

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**“ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LA PRENSA
ESCRITA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL”.**

AUTORES:

**MARÍA BELÉN ALCÍVAR MOY-SAN
KERLY GONZÁLEZ RONQUILLO
MAGALY TRIVIÑO BARRETO**

DIRECTOR:

ING. EDGAR SALAS LUZURIAGA

**AÑO
2012**

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a mis padres por haberme convertido en la persona que soy hoy en día; fue gracias a sus enseñanzas y apoyo que logré actuar con la mayor responsabilidad y perseverancia posible para llegar a realizar mi tesis de grado.

Además agradezco a nuestro tutor Edgar Salas quien nos guio en este proyecto y a todos los profesores, periodistas y amigos que colaboraron de cierta forma durante el proceso de tesis.

María Belén Alcívar.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, por darme fuerzas para seguir aun cuando ya no las tenía. Sé que guía mi camino, me protege y me ayudará siempre.

A mí querida abuelita Rosa Marina Morán, quien aunque no esté presente siempre será mi ejemplo a seguir en la vida y por haber confiado en mí.

A mi madre, que con amor, paciencia y mucho esfuerzo, ha sabido inculcarme la responsabilidad, el respeto y la lealtad, valores que considero indispensable para establecer sólidas relaciones en la vida.

A mis tías Virginia, Laura y Marlene, quienes considero mis madres también, pues siempre estuvieron en el momento preciso ayudándome en todo.

Finalmente, muchas gracias a todas las personas que de manera directa me han ayudado en la elaboración de este proyecto.

Kerly González Ronquillo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi eje principal y darme la fortaleza en todos los obstáculos que se me presentaron en el transcurso de mi vida universitaria.

A mis padres por su respaldo incondicional y a todas las personas que de una u otra forma colaboraron para que podamos realizar este proyecto, a pesar de los contratiempos que tuvimos.

A todas las instituciones que colaboraron directa o indirectamente con información para la elaboración de este proyecto, cuyo aporte fue de mucho beneficio.

Magaly Triviño Barreto.

DEDICATORIA

Le dedico este proyecto a mis padres: Fueron ellos quienes me enseñaron la importancia de cumplir con cada una de las metas que me propongo en la vida, pues culminar con mi tesis es mi primera muestra de los frutos de sus sabios e inteligentes consejos y enseñanzas que me guían siempre a tomar las correctas decisiones.

María Belén Alcívar.

DEDICATORIA

A mi madre, quien es y ha sido el pilar fundamental durante toda mi vida y a lo largo de la tesis.

A mi abuelita Rosa Marina Morán, quien desde el cielo me guía y por haber confiado en mí siempre.

A mis tías Virginia Laura y Marlene por estar siempre dispuestas a ayudarme y por convertirse en mis mejores amigas.

A todos los que creyeron en mí, pero en especial dedico esta tesis a mi padre fallecido por darme ese apoyo incondicional, quien lamentablemente no estuvo presente en la culminación de este proyecto.

Kerly González Ronquillo.

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres y mi querida abuela por ser quienes siempre estuvieron junto a mí, me inculcaron valores e instruyeron para tener fe y perseverancia en cada uno de mis propósitos, para así poder cumplirlos.

A mi madrina quien es un ejemplo de una mujer luchadora y ha sido una gran influencia en mi vida estudiantil, por su ayuda y apoyo incondicional.

A personas que ya no están junto a mí y que llegaron a ser el soporte en cada una de mis debilidades y quebranzas, de tal forma que me enseñaron a luchar y obtener todo lo que me propongo.

Magaly Triviño Barreto.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

FIRMA DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Edgar Salas Luzuriaga
PROFESOR DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN

DELEGADO

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA DE
GRADUACIÓN**

María Belén Alcívar Moy - San.

Kerly Cleopatra González Ronquillo.

Magaly Gabriela Triviño Barreto.

RESUMEN EJECUTIVO

La elección de este tema surge de la carencia de estudios empíricos sobre la influencia que tiene la prensa escrita en la Opinión Pública de la ciudad de Guayaquil. Además existe la necesidad de medir las consecuencias y beneficios de la información publicada por los distintos diarios de la ciudad. Como producto de esto se realizó el análisis y estudio de los contenidos que presentan los periódicos y de su grado de influencia ante la audiencia.

El objetivo general del proyecto es comprobar que los intereses e ideología de los medios intervienen al momento de editar una noticia, motivo por el cual es indispensable identificar si el público es consciente de la influencia a la que están sometidos y si son víctimas o no de la misma. Para mayor efecto se eligieron dos grupos de estudio: un representante de cada uno de los dos medios más leídos y a la audiencia en general.

Es importante señalar que la tesis se ha desarrollado de acuerdo a las directrices de la investigación exploratoria, y por lo tanto, es de tipo cualitativa. Las principales fuentes de información primaria son las entrevistas a expertos en temas periodísticos y a distintos editores de los diarios con mayor lectoría.

A través de un muestreo aleatorio simple se realizaron dos encuestas: primero se ejecutó una prueba piloto que dio como resultado conocer las preferencias de los lectores, cuáles son los diarios más leídos y las secciones más relevantes de la ciudad de Guayaquil. En la última encuesta se determinó la postura y aceptación que tienen las personas ante la ideología e información emitida por la prensa escrita.

Así mismo, se obtuvo información proveniente de fuentes secundarias generada por entidades públicas y privadas como libros, páginas de internet, y archivos de diarios, que permitieron conocer acerca de casos específicos de cómo los medios tratan la información.

