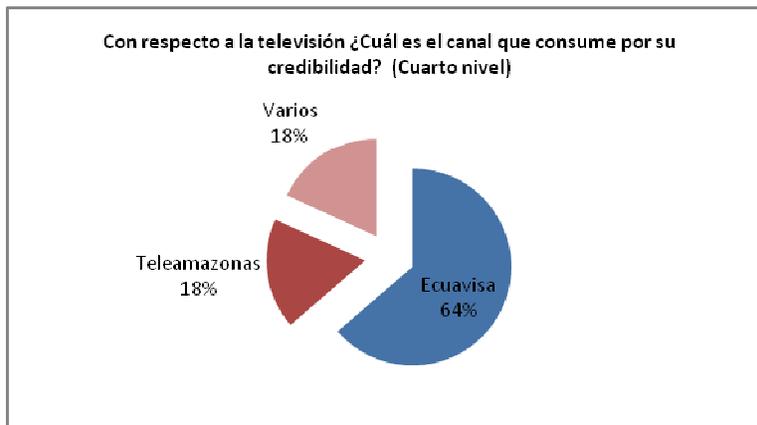
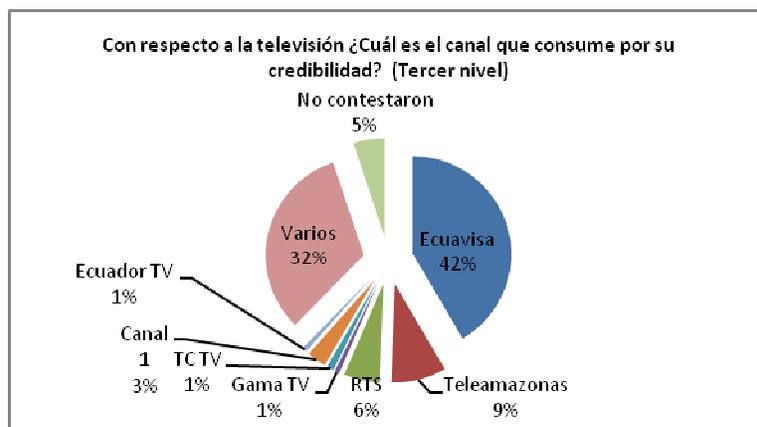


Gráfico 43



La misma situación se reflejó con el consumo de prensa escrita. Solo un 2% del rango de encuestados que no estudiaron la universidad, aseguraron que leían el diario estatal El Telégrafo (gráfico 43), frente a un 29% y 18% que escogieron a los periódicos privados El Universo y Extra respectivamente.