Finalmente, la tesis presenta los impactos que puede causar la prensa escrita en una sociedad, proporciona una mejor visión y entendimiento del proceso comunicativo entre los diarios y sus lectores. De igual manera, se sugiere plantear futuras investigaciones respecto a este tema las cuales actualmente son escasas.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1.1	INTRODUCCIÓN	2
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.3	MARCO TEÓRICO.....	6
1.4	JUSTIFICACIÓN	9
1.5	OBJETIVOS	12
1.5.1	OBJETIVO GENERAL	12
1.5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12

CAPÍTULO 2

2.1	COMUNICACIÓN	15
2.2	COMUNICACIÓN Y SOCIOLOGÍA	19
2.3	COMUNICACIÓN SOCIAL.....	21
2.3.1	TEORÍA DE AGUJA HIPODÉRMICA	23
2.4	INVESTIGACIÓN DE COMUNICACIÓN DE MASAS	26
2.5	ESTUDIOS CULTURALES	30
2.6	TEORÍA CRÍTICA	34
2.7	AGENDA SETTING	37
2.8	PERIODISMO	40
2.9	OPINIÓN PÚBLICA	44

CAPÍTULO 3

3.1	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	47
3.2	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	47
3.3	DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN	48

3.4	HIPÓTESIS.....	48
3.4.1	DETECCIÓN DE VARIABLE.....	48
3.4.2	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	48
3.4.3	DEFINICIÓN REAL DE LA VARIABLE.....	49
3.4.4	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE	49
3.5	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	49
3.5.1	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	49
3.5.2	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	50

CAPÍTULO 4

4.1	PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
4.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	54
4.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	55
4.3.1	OBJETIVOS GENERALES	55
4.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	55
4.4	PLAN DE MUESTREO	56
4.4.1	DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN.....	56
4.4.2	DEFINICIÓN DE LA MUESTRA	56
4.5	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	58
4.5.1	DIRIGIDAS Y NO DIRIGIDAS	59
4.6	DISEÑO DE ENCUESTA.....	60
4.7	DISEÑO DE ENTREVISTA	62
4.8	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	67
4.9	CITAS TÉCNICAS.....	86
4.10	CONCLUSIONES	92

CAPÍTULO 5

5.1	LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	95
5.2	CONCLUSIONES	96
5.3	RECOMENDACIONES	99

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA	102
--------------------	-----

ANEXOS

Anexo 0 - 1 - Caso Terminal Terrestre	108
Anexo 0 - 2 - Caso Terminal Terrestre	108
Anexo 0 - 3 - Caso Terminal Terrestre	109
Anexo 0 - 4 - Caso Emilio Palacio.....	109
Anexo 0 - 5 - Caso Emilio Palacio.....	110
Anexo 0 - 6 - Caso Emilio Palacio.....	110
Anexo 0 - 7 - Caso Bucaram Pazmiño.....	111
Anexo 0 - 8 - Caso Bucaram Pazmiño.....	111
Anexo 0 - 9 - Caso Bucaram Pazmiño.....	112
Anexo 0 - 10 - Caso Bucaram Pazmiño.....	112
Anexo 0 - 11 - Vínculos empresariales y financieros de los medios de comunicación.....	113
Anexo 0 - 12 - Vínculos empresariales y financieros de los medios de comunicación.....	113
Anexo 0 - 13 - Vínculos empresariales y financieros de los medios de comunicación.....	114
Anexo 0 - 14 - Grupo Martínez.....	114
Anexo 0 - 15 - Dahik en la cuerda floja.....	115
Anexo 0 - 16 - Dahik en la cuerda floja.....	115
Anexo 0 - 17 - Dahik en la cuerda floja.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO 4

Gráfico 4 - 1 Edades	67
Gráfico 4 - 2 Lectura de diarios.	68
Gráfico 4 - 3 Diarios de Guayaquil.	69
Gráfico 4 - 4 Frecuencia de lectura.	70
Gráfico 4 - 5 Preferencia.	71
Gráfico 4 - 6 Secciones.	72
Gráfico 4 - 7 Lectores.	73
Gráfico 4 - 8 Lectores.	74
Gráfico 4 - 9 Edad de los lectores.	75
Gráfico 4 - 10 Los medios dominan la sociedad.	76
Gráfico 4 - 11 Medios de Comunicación portadores de la verdad.	77
Gráfico 4 - 12 Influencia de la prensa escrita en las personas.	78
Gráfico 4 - 13 Seguridad en información de la prensa escrita.	79
Gráfico 4 - 14 Confiabilidad de los diarios.	80
Gráfico 4 - 15 Influencia de los diarios en la Opinión Pública.	81
Gráfico 4 - 16 Secciones que más influyen.	82
Gráfico 4 - 17 Información de Política.	83
Gráfico 4 - 18 Influencia de la información periodística en la realidad del país.	84
Gráfico 4 - 19 Influencia de diarios en adoptar ideologías.	85



CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1 GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

Este trabajo fundamenta la investigación y análisis del poder que ejercen los medios dentro de una sociedad, y cómo, en ciertos casos, manipulan la información y la tergiversan para obtener el resultado que ellos desean, influyendo en la opinión pública de una sociedad. En este caso específico se analizarán los principales diarios impresos establecidos por los lectores guayaquileños y la labor periodística que ellos cumplen, mediante el estudio de la retroalimentación de sus lectores.

La opinión pública es la que aporta a la reflexión del hombre, es decir influye es la forma de pensar de la sociedad sobre un tema de interés común.

Una definición precisa y concreta es la que exclamó el Papa Juan Pablo II en un mensaje público en 1986: “La opinión pública consiste en el modo común y colectivo de pensar y de sentir de un grupo social más o menos vasto en determinadas circunstancias de tiempo y de lugar. Indica lo que la gente piensa comúnmente sobre un tema, un acontecimiento, un problema de cierto relieve”.

Los medios de comunicación toman el papel principal en la formación de la opinión pública en una sociedad, tanto por la relevancia que le dan a una información, como por el interés social que tenga en aquel momento. En ciertos casos la preminencia que le da un medio a una información es por interés propio; los medios suelen convertirse en autores de opinión pública y son los que llevan a una sociedad a tener preferencias ideológicas, rechazos y dudas.