Gráfico 44

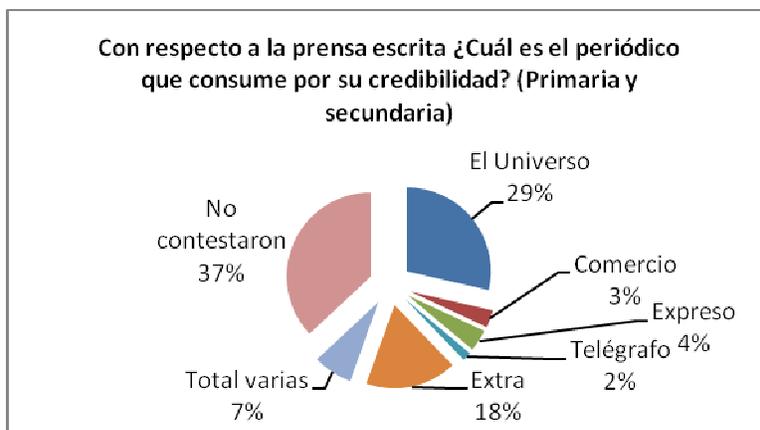


Gráfico 45

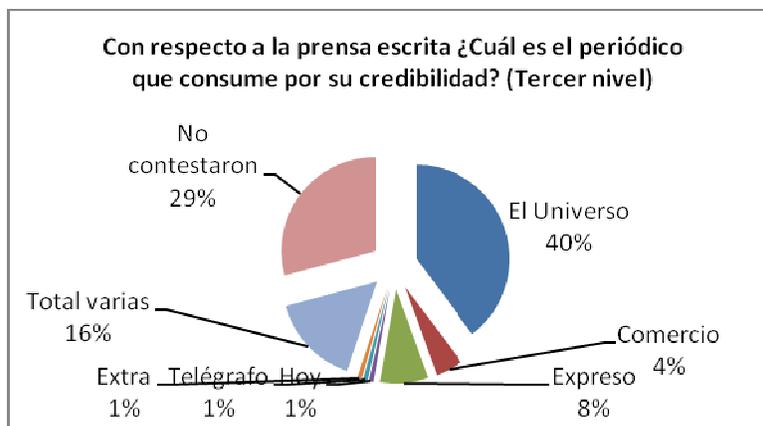


Gráfico 46

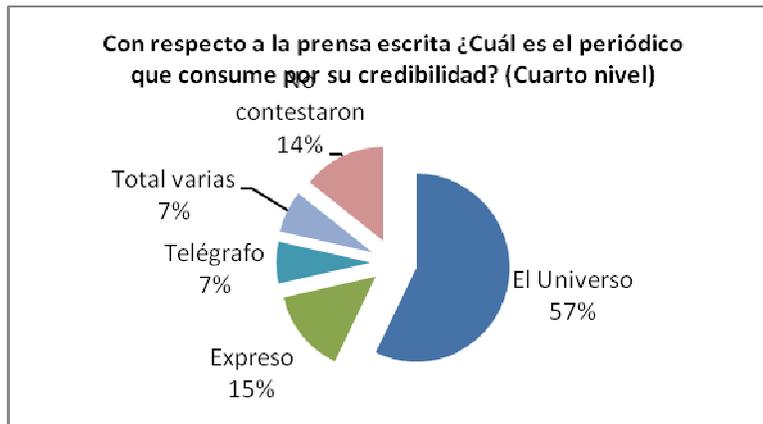


Gráfico 47

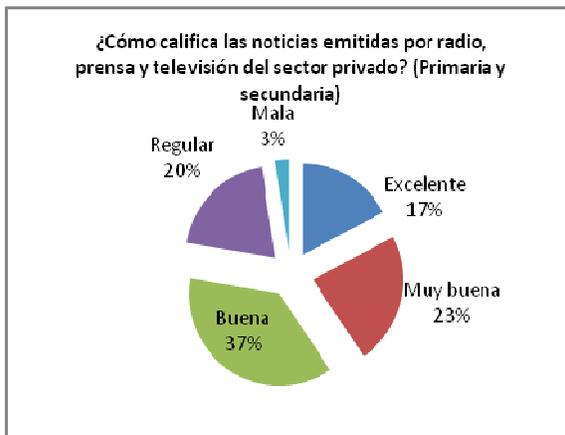


Gráfico 48

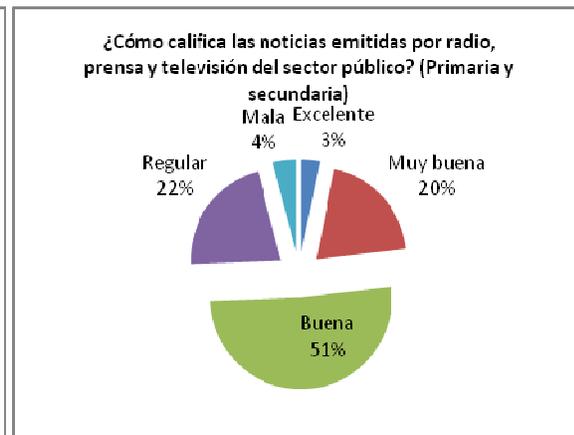


Gráfico 49

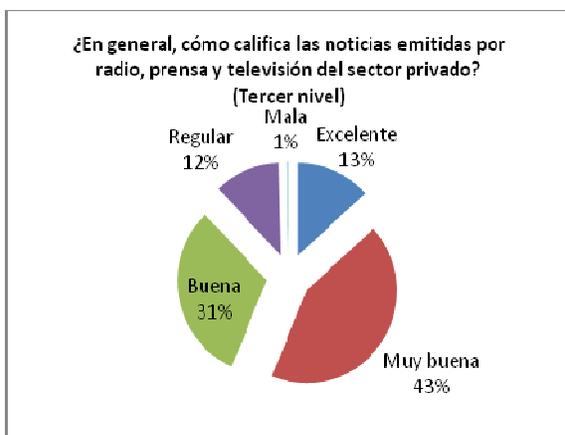


Gráfico 50

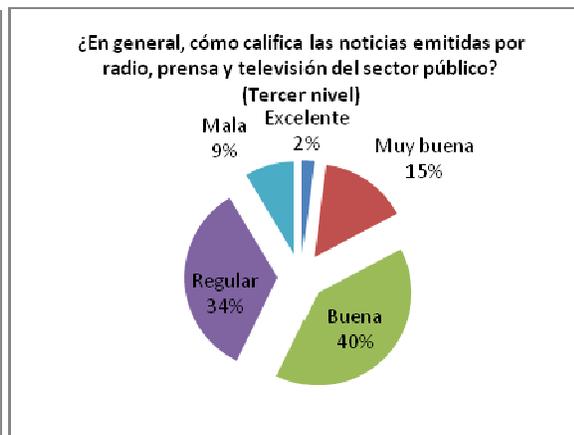


Gráfico 51

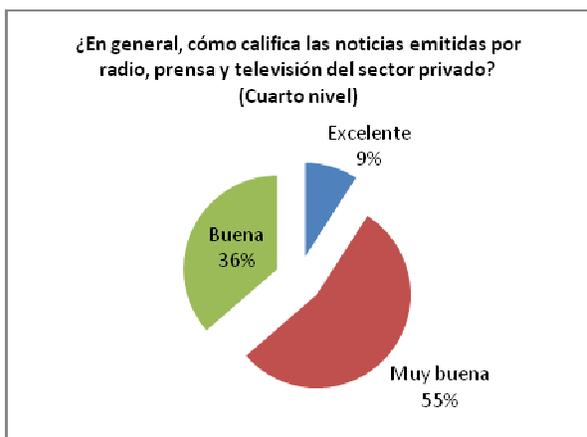
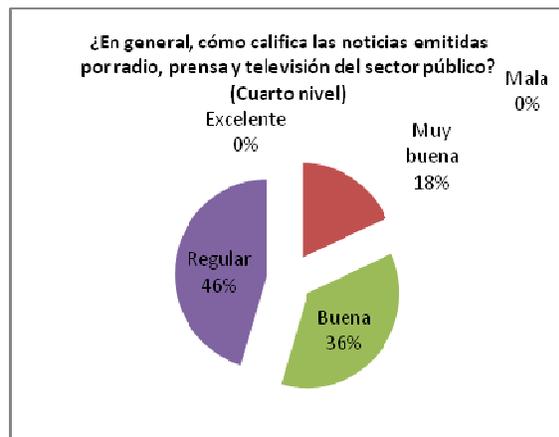


Gráfico 52



Las encuestas reflejaron que la preferencia por los medios públicos o privados, varía según la instrucción académica. El 43% de los consultados con un tercer nivel educativo calificó como muy buenas las noticias que emiten los medios privados (gráfico 49), frente a un 15% de este mismo grupo que calificó de muy buenos a los medios públicos (gráfico 50). De este mismo grupo, el 12% calificó como excelentes las informaciones que publican los medios privados, y solo un 2% otorgó esa calificación a las informaciones que publican los medios públicos.

En los encuestados que estudiaron un posgrado, la preferencia fue más acentuada. Un 55% de los encuestados calificó como muy buenas a las noticias emitidas por los medios privados (gráfico 51), mientras que el 18% le dio la misma calificación a las informaciones periodísticas publicadas por los medios públicos (gráfico 52). Del mismo grupo, el 9% dijo que eran excelentes las noticias emitidas por los medios privados, pero nadie dijo lo mismo de los medios públicos.

La ciudadanía sí percibe la incidencia del gobierno en las informaciones periodísticas que emiten los medios públicos. Esa percepción no varía entre hombres y mujeres (gráficos 53 y 54), pero aumenta en los consultados que tienen más preparación académica. El 52% las personas que cursaron la primaria y secundaria dijeron que notaban la influencia (gráfico 55), mientras que entre quienes llegaron a la universidad (gráfico 57) y estudiaron un posgrado (gráfico 59), el porcentaje creció a 64% y 73%, respectivamente.

“Una noticia del presidente, en un canal estatal, se maneja más suave. En un canal contrario, por el mismo hecho de tener una rivalidad, lo manejan mucho más agresiva. Sí informan de la misma manera, pero con un nivel de agresividad diferente”, comentó José Luis Goyes, integrante del primer grupo de enfoque.

Pero las personas no solo percibe una incidencia del gobierno en los medios públicos, también una incidencia de los grupos de poder económico en los medios de comunicación privados. “Todos responden a un interés económico y sería ingenuo decir que en un 100% se dedican al periodismo puro. Eso no quiere decir que sean tan sesgados como son los medios estatales. Posiblemente en algún tema económico. Si tiene algún interés, obviamente, tomaran alguna decisión o partido. Eso nadie lo puede negar o impedir, pero la diferencia es que en esos medios privados hay una diversidad de criterios”, dijo Carlos Albán en el último grupo focal.