Actualmente, los medio de comunicación tienen su propio estilo e ideología y a través de los años se han consolidado como el cuarto poder. Pero debido a los problemas que han tenido con los grupos sociales, el poder y el reconocimiento de los medios de información ha disminuido. Parte de culpa tiene la sociedad, ya que no existe iniciativa, para indagar sobre la información y su veracidad, sino que se limitan en creer de lo que se lee.

Este análisis busca comprobar la realidad que viven los guayaquileños frente a los diarios impresos de la ciudad, y para ello es necesario conocer cuáles son los que lideran los índices de venta y de lectoría: entre los más consumidos se encuentran El Universo, Extra, El Telégrafo y Expreso. Finalmente, se elegirán los dos más leídos y se comprobará que son medios sólidos que logran mover masas y crear opiniones dentro de una sociedad.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La prensa escrita como todo lo que se conoce guarda una historia detrás de ella. Todo inició en el siglo V d.C. con los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos y papel, en los cuales egipcios, persas y griegos relataban lo que sucedía a su alrededor, dejando constancia de los acontecimientos de las diversas épocas de la historia.

En Babilonia, ciudad de la antigua Mesopotamia, existían personas que desempeñaban la tarea de historiógrafos, y cuya responsabilidad era escribir diariamente todos los acontecimientos públicos, religiosos y económicos.

Es recién en Roma que el periodismo nace como tal; desde el momento en que inician los comentarios y análisis sobre noticias de la sociedad. Pero más adelante, en la Edad

Media, la práctica escrita cae en desuso y los acontecimientos de Europa volvieron a transmitirse oralmente.

Entre el siglo XIII y XV se logró volver a las formas escritas, y se crearon algunos medios efímeros que no gozaban de mucha popularidad. Así, nacen en Venecia, las gazzetas, en las cuales se daban noticias y acontecimientos portuarios y comerciales, propiciando que a lo largo de toda Europa el modo de uso de este tipo de publicaciones entrara en boga, siendo en Inglaterra donde se empieza a hacer un periodismo de interés público que hizo de lo político tan sólo un tema más de qué informar.

El primer periódico impreso en la historia del periodismo se publicó en Alemania, en el año 1457, con el título de NurenbergZeitung. En América, el primer periódico fue la Hoja de México, aparecido en el año 1541, en donde se narraban los sucesos del terremoto de Guatemala. Luego de diversos siglos de la circulación de varios diarios en Latinoamérica, llega por fin la prensa escrita al Ecuador. Creado bajo la inspiración reformista de Eugenio Espejo, circuló el primer ejemplar de “Primicias de la Cultura de Quito” el jueves 5 de enero de 1792. En él se hacían importantes reflexiones morales, investigaciones filosóficas y consejos de salubridad, higiene, buenas costumbres, etc., dejando percibir en su lectura ideas de justicia y libertad.

En consecuencia, luego de la Revolución del 9 de Octubre de 1820, el 26 de mayo de 1821 apareció “El Patriota de Guayaquil”, que ostentaba en su cabecal la siguiente frase: “En los estados libres, la escritura debe gozar de la justa y natural libertad que en sí tienen los dones celestiales del pensamiento y la palabra”. Aunque la redacción de este periódico fue anónima, se ha logrado establecer que José Joaquín Olmedo y Rafael Ximena fueron parte activa del mismo.

El 16 de febrero de 1884, nace en Guayaquil el segundo diario de la prensa ecuatoriana: El diario El Telégrafo, uno de los más antiguos al compararlos con el resto de diarios que lideran en la ciudad de Guayaquil. Logró convertirse en uno de los diarios más grandes, y luego de ser un diario privado (Juan Murillo), pasó a ser el primer diario estatal, hasta el día de hoy.

Casi un siglo después, en el año 1921, el señor Ismael Pérez Pazmiño fundó el diario El Universo, convertido hoy en el de mayor circulación y en uno de los de mayor fuerza informativa y de opinión en la ciudad de Guayaquil y a nivel nacional, además principal oponente al diario El Telégrafo por sus ideologías opuestas.

Y fue así como el resto de diarios importantes de la urbe guayaquileña comenzaron a surgir, con distintas corrientes y creencias, pero peleándose siempre la atención de quienes los leen.

Según Valentín Justel “El influjo que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual es innegable, en unos casos esta capacidad de intervención sobre el individuo, y por ende, sobre la colectividad social puede resultar beneficiosa, sin embargo en otras ocasiones, puede tener un efecto realmente perjudicial.”¹

A esta corriente se la ha identificado como “La influencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea”, y se basa en la fuerte penetración ideológica del medio en una sociedad y sus consecuencias evidentes, como lo han sido el fortalecimiento o cambio en las culturas, costumbres y principios, mostrándose como un medio educativo ante sus lectores, y así mismo ocurre con la prensa escrita.

¹ Valentín, Justel. “La influencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea.” En el URL <http://www.mundoculturalhispano.com/spip.php?article1108> Consultado en línea el 27/06/2013.

La prensa escrita junto con todos los recursos visuales que la constituyen, interviene en la difusión de comunicación de forma directa y así construye la identidad para que el perceptor la reconozca, la cual puede fundamentar la hipótesis sobre la gran influencia que representan los diarios que aún existen en Guayaquil para los consumidores de información. A pesar de lo evidente que parece este tema, no existen estudios actuales que demuestren que se trata de una realidad a la cual debemos de estar siempre alerta y es por eso que surge este estudio investigativo.

1.3 MARCO TEÓRICO

Desde los inicios del hombre, la comunicación ha tenido un desarrollo continuo hasta llegar a ser imprescindible. La forma de comunicación de las antiguas sociedades se basaba en signo y códigos hasta llegar modelo actual donde la tecnología prevalece.

Como parte de esta evolución comunicativa interviene la Comunicación Social, que desde sus inicios ha sido vinculada con el periodismo y con los medios de comunicación de masas, debido al alcance que tienen y a la influencia que éstos ejercen en la sociedad. Este campo de estudios interdisciplinario es el responsable de determinar los efectos que los procesos comunicativos provocan tanto de forma individual como en grupos sociales, y sobre todo en las comunidades. Hasta el día de hoy, los medios son considerados el cuarto poder por la autoridad que han demostrado tener en la formación de la opinión pública.