Gráfico 53

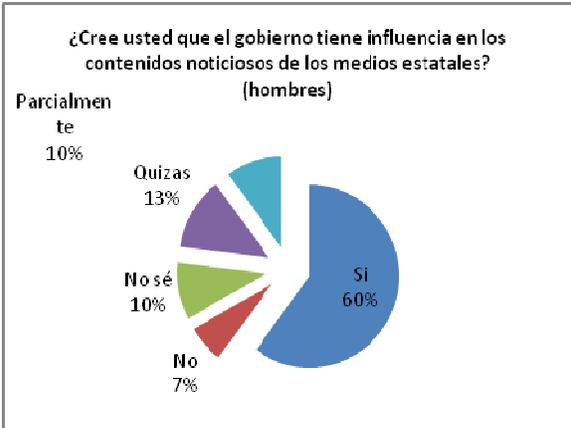


Gráfico 54

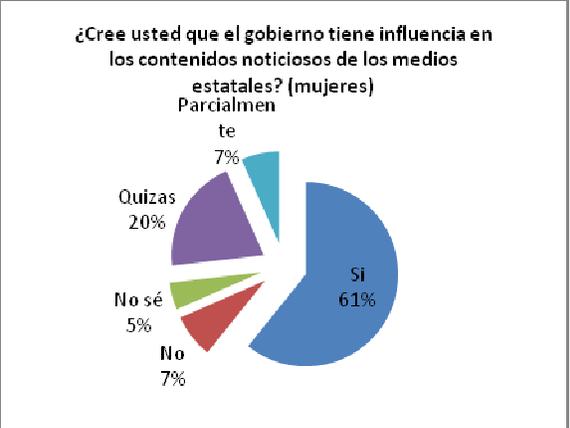


Gráfico 55



Gráfico 56



Gráfico 57

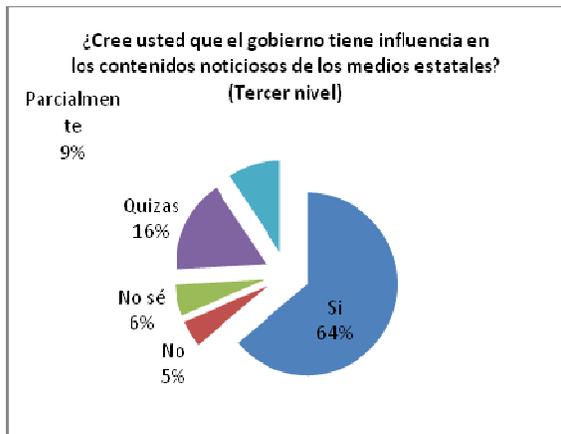


Gráfico 58

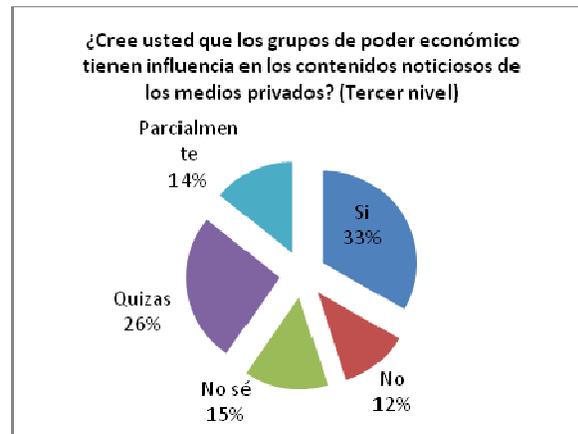


Gráfico 59

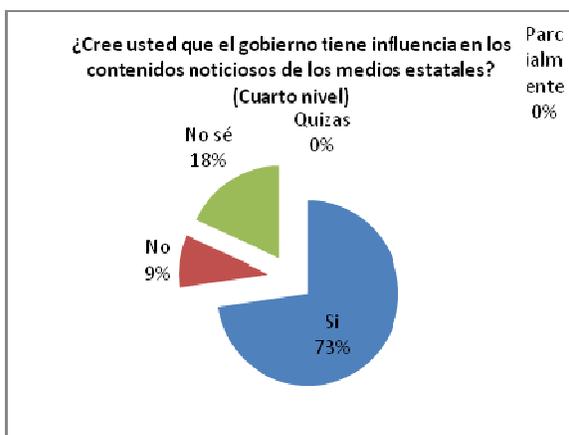


Gráfico 60



“Al pasar a manos de estado (los medios incautados) se notó la diferencia en el manejo de la noticia. Pasaron a formar parte del Estado. Todo a favor del Gobierno”, comentó Paulo Rivera del primer grupo de enfoque.

“Es obvio que los medios que están en manos del Estado reciben directrices del Gobierno para que se apeguen a la línea de ellos. Ninguno de esos medios es crítico solo pasan buenas noticias, las cosas buenas del gobierno. Se necesita una crítica para que el lector pueda discernir, que es lo que pasa. De eso se trata. No una prensa dormida que solamente agache la cabeza”, dijo por su parte Carlos Albán del tercer grupo de enfoque. Mientras que Xavier Andrade, quien participó en el mismo encuentro añadió: “Ahora es verdad que los medios pueden estar con un gobierno siempre responderán a intereses y los medios privados de cierta manera también responden a intereses. Lo que le queda al ciudadano es juzgar a cual considera más confiable y cual no. Pero hay una gran diferencia que los medios privados se financian con capital de sus dueños. En cambio, el medio público que manipula información y es sesgado financia su canal con plata del ciudadano.

## CONCLUSIONES

- ✓ La instrucción académica de los ciudadanos es el factor que determina la percepción que estos tienen sobre las informaciones periodísticas que leen, escuchan o miran en los medios de comunicación escritos, radiales o audiovisuales. Es así, que las personas con mayor instrucción, más credibilidad le otorgan a una noticia contengan fuentes institucionales.
- ✓ La edad de los ciudadanos no varía su percepción sobre el manejo responsable de la información periodística en los medios de comunicación tradicionales, salvo en el caso de las personas adultas. Ese grupo considera que una noticia es más creíble cuando reúne varios elementos como pluralidad de fuentes, incluidas las fuentes oficiales.
- ✓ Existe un grupo mínimo, equivalente a 1% del total de la muestra, que no confía en las informaciones que se publican en los medios de comunicación tradicionales porque consideran que están dadas de acuerdo a los intereses de los directivos y dueños de los medios.
- ✓ El discurso crítico del presidente contra los medios de comunicación privados hace que alrededor del 30% de los consultados duden de las informaciones periodísticas que estos difunden. Esa incidencia, no tiene efecto en el consumo de medios, pues más del 70% de personas afirma que le cree más a los medios privados que a los del estado, y alrededor del 90% prefieren informarse por medios privados.
- ✓ La formación académica juega un papel determinante en la recepción de las críticas que el presidente Rafael Correa hace contra los medios privados. Un número 37% de los consultados que cursaron la primaria y secundaria dijeron que los cuestionamientos de Correa a los medios privados hacían que duden de las informaciones que estos emiten, mientras que solo un 9% de las personas que cursaron un posgrado respondieron en el mismo sentido. Además, existe un grupo de personas que afirman que

las críticas del presidente a los medios de comunicación privado influyen parcialmente, a que duden en las informaciones que publican estos medios.

- ✓ Un 22% de los hombres y 18% de las mujeres piensan que son mal intencionadas las informaciones periodísticas que difunden los medios de comunicación privados, que ponen en entredicho el prestigio y eficiencia del gobierno.
  
- ✓ La ciudadanía mira a los medios estatales y públicos como afines al gobierno de turno, y reconoce que el gobierno influye en las informaciones periodísticas que se emiten en estos. En cuanto a los medios privados, los ciudadanos los miran como oposición política y reconocen, aunque en menor medida, que los grupos de poder económico influyen en las informaciones que difunden. La relación está también ligada a la instrucción académica. Aproximadamente la mitad de las personas que cursaron la primaria y secundaria dijeron que consideraban que el gobierno tenía influencias en las informaciones periodísticas que difunden los medios públicos (52%), y que los grupos de poder económico tenían incidencia en las noticias que emiten los medios privados (44%). A medida que aumentó la formación académica, aumentó la percepción de que el gobierno influye en las informaciones periodísticas que difunden los medios públicos y se redujo la consideración de que los grupos de poder económico inciden en las informaciones que emiten los medios privados.

## RECOMENDACIONES

El momento que vive el periodismo ecuatoriano debe ser aprovechado para corregir las malas prácticas profesionales. En definitiva, es tiempo de ejercer un oficio con más compromiso para contrarrestar las críticas del gobierno. Hoy más que nunca, se deben elaborar informaciones periodísticas bien fundamentadas; es decir, verificadas, contextualizadas, equilibradas, contrastadas, manejadas con responsabilidad, con fuentes idóneas y plurales. Esto se lo logra aplicando los manuales de estilo de cada medio de comunicación y el Código de Ética de los Periodistas.

Los medios de comunicación deben anteponer los intereses ciudadanos a los del poder en el momento en que se definen sus agendas noticiosas. Situarse en su labor que es ser un puente entre la ciudadanía y el poder, y no como oposición al gobierno de turno. Resaltar los aspectos positivos del gobierno no necesariamente hace a un periodista o medio de comunicación afín a este. La información debe ser equilibrada y publicarse según la conveniencia de la sociedad. Así mismo, los medios de comunicación tradicionales deben darle más apertura a las voces de los ciudadanos comunes.

Las posiciones políticas de periodistas y medios de comunicación no deben verse reflejadas en las publicaciones informativas. El buen periodismo es aquel en el que no se percibe ni sesgo ni intención de direccionar la opinión ciudadana. Para lograr esto, también es necesario que las Facultades o Escuelas de Comunicación pongan mayor énfasis en la enseñanza de la ética periodística, incentivando a sus estudiantes a la constante revisión de documentos como la Constitución y del Código de Ética del Periodista, reglamentos donde se precisan los compromisos morales y profesionales que están obligados a cumplir.

Las Escuelas de Comunicación deben tener dentro de su cuerpo docente a los mejores periodistas, porque nadie mejor que ellos para enseñarles a los jóvenes a hacer periodismo. Por presupuestos bajos y en ocasiones, por desinterés de las

autoridades académicas, enseñan periodismo profesionales que no han ejercido el oficio. En los primeros semestres de las carreras de periodismo, se deben simular salas de redacciones, tanto para noticieros de radio, prensa escrita y televisión, sin dejar de lado los medios digitales que están en auge.

## **PROPUESTA**

El presente estudio busca abrir una ventana para que periodistas y medios de comunicación puedan entrever lo que piensa el ciudadano común de su trabajo y de las informaciones periodísticas que elaboran y publican.

En base a los resultados, que muestran una pérdida de confianza en las informaciones periodísticas que se difunden en los medios de comunicación, es oportuno sugerir que no se escatimen esfuerzos para ejercer, cada día, un periodismo más responsable.

En ese sentido, es necesario que los periodistas se ciñan a los manuales de estilos de los medios de comunicación en los que laboran, los mismos que establecen normas para el manejo de fuentes, contenidos informativos, redacción periodística, edición de textos, firmas de responsabilidad, entre otros aspectos, que van encaminadas a la obtención de informaciones veraces, oportunas y fiables.

En Ecuador todavía existen medios de comunicación como diario Expreso que no tiene un manual de estilo. Esto dificulta la labor del periodista porque no tiene un marco de referencia de cómo, dicho medio, presenta la información periodística a su público.

Los medios que cuenten con manuales de estilos, como diario Hoy, deberán difundirlos en sus redacciones y velar por su aplicación. Los que no, deberán priorizar la elaboración de un manual de estilo. Los periodistas que laboren de forma independiente deberán preocuparse por acceder a los manuales de estilos de los medios para los que colaboran, y estos últimos, proporcionarles el acceso.

Así mismo, diarios, canales de televisión y radios, deberán delegar a una persona idónea que se encargue de la defensoría del lector, radioescucha o televidente. Es decir, de recibir las quejas, reclamos y sugerencias de la audiencia y de demandar al medio de comunicación que corrija alguna información incorrecta que se haya publicado, de darse el caso. El defensor deberá poner en consideración de los medios de comunicación los reparos y controversias que tengan los ciudadanos sobre las informaciones que se están difundiendo.

El papel del defensor del lector, radioescucha o televidente deberá estar encaminado a salvaguardar los derechos que tiene la audiencia a una información veraz independiente y plural, como también a un entretenimiento digno y respetuoso. La relación que se desarrolla entre el defensor y el público, brinda además la oportunidad de mejorar las informaciones noticiosas que brindan los medios de comunicación.

Los defensores de la audiencia son profesionales fijos en medios de comunicación como El País (España), RCN (Colombia), El Tiempo (Colombia), El Economista (México), entre otros. Sin embargo en Ecuador, Diario HOY es el único medio de comunicación que cuenta con un defensor, por lo que el resto de periódicos, radios y televisoras, deberán brindar un espacio para esta figura de defensa.

En el interior de los medios de comunicación también debe ser permanente la instauración de consejos de noticias, en los que no solo se resalten los aciertos cometidos por los equipos de trabajo periodísticos, sino donde se busquen errores, se los acepte como tales, y se trabajen en conjunto sus soluciones.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **1. Libros y publicaciones**

Ayala, A., Cruz, P. (2010). La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos. Quito: CIESPAL.