Como complemento a la comunicación de masas, existe la teoría de la Aguja Hipodérmica (Pág. 21) que establece que los medios de comunicación "introducen" o "inyectan" el contenido de una información de forma directa. Para muchos expertos, esta acción de los medios es peligrosa ya que van directamente a las masas, las mismas que

se definen por: grupo de personas que no tienen criterio alguno y son fácilmente manipulados.

Para ello es necesario considerar y analizar al periodismo y su objetivo. Mario Vargas Llosa, señala “El periodismo, tanto el informativo como el de opinión, es el mayor garante de la libertad, la mejor herramienta de la que una sociedad dispone para saber qué es lo que funciona mal, para promover la causa de la justicia y para mejorar la democracia”.²

Finalmente, el periodismo debe siempre recordar, que no por cumplir su labor de informar, investigar y mostrarse como un espejo de la sociedad, puede atropellar los derechos de quienes la conforman.

Esta labor se dificulta cuando aparecen términos como teoría crítica, agenda-setting y opinión pública. Estos son agentes importantes que al ser analizados pueden mostrar como los medios tergiversan en ciertas ocasiones la información por los intereses económicos o político-sociales que existan de por medio.

La teoría crítica es la utopía de la comunicación, en muchos casos dicen que comunicar es libertad de expresión, de pensamiento y no es así, se suele confundir libertad de expresión con el hecho de publicar sin hacer una previa investigación y sin saber cómo ese mensaje puede afectar a las masas. La teoría crítica de la comunicación debe ser educar e informar a una sociedad.

² Vargas, Mario. <http://marcespin.com/2012/02/25/que-es-el-periodismo/>. Citado por Marc Espín. Extraído el 27 de Junio del 2013.

Agenda-setting, estudia el impacto de la prensa y la información que esta maneja en el público, además investiga como la información de los medios masivos influye en la opinión pública. Esta teoría plantea que los medios de comunicación elaboran con anticipación una agenda sobre lo que se va a difundir, en el que van determinando y graduando la importancia de la información a emitirse, con el objetivo de obtener una mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la información.

La opinión pública es el pronunciamiento colectivo de una población, en el que se manifiesta un asunto determinado, de interés para la sociedad, expresada libre y públicamente.

Los medios de comunicación tienen un papel predominante en la opinión pública, estos actúan directamente en el subconsciente del individuo, y por ende, sobre la colectividad social.

La prensa materializa el relato de los hechos y las opiniones en la escritura, esto le da la característica de perdurar en el tiempo, ya que queda asentado y por lo tanto se puede recurrir a ella en cualquier momento.

De forma global, se dice que la comunicación de masas es la muestra del poder a grandes rasgos dentro de una sociedad. Por ello esta actividad debe ser hecha con el fin de promover acciones positivas dentro de una sociedad y no intentar apagarla para no provocar contradicciones ideológicas. Silenciar a la audiencia solo crea un público pasivo sin participación en la formación de su entorno ni de las relaciones con quienes se rodea. Es por ello que, son los medios de comunicación que deben comprometerse a realizar una crítica social constructiva.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La prensa escrita fue el primer medio de comunicación en el mundo y es el más tradicional. Los medios impresos o periódicos se caracterizan por su estructura lineal y la transferencia de información que es unidireccional hacia el perceptor. A pesar de su antigüedad como medio de información cuenta con muchos lectores, estos se los puede encontrar en cualquier lugar, en oficinas, centros comerciales, colegios, etc.

Existen varios formatos de impresión en un periódico: magazín es pequeño grueso y conciso como una revista, tabloide es un poco más grande que el magazín pero más fino y sábana es el más grande y clásico de los diarios del Ecuador. Los diarios impresos nacionales se dividen en varias secciones, nacionales, internacionales, locales, política, cultura, deportes, opinión, economía y entretenimiento, adicional tienen secciones específicas según la necesidad como: sociedad, salud, medio ambiente, editorial, tecnología, entre otros.

La ventaja de los diarios nacionales es la facilidad para obtenerlo y la costumbre que tiene el lector de informarse e incluso distraerse por medio de él. La desventaja en comparación con otros medios de comunicación es que no cuenta con la rapidez a la hora de informar, por esta razón es que todos los medios se han convertido en digitales logrando que la información llegue con mayor velocidad, lo que además permite a los usuarios un mayor acceso acerca de lo que se quieren informar, es decir que se transmite mayor información en menor tiempo posible y en mayor cantidad de contenidos.

La prensa escrita tiene varios competidores al momento de informar a la sociedad, uno de los más fuertes es la televisión por su impacto visual, auditivo y la brevedad al presentar una información pero su desventaja es su alto costo de producción.

La radio, tiene un fácil acceso, aunque es poco visual a diferencia del periódico donde queda plasmada la información.

La revista es el segundo más importante de los medios impresos, tiene un alto grado de selectividad con una excelente calidad de producción, pero es más costoso por la calidad de impresión y su bajo tiraje.

El internet es el medio de comunicación que engloba todos los medios como la televisión, la radio, la revista y el periódico, es un medio de expansión que permite integrar audio, video, texto, imágenes e interactividad. Es un medio con rapidez y velocidad, por su facilidad de contactarse de un país a otro con la mayor brevedad posible, llevando a los medios impresos a convertirse en digitales. Sin embargo en países como Ecuador, el internet no es un medio de fácil adquisición y a diferencia de los periódicos es muy costoso.