Blesa, P. (2005). La crisis de credibilidad de los medios de comunicación en las democracias occidentales: poder y globalización. España.

Benavides, J., Quintero, C. (1997). Escribir en prensa. España: Pearson Prentice Hall.

Corporación Andina de Fomento, CAF., Centro Carter (2009). Los grandes desafíos del periodismo. Venezuela: Restrepo, J.

Corporación Latinbarómetro (2011). Santiago de Chile: Informe 2011.

De la Torre, L., Téramo, M. (2009). Medición de la calidad periodística: la Información y su público. Argentina: Instituto de Comunicación Social de la Universidad Católica.

Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, FENAPE (1980). Código de ética del periodista profesional. Quito: Registro Oficial N° 120.

Grupo de Investigación de Periodismo, GIP (2005). Línea de Investigación Calidad de la Información Periodística. Colombia: Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana.

Martínez, G. (2004). Homo zapping: política, mentiras y video. Buenos Aires: Ugerman Editor.

Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Buenos Aires: Grupo editorial Norma.

Orozco, G. (1998). Medios, audiencias y mediaciones: el reto de conocer para transformar. España: revista Comunicar.

Pablos, J. & Concha, M. (2003). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV. España: Sala de prensa.

Ricaurte, C., López, A., Ramos, H. & Mena, P. (2010). La Palabra Rota. Ecuador: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios).

Rincón, D. (2010). Por qué nos odian tanto, Estado y medios de comunicación de América Latina. Bogotá: Centro en Comunicación en América Latina.

Roses, S. (2009). Credibilidad del periodista: teorías subjetivas de profesionales españoles. Málaga: Universidad de Málaga.

Vásconez, I. (2009). La Credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un periodismo de calidad. Ecuador: Universidad de los Hemisferios.

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

De la Torre, C. (2010) Rafael Correa, un populista del siglo XXI.

## **2. Notas de periódicos y televisión**

'Ley mordaza' con ambigüedades. (2010, Julio 12). Edición electrónica Diario HOY.

'Ley Mordaza en prueba de fuego. (2010, Enero 5). Edición electrónica El Diario.

Ley Mordaza regresará a debate. (2011, Julio 18). Edición electrónica LA HORA.

“Reforma tributaria entró a regir bajo el ministerio de la ley”. (2011, Noviembre 24). Edición digital EL UNIVERSO.

Enlace Ciudadano N° 129 (Programa). (2009). Ecuador: Secretaría de Comunicación.

Gama Noticias (Programa). (2009). Ecuador: Gama TV.

## ANEXOS

### Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Encuesta para el estudio de percepción ciudadana sobre la calidad periodística en Guayaquil.

**Edad:**

**Sexo:**

**Instrucción:** Primaria          Secundaria          Tercer nivel          Cuarto nivel

**Sector de residencia:** Norte          Sur          Este          Oeste

**Ciudadela o barrio:** ciudadela

#### ASPECTOS GENERALES

1 ¿A qué medio recurre para informarse de noticias?

Radio          Prensa Escrita          Televisión

2. ¿Qué parámetros considera usted al momento de elegir un medio?

Credibilidad          Trayectoria          Renombre          Accesibilidad

3. ¿Qué aspectos toma en cuenta usted al momento de evaluar si un producto noticioso es más o menos creíble?

El numero de fuentes que tiene  
Si tiene una fuente oficial  
El reportero q lo elabora

4. ¿A qué medio le atribuye más credibilidad?

Radio          Prensa Escrita          Televisión

5. ¿A quién le cree más?

Medios privados          Medios estatales

6. ¿En general, cómo califica las noticias emitidas por radio, prensa y televisión del sector privado?

Excelente          Muy Buena          Buena          Regular          Mala

7. En general ¿Cómo califica las noticias emitidas por radio, prensa y televisión del sector público?

Excelente      Muy Buena      Buena      Regular      Mala

8. ¿Cree usted que el Gobierno tiene influencia en los contenidos noticiosos de los medios estatales?

Si      No      No sé      Quizás      Parcialmente

9. ¿Cree usted que los grupos de poder económico tienen influencia en los contenidos noticiosos de los medios privados?

Si      No      No sé      Quizás      Parcialmente

10. ¿Las críticas del Gobierno al contenido de las noticias de radio, prensa y televisión privadas han contribuido a que usted dude sobre la credibilidad de éstas?

Si      No      Parcialmente

11. ¿Cree que son mal intencionadas las noticias que emiten los medios privados que ponen en duda la eficiencia y honestidad de Gobierno?

Si      No      Parcialmente

#### PRENSA

12. Con respecto a la prensa escrita ¿Cuál es el periódico que consume por su credibilidad?

El Universo      Expreso      Telégrafo

El Comercio      Hoy

13. ¿Con qué frecuencia lo consume?

Todos los días      Dos veces por semana      Solo fines de semana

#### TELEVISIÓN

14. ¿Con respecto a la televisión, cuál es el canal que consume por su credibilidad?

Ecuavisa      Telemazonas      RTS      GamaTV

TC Televisión      Canal UNO      EcuadorTV

15. ¿Con qué frecuencia lo consume?

Todos los días      Dos veces por semana      Solo fines de semana

## RADIO

**16. Con respecto a la radio ¿Cuál es la emisora que consume por su credibilidad?**

CRE                      Radio City                      Tropicana                      Teleradio

Radio Pública                      Sucre

**17. Con qué frecuencia lo consume**

Todos los días                      Dos veces por semana                      Solo fines de semana

## CUADROS COMPARATIVOS DE LOS GRUPOS DE ENFOQUE

### Grupo 1

	<b>Paola Fuentes</b>	<b>Karla Espinoza</b>	<b>Fabián García</b>	<b>José Luis Goyes</b>	<b>Paulo Rivera</b>	<b>Santiago Naranjo</b>
<b>¿Qué medio de comunicación prefieren y por qué?</b>	La televisión porque llega cansada de la universidad y prefiere observar que leer una noticia.	Internet porque tiene acceso en su trabajo y la televisión cuando está en su casa.	La televisión porque es la forma más rápida de informarse	La televisión y la prensa. La primera en la noche y la segunda en la mañana.	Internet porque tiene acceso en el trabajo y la prensa en la mañana.	La televisión por las imágenes.
<b>¿Qué significa la palabra credibilidad y cuándo otorgar esa palabra a un medio de comunicación?</b>	No hay mucha credibilidad en las noticias.	Credibilidad es decir la verdad. Los medios como que dicen lo que uno cree o como uno lo toma.	Cien por ciento no se puede creer porque la mayoría de ellos dan su opinión personal.	No le otorgaría la palabra credibilidad a un medio de comunicación. Para mí en este país no existe eso.	Hay comunicadores que opinan y dan una noticia sin confirmarla	En ningún canal hay credibilidad porque no investigan como tiene que ser.
<b>¿Ustedes creen que una noticia es veraz cuando hay una versión oficial o pueden creer aunque no la tenga?</b>	No creo	Cuando viene del Gobierno, creo un poco más.	No creo	Me parece lo mismo.	No creo	Por la corrupción en este país no va a haber credibilidad en ningún lado, ni por las instituciones.
<b>¿Cuáles son las diferencias que pueden identificar entre los medios públicos y privados?</b>	El canal que es del presidente es el perfecto, según él. Todos dicen la verdad, pero el resto miente.	Los (medios) del Gobierno camuflan la verdad. A de ser alguna de sus políticas	Cuando hablan del presidente en canal ocho, el presidente es lo máximo. Si el canal cinco comenta algo del presidente, entonces el canal de él ataca.	Una de las características es la agresividad con la que se maneja la noticia.	Al pasar a manos del Estado (los medios incautados) se notó la diferencia en el manejo de la noticia. Todo a favor del Gobierno.	Unos alabando al presidente, otros no.
<b>¿Ustedes creen que el Gobierno tiene razón en algunas de las críticas que ha hecho a los medios de comunicación?</b>	Hay ciertas cosas que ha dicho el presidente que no están mal. Mi problema es cómo las dice.	Yo creo que sí, en parte tiene razón y en parte no.	El presidente siempre va a tener la razón, así no la tenga porque es el presidente.	La intervención del Estado es buena con la crítica.	Creo que el medio de comunicación es la principal fuente para hacer un daño o un bien a las personas.	Las críticas del presidente son demasiado. Hay que hablar bien de él para que no hable.
<b>¿Se sienten conformes con el periodismo que se hace en Ecuador y qué les gustaría que mejorara?</b>	No estoy tan conforme. Me gustaría que sean más objetivos.	Creo que sí investigan algo. Basarse en la verdad	Deberían cambiar un poquito y dejar la polémica y la pelea. Decir las cosas como son. No estoy conforme.	La comunicación debería ser más profesional.	Que no se maquille la información, ya sea con trucos de audio o video.	Todo tiene que ser real. La información tiene que ser la misma



## Grupo 2

	<b>Torfe Quintero</b>	<b>Jairo Villamar</b>	<b>Andrés Seminario</b>	<b>Marcela Noriega</b>	<b>Rubén Montoya</b>
<b>¿Qué significa para ustedes la credibilidad y qué factores inciden que sea una noticia sea creíble?</b>	La credibilidad debería estar en los datos de la noticia		Creo que un proceso correcto de comunicación implica que el receptor haya entendido, aprehendido el mensaje	La credibilidad depende del medio, del periodista y la fuente. (Mesa de tres patas)	La credibilidad tiene que ver en nuestro oficio, si se hace con rigor, esta crece con el tiempo
<b>¿En la construcción del producto noticioso es siempre imprescindible que vaya la fuente oficial o podría igual una noticia ser válida y ser veraz sin tenerla?</b>	Una noticia construye su validez de acuerdo a la idoneidad de sus fuentes.	Para mí que trabajo en la institución pública es favorable porque significa que se está recuperando la credibilidad que se perdió.	Hay graduaciones que te exigen mayor o menor nivel de oficialidad del vocero para darle mayor nivel de credibilidad o no al contenido.	Seguir pensando que la fuente oficial es imprescindible para publicar una noticia, es periodismo tradicional y el mundo va para otro lado.	La respuesta es no, y me gustaría dejarla ahí.
<b>¿Está bien que se dividan los dos discursos de los medios públicos y de los privados? ¿Es perjudicial?</b>	La gente no sabe lo que es un medio público; al menos aquí en este país.	Las personas no saben lo que es un medio público. El concepto no es el real en Ecuador.		El periodismo casi no tiene lugar en los medios, y sucede en parte en que se rompió la hegemonía de los medios privados que reproducían los discursos del poder político.	No es perjudicial al periodismo que existan varias versiones
<b>Llamó la atención si las críticas del presidente de prensa corrupta habían influenciado en que crean menos en las noticias que consumían. ¿Es por qué las cosas se están haciendo peor o por el peso que tiene la crítica?</b>		Creo que sí minó a los medios de comunicación, pero no les ha quitado credibilidad.	Mi respuesta positiva está condicionada a que no es producto del mal trabajo de la prensa, sino de la popularidad del emisor.		El público en general tiene cuentas guardadas con la prensa.
<b>Con este planteamiento del descrédito del presidente Correa al periodismo, ¿significa que ahora se hace un trabajo de menor calidad, o efectivamente por la agresión?</b>	El ciudadano es el que finalmente pierde, pero también pierde el periodista.	Con esta discusión de poder y anti poder se han olvidado que por encima de todo están los ciudadanos	Lo opuesto al miedo es la intrepidez y es tan torpe como lo otro, tampoco es el camino.	Mientras más represión y miedo hay, el periodismo pierde, no mejora, se pierde la crítica.	Es al revés, porque siento que la gente ahora tiene el cuidado que antes no tenía