En el Ecuador existen 41 diarios impresos de los cuales 8 son editados en la ciudad de Guayaquil y entre los más importantes están El Universo, Extra, El Telégrafo y Expreso. El Universo es uno de los diarios con más lectores en Guayaquil: de lunes a sábado 300 mil, domingos 545 mil lectores, conociendo que de este monto el 90% de los lectores son guayaquileños. Este diario matutino fue fundado en 1921 por Ismael Pérez Pazmiño, su edición era manejada desde entonces por el grupo El Universo y su directora actual es la Dra. Nila Velázquez, nombrada el 17 de Febrero del 2012 por la ratificación de sentencia contra los directivos, luego del proceso penal por injurias calumniosas al presidente del Ecuador Eco. Rafael Correa.

EXTRA es considerado el diario más popular del Ecuador. Fue fundado el 23 de Octubre de 1972 por Galo Martínez Merchán y Nicolás Ulloa Figueroa y es editado por

la editorial Gráficos Nacionales, S.A. (GRANASA). Este diario se caracteriza por su sensacionalismo, por la publicación de imágenes sin censura de crónica roja y por sus fotos de contenido erótico.

Tiene un promedio de 800 mil lectores diarios, con 416 mil lectores en Guayaquil y Quito, convirtiéndose en uno de los principales diarios más vendidos del país y del puerto principal.

El Telégrafo fue fundado el 16 de febrero de 1884 como un diario independiente por Juan Murillo Miró. Tuvo buena recepción y aceptación del público ya que en él podían expresar sus opiniones. Fue guía en la Revolución Liberal y luego de haber publicado 607 ediciones, el gobierno de Plácido Caamaño encarceló a Murillo y lograron cerrar el diario en 1886 hasta 1898 que las acciones fueron adquiridas por José Abel Castillo, quien también fue perseguido y amenazado por sus publicaciones. En aquella época fue presionado y censurado por el gobierno, pero actualmente es administrado por el Estado.

El diario Expreso es un periódico impreso en Guayaquil, fue fundado el 25 de Julio de 1973 por Galo Martínez Leisker, su grupo editorial es Gráficos Nacionales, S.A. (GRANASA) y es uno de los diarios más importantes y vendidos de la ciudad a pesar de los 35 años transcurridos desde su primera circulación.

Esta investigación tiene como propósito dar a conocer como los medios de comunicación influyen en la opinión pública de la sociedad. Para esto es necesario hacer un estudio de los diarios más leídos de la ciudad, realizando un análisis sociológico en los lectores.

Para complementar la información del análisis se hará una investigación de campo que servirá para obtener la información necesaria, la cual sostenga los resultados del estudio, además de la recopilación de datos históricos y actuales de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, entrevistas a especialistas en temas de opinión pública que ejerzan su profesión y sepan la variación e influencia de los medios escritos en la sociedad actual. Esto servirá de apoyo adicional a la investigación al compartir distintos puntos de vista. Las encuestas fundamentarán la exploración ya que así se podrá definir cuáles son los diarios a estudiar y qué tipo de información es necesario analizar para obtener los resultados esperados.

La investigación se llevará a cabo mediante la observación del campo de estudio y el sujeto a estudiarse según la edad y la preferencia editorial de los lectores.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar cómo los principales diarios actuales de la ciudad de Guayaquil logran generar percepciones deseadas en los lectores.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar las principales teorías comunicacionales que estudian la influencia de los medios de comunicación en los lectores de los diarios escritos de la ciudad de Guayaquil.
- Identificar la participación de los diarios en la formación de la opinión pública.

- Describir la función que deben cumplir los diarios en una sociedad.
- Analizar si la postura tomada por los principales diarios es correcta desde un ámbito ético y profesional.



CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2 MARCO TEÓRICO

2.1 COMUNICACIÓN

A lo largo del tiempo, la comunicación ha evolucionado de forma impredecible. Desde las primeras sociedades y civilizaciones se crearon signo y códigos comunicacionales hasta llegar al modelo que se sigue hoy en día, el cual envuelve un entorno tecnológico muy amplio. Sin embargo, es importante pensar en la comunicación como el principal mecanismo de interacción entre los seres vivos y sobretodo, como el pilar fundamental en la construcción de una sociedad.

Para Pasquali: [...] “Una exhaustiva inmersión en la definición del proceso de la comunicación, que implica el incluir y definir los elementos del mismo. Como punto de partida, erradica del pensamiento común la conceptualización histórica de las comunicaciones humanas como una mera técnica, fundamentándolo en las poderosas vinculaciones más allá de las tecnológicas, con la sociología, la cultura, la política o con la psicología para terminar agrupándolas con todas las ciencias y disciplinas antropológicas”³

El proceso comunicativo se lleva a cabo mediante un emisor, mensaje y un perceptor. Cada mensaje tiene una codificación hacia el perceptor de la información. La comunicación va ligada a las tecnologías de una u otra forma y es una disciplina de las ciencias sociales que está estrechamente vinculada a otras ciencias como es la Psicología, Psicopedagogía, Sociología y Antropología. La unión con una de estas

³ Pasquiali, Antonio. “Comprender la Comunicación.” Monte Ávila Editores. Caracas, 1979, pp. 36.

ciencias crea un marco teórico que realiza un estudio minucioso del comportamiento, efecto, costumbre y cultura del ser humano.

Para Mattelart: [...] “La idea de comunicación y transparencia ha acompañado la creencia de la Ilustración en el progreso social y la emancipación de los individuos. Hoy, esta idea es sospechosa: la comunicación es víctima de un exceso de comunicación. Ese exceso de comunicación ha producido la implosión del sentido, la pérdida de lo real, el reino de los simulacros”.⁴

Actualmente el ser humano está expuesto a la abundancia de información, lo que refleja una evidencia a la libertad y el fácil acceso a cualquier tipo de información y de expresión. Pero esto debe traer consigo la responsabilidad de cada persona en comparar las noticias publicadas por cada diario para de esta manera conocer el trasfondo real que guarda cada hecho noticioso.

Para Mattelart: [...] “Ante el fracaso de la ideología racionalista del progreso lineal y continuo, la comunicación ha tomado el relevo y se presenta como parámetro por excelencia de la evolución de la humanidad, en un momento histórico en el que ésta busca desesperadamente un sentido a su futuro”.⁵

La comunicación vive en una infinita búsqueda de resolución de problemas, provocación de acciones y sobretodo influenciar al ser humano. Pero debido a complejos conflictos de la sociedad de información, ésta labor se encuentra cada día más complicada. Aun así, la comunicación ocupa una pieza esencial para el ser humano.

⁴ Mattelart, Armand. “Historia de las teorías de la comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 123.

⁵ Ibid.

Mattelart comenta: [...] “En este todo-sistema, la comunicación es un componente básico de los dos aparatos de órganos, el distribuidor y el regulador. A semejanza del sistema vascular, el primero (carreteras, canales y ferrocarriles) asegura la conducción de la sustancia nutritiva. El segundo asegura el equivalente de la función del sistema nervioso; posibilita la gestión de las relaciones complejas de un centro dominante con su periferia. Es la tarea de los informativos (prensa, solicitudes, encuestas) y del conjunto de los medios de comunicación gracias a los cuales el centro puede propagar su influencia (correos, telégrafo, agencias de prensa). Se comparan las noticias con descargas nerviosas que comunican un movimiento de un habitante de una ciudad a otra”.⁶

Los distintos medios de comunicación ejercen la función de distribuir los diferentes contenidos a sus lectores o seguidores, pero no tienen un ente regulador de la información que envían y en muchos casos desconocen quienes reciben y receptan aquella información.

Cada persona recepta e interpreta los contenidos de diferente forma, unos los toman de manera positiva y son agentes nutritivos que aportan al conocimiento del lector y otros los codifican de forma negativa lo cual repercute en su vida diaria. Todo medio de comunicación debe tener precaución con los mensajes que envía, pues la audiencia es de distintas edades, pensamientos y religiones.

Como dice Hegel: [...] “Toda ciencia es una ciencia de lo necesario, no de lo accidental. Para la humanidad y para el resto de seres vivos esta ciencia no es más que una necesidad para poder relacionarnos efectivamente.

⁶ *Ibíd.*

Es necesario darle un nuevo valor y significado a la comunicación por el vínculo que tiene con el accionar humano. Gracias a la comunicación el hombre logra grandes resultados en cualquier ámbito de su vida, ya sea en su desarrollo personal o en la organización laboral”.⁷

La realidad con sus encuadres rodea la sociedad, la comunicación gestiona esa realidad, a partir del cual se regulariza las conductas, y se crean dimensiones que constituyen una forma de intervenir en la construcción del mundo de cada uno, lo que legitima a la comunicación como una ciencia de acción, y no solo como la forma de transmitir una información. Es por medio de nuestros diálogos que gran parte de las acciones de la vida cotidiana son ejecutadas.

Kaplún dice: [...] “No debemos olvidar que estamos ante una comunicación persuasiva cuyo objetivo es el de conseguir efectos. Indagando con más rigor, se descubre que en ella el feedback tiene un significado y una función muy diferente. Tomemos un texto de un comunicador de esta corriente, quien define el verdadero sentido del modelo en forma sumamente clara”.⁸

Los medios de comunicación tienen como objetivo persuadir al lector para causar un efecto, el que puede llegar a ser positivo o negativo. Se debe indagar e investigar lo que se desea comunicar para poder mostrar que la información es pertinente.

⁷ Oliva, Carlos. Hegel. “Ciencia, experiencia y fenomenología.” En el URL http://unam.academia.edu/CarlosOlivaMendoza/Books/1094156/Hegel._Ciencia_experiencia_y_fenomenologia. Consultado en línea el 11/03/2012.

⁸ Kaplún, Mario. “Una pedagogía de la comunicación.” Editorial de la Torres, 1ra edición. Madrid, 1998, pp. 41.

2.2 COMUNICACIÓN Y SOCIOLOGÍA

La sociología es una ciencia que se ocupa del estudio de la sociedad, se enfoca básicamente en las múltiples interacciones de los individuos que son las que le confieren vida y existencia.

Según Pizzolante: [...] “La sociología de la comunicación es un área de la sociología que estudia las implicaciones socioculturales que nacen de la mediación simbólica, con particular atención a los medios de comunicación de masas (radio, prensa, cine, televisión e internet)”.⁹

Desde los inicios de la vida el hombre busca incansablemente una respuesta a todas las cosas, y es en base a esto que las estrategias comunicativas se vuelven cada vez más imprescindibles con ayuda de los medios de comunicación masivos, quienes son los portavoces de la ciudadanía.

La sociología de la comunicación es el conjunto de reflexiones sobre el papel que desempeñan los medios de comunicación en la sociedad, dentro de cualquier campo concreto.

Por ello, García Canclini expone: [...] “Generar una dimensión socio comunicacional de la identidad, entendiendo como identidad básicamente a la cultura contemporánea profundamente permeada por la globalización”.¹⁰

⁹ Atom. “Sociología de la comunicación.” En el URL <http://sociedadhibrida.blogspot.com/2008/03/conceptos-bsicos-de-sociologa-de-la.html>, consultado en línea el 4/06/2012.

¹⁰ García Canclini, Néstor. “Desarrollo organizacional. Aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización.” En el URL: <https://sites.google.com/site/sociologiadelacomunicacion/>. Consultado en línea el 6/08/2012.

La sociología actúa para controlar el comportamiento individual de diversas maneras, la comunicación que tiene lugar dentro del grupo es el mecanismo fundamental por el cual los miembros muestran sus frustraciones y su satisfacción; por lo tanto, proporciona un alivio a la expresión emocional de los sentimientos y el cumplimiento de las necesidades sociales. La función final que la comunicación desarrolla se relaciona con su papel de facilitador de la toma de decisiones.

Todos deben contar con unas buenas destrezas de comunicación para poder desempeñarse en cada una de ellas. Lo más importante es estar dispuesto a colaborar y tener en mente que las palabras y acciones son la clave para el desarrollo de la organización, empresa, biblioteca o cualquier lugar de trabajo que represente el hombre.

La información es un tipo particular de comunicación, tiene unas peculiaridades respecto a otros actos comunicativos. Está caracterizada por la transmisión de unos hechos de actualidad, de interés amplio y a través de unos canales especializados.

Según Foessa [...] “Los medios de comunicación de masas han sido una de las grandes preocupaciones de la sociología de la última década dada su ubicuidad y el gran poder de configuración de las actitudes de las multitudes que posee”.¹¹

Hoy en día, los medios de información constituyen una herramienta persuasiva que permiten al ser humano mantenerse en constante comunicación con el mundo. Estos medios son considerados un poder porque poseen instrumentos y mecanismo que le dan la posibilidad de imponer, informar, y educar a la ciudadanía y por ende forman el pensamiento y criterio de las personas, debido a su gran capacidad de mover masas.

¹¹ Fundación Foessa. “Estudios sociológicos sobre la situación social de España.” 1975, pp. 1054.

En palabras de Gilbert Jorge [...] “La socialización, la posición de clase, la religión, las preferencias políticas y deportivas son algunos de los ingredientes que ayudan a moldear las opiniones de los individuos en una sociedad. Sin embargo, el enorme desarrollo alcanzado por los medios de comunicación de masas durante el siglo veinte los convirtieron en uno de los instrumentos más poderosos de influencia y formación de la opinión pública”.¹²

Se vive en un mundo inmerso en la ciencia y la tecnología, en el que la información es cada vez más verás e inmediata; Los medios de comunicación masivos son los principales mediadores, entre la sociedad y el hombre. Esta interviene en la forma de pensar de las persona y modifica la manera en que los individuos perciben y comprenden la realidad.

En la actualidad, los medios de comunicación masivos crean necesidades en la audiencia cuyo objetivo es inducir al telespectador a adquirir una necesidad maquillada.

2.3 COMUNICACIÓN SOCIAL

Desde sus inicios, la Comunicación Social ha sido vinculada estrechamente con el periodismo y con los medios de comunicación de masas, debido al alcance que tienen y a la influencia que estos ejercen en la sociedad. Esta ciencia es la responsable de determinar los efectos que los procesos comunicativos provocan tanto de forma individual como en grupos sociales, y sobre todo en las comunidades. Hasta el día de hoy los medios son considerados el cuarto poder por la autoridad que han demostrado

¹² Gilbert, Jorge. “Introducción a la Sociología.” Edición LOM Maturana 9-13. Santiago de Chile, 1997, pp. 472.

tener en la formación de la opinión pública, pero cabe aclarar que es cada vez mayor la participación del público.

Según Jhon B. Thompson: [...] “El desarrollo de los medios de comunicación ha dado lugar, de esta manera, a lo que podríamos describir como una <<historia mediática>>: nuestra percepción del pasado, y nuestra vida actual, depende cada vez más de una creciente reserva de formas simbólicas mediáticas”.¹³

Un claro ejemplo de esta <<historia mediática>> es como prevalece la historia a través de los años. Gran parte de países del mundo obtuvieron su identidad por el intercambio de información histórico que se logró difundir a través de los medios que existían desde aquellos tiempos. La comunicación se encarga de documentar sucesos que marcan etapas relevantes en el desarrollo del mundo, para luego transmitirlos a nuevas generaciones.

Marshall McLuhan dice que: [...] “Los nuevos medios y tecnologías con los que nos amplificamos y extendemos constituyen una inmensa operación quirúrgica practicada en el cuerpo social con absoluto desprecio de los antisépticos. Si dicha operación es necesaria, debe considerarse la inevitabilidad de infectar todo el organismo en un transcurso. Al operar una sociedad con una tecnología nueva, no es el área de la incisión la más afectada. La zona del impacto y de la incisión es insensible. Es el organismo entero el que ha cambiado”.¹⁴

¹³ Thompson, John. “Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 55.

¹⁴ McLuhan, Marshall. “Comprender los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 1. Barcelona, 1996, pp. 85.

Los cambios que se reflejan en la sociedad son el producto del avance de la comunicación social, ya que encierra a los medios masivos y su labor. De igual forma, cada mensaje que se transmite por estos medios masivos afectan de distintas formas, ya sean positiva o negativamente a todos quienes conforman esa sociedad.

2.3.1 TEORÍA DE AGUJA HIPODÉRMICA

Esta teoría dice que los medios de comunicación "introducen" o "inyectan" el contenido de una información de forma directa. Para muchos expertos, esta acción de los medios es peligrosa ya que van directamente a las masas, las mismas que se definen por: grupo de personas que no tienen criterio alguno y son fácilmente manipulados.

En palabras de Mattelart: [...] “Se considera la audiencia como un blanco amorfo que obedece ciegamente al esquema estímulo-respuesta. Se supone que el medio de comunicación actúa según el modelo de la <<aguja hipodérmica>>, término forjado por el propio Lasswell para denominar el efecto o el impacto directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados”.¹⁵

La teoría hipodérmica proyecta el enorme poder de los medios y por lo tanto apoya la hipótesis de la manipulación sobre quienes consumen estos medios. A partir de que el mensaje es difundido inmediatamente se provocarán estímulos como respuesta y no habrá ningún fenómeno que impida la relación directa entre causa y efecto. Se convierte en algo instintivo.

¹⁵ Mattelart, Armand. “Historia de las teorías de la comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 28.

Para José Villamarín: [...] “En definitiva, la comunicación va determinando las formas de sociabilidad que asume el individuo. Y a la vez es determinada por ellas. Conforme evoluciona la especie, evoluciona la comunicación, en una relación de total interdependencia”.¹⁶

Mientras la parte intelectual del ser humano se desarrolla, la comunicación social y los medios cumplen un rol importante en ese proceso. La comunicación empieza a tornarse más compleja al igual que la sociedad y quienes la conforman.

Como asegura Thompson: [...] “Los media instituyen una separación entre contextos de producción y contextos de recepción, se desprende que los mensajes mediáticos están disponibles en contextos alejados de los contextos donde se produjeron originalmente. Pueden ser, y generalmente lo son, recibidos por individuos que están alejados en el espacio, y puede que también en el tiempo, de los individuos que los han producido”.¹⁷

La trascendencia de los mensajes mediáticos trae consecuencias de gran envergadura porque los contenidos y su simbolismo logran llegar a personas que están en distintos contextos sociales, distintos tiempos y espacios. Por lo tanto se puede decir que la realidad de quien emite el mensaje no es la misma que la del receptor, y, es por ello que los comunicadores sociales deben actuar con suma responsabilidad y cautela al transmitir mensajes.

En palabras de Villamarín: [...] “Una de las principales preocupaciones del hombre a lo largo de su proceso evolutivo fue, y sigue siendo, el tratar de controlar todas las formas

¹⁶ Villamarín, José. “Síntesis de la historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo.” Editorial Radmandí. Ed. 1. Quito, 1997, pp. 36.

¹⁷ Thompson, John. “Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 51.

de comunicación y los medios que la posibiliten. Desde muy temprano, se dio cuenta que quien controla la información controla el poder. Y su deseo de siempre, oculto o manifiesto, ha sido el de poseer si no todo el poder al menos parcelas del mismo”.¹⁸

Desde el inicio de esta ciencia se intentó controlar la libertad de expresión de alguna forma: se solía controlar a los medios y sus formas de comunicación por medio de la aplicación de normas para regular su difusión. Pero para que una sociedad goce del derecho de la comunicación la información debe de poder circular.

Dice Mattelart que: [...] “La sociedad de la información sólo puede existir a condición de que haya un intercambio sin trabas. Es incompatible por definición con el embargo o la práctica del secreto, las desigualdades de acceso a la información y la transformación de esta última mercancía”.¹⁹

La Comunicación Social es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la Sociología ya que es un tema estrechamente vinculado a la sociedad. Es imposible tratar de negar la gran importancia de los medios de comunicación en un proceso de socialización en el que actúan.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Mattelart, Armand. “Historia de las teorías de la comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 42.

2.4 INVESTIGACIÓN DE COMUNICACIÓN DE MASAS

La comunicación de masas es un proceso comunicativo, que tiene como objetivo utilizar medios tecnológicos que perduren, logrando así vencer al tiempo y el espacio para poder causar un impacto globalizado. El medio de transmisión de la comunicación de masas son los medios masivos, y es por ello que en capítulos anteriores se habla acerca de su importancia y papel dentro de la sociedad y la cultura.

Charles Wright dice que ésta: [...] “Se diferencia de los antiguos sistemas de comunicación, principalmente, por las siguientes características: se dirige a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo; los mensajes son transmitidos públicamente, y muchas veces llegan simultáneamente a gran cantidad de personas, y en forma transitoria; el comunicador opera dentro de una compleja organización, la cual puede implicar grandes gastos”.²⁰

A diferencia de los sistemas de comunicación convencionales, la comunicación de masas elabora mensajes con un significado general. De esta forma se dirige a las masas creando en ellos una percepción universal, con una opción a crear una opinión pública casi nula. Estos procesos provocan la pérdida de vínculo con las tradiciones, y debilita a la sociedad por el rompimiento de relaciones entre individuos de una sociedad.

Thompson establece que: [...] “El desarrollo de los medios de comunicación ha tenido un largo y negativo impacto sobre la vida social moderna, creando un tipo de cultura blanda y homogénea que entretiene a los individuos sin desafiarlos, que cautiva su

²⁰ Wright, Charles. “Comunicación de masas.” Editorial Paidós. Ed. 2. Buenos Aires, 1969, pp. 15.

atención sin requerir sus facultades críticas, que les ofrece una gratificación instantánea sin cuestionar las bases en las que se basa semejante gratificación”.²¹

Las masas se establecen no por las características que poseen cada una de las personas que la integran, sino por los rasgos que hacen que se parezcan entre sí. Es decir, no es valorada la personalidad de cada ser, sino la relación que se logre tener entre individuos. Generalmente, las masas son dominadas por una idea sencilla, que no cree interacción entre sus integrantes.

El mismo autor además señala que: [...] “El progreso de la comunicación de masas resulta inseparable del desarrollo de las industrias mediáticas, esto es el conjunto de las instituciones que, desde la Alta explotación comercial de las innovaciones técnicas que permiten producir y difundir formas simbólicas de manera generalizada”.²²

La comunicación de masas es además un marcador de tendencias, es quien elige los temas que se van a hablar durante las próximas semanas o meses en una sociedad. Y en torno a lo que se habla también se consume, es decir, las industrias mediáticas generan ganancias dependiendo si se unen a los temas tratados por las masas. En esta medida se puede establecer, que la recepción de los mensajes es la base principal de la construcción de la realidad de una sociedad.

El portal de comunicación de medios comenta que: [...] “Las estrategias comunicativas se vuelven imprescindibles en una sociedad en la que las Masas y la Opinión Pública se convierten en factores políticos de primera magnitud.

²¹ Thompson, John. “Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 44.

²² Ibid.

Desde las campañas de propaganda política hasta los enormes gastos publicitarios hechos por los monopolios transnacionales, pasando por las agencias de medición de la Opinión pública, se puede afirmar que la construcción de técnicas psicosociológicas no ha hecho sino ir en aumento”.²³

Investigaciones sobre la influencia de los medios masivos muestran los efectos alcanzados y el nivel de persuasión de los mismos. Se genera un mensaje siguiendo las características específicas de los receptores y éstos son a su vez difundidos a través de canales tecnológicos para alcanzar los efectos deseados.

Según el análisis comparativo, el autor Eco menciona como aspecto negativo de los medios masivos que: [...] “Se dirigen a un público que aún no tiene conciencia de sí mismo como grupo social caracterizado