<p><b>¿Esto convierte a los medios privados en una especie de oposición?</b></p>	<p>El discurso del poder es una de las utopías con los que los periodistas a veces se autobautizan. Sí creo que en esa pluralidad del discurso debería estar la riqueza del periodismo.</p>	<p>La prensa siempre fue como un opositor inconsciente, pero ahora es consciente de lo que hace.</p>	<p>La prensa no es oposición. Correa dijo que era oposición que es distinto, porque necesita a alguien que lo mantenga arriba.</p>	<p>Tenemos un poco de medios que nunca van a estar cohesionados. Esto es como un problema enorme que tienen.</p>	<p>Es oposición y es oposición consciente, que es oposición torpe es otra cosa.</p>
<p><b>¿Cómo evaluarían el trabajo periodístico, y cuáles serían sus críticas para mejorarlo?</b></p>	<p>No me atrevería a evaluar el trabajo periodístico en general porque no hay un gran referente.</p>	<p>Tampoco me atrevería a evaluar.</p>	<p>Yo les daría un 20/20, porque siempre podemos mejorar, pero si creemos que hemos llegado al éxtasis, no lo hemos hecho.</p>	<p>Los periodistas no se divierten haciendo lo que hacen y eso se nota cuando lees los periódicos. Es un periodismo muy aburrido.</p>	<p>Creo que se hace mejor periodismo en el país ahora que hace 20 años, quizás las herramientas eran distintas.</p>

### Grupo 3

	<b>Martha Espín</b>	<b>Carlos Albán</b>	<b>Javier Andrade</b>	<b>Daniel Yáñez</b>
<b>¿Qué elementos debe tener un producto noticioso para que lo caliquen como un producto bueno y que redunde en ser creíble?</b>	Que sea veraz que este bien informado y criterio de la persona que lo transmite.	Me gustan más los segmentos investigativos más que la transmisión de la noticia.	Que sea confirmada. Me fijo en medios que me garantiza esto.	Debe ser creíble.
<b>¿Recuerdan haber dudado lo que los medios de comunicación le informaron?</b>	No recuerdo.	Los medios se cuidan mucho de publicar una noticia. No he sentido una duda en el medio escrito.	Ciertos medios están eligiendo fuentes equivocadas. A veces no confío en esa noticia por la fuente sesgada.	
<b>¿Las constantes descalificaciones de funcionarios públicos han hecho que su confianza en los medios disminuya?</b>		La verdad que no porque a los años que uno tiene, ya tiene su tradición de leer ciertos periódicos o sintonizar ciertos canales de televisión.	No ha bajado en ese sentido la credibilidad. Más bien considero a un medio que critique a uno que alabe mucho.	La gente cree más en el periódico, la radio y la televisión que es atacada.
<b>¿Creen que los medio de comunicación que están bajo en manejo del Estado reciben directrices de altos mandos del Gobierno o realizan una actividad pura y fiel de periodismo?</b>	Creo determinados medios de comunicación que son públicos si tienen directrices del gobierno.	Es obvio que los medios que están en manos del Estado reciben directrices del Gobierno para que se apeguen a la línea de ellos.	Me bastó (ver Ecuador TV el 30 de septiembre de 2010) para saber que tiene una posición sesgada y una línea con el Gobierno.	Es la primera vez que un gobierno tiene tantos medios de comunicación, tanto poder en la información.
<b>¿Creen que los medios privados reciben directrices de poderes económicos, empresas o sus dueños, o realizan un ejercicio puro y fiel de periodismo?</b>	Sí en parte, porque muchas veces el gobierno los amenazan. O les dicen que esta opinión no puedes emitir.	Todos responden a un interés económico y sería ingenuo decir que en un 100% se dedican al periodismo puro.	Pienso que hay de todo.	Pienso que si. Los poderes pueden venir del sector público, directamente, a los directores de medios de comunicación privados.

<b>¿Qué es para ustedes la credibilidad y le otorgan credibilidad a una noticia, por el medio, por el periodista o por la noticia en si misma?</b>	Por la persona o por el medio.	Hay algunos factores como el respaldo del medio al periodista.	Más me fijo en el periodista. A veces el mismo medio tiene su preferencia.	Por el periodista. La credibilidad va mucho de la mano con el periodismo.
--	--------------------------------	--	--	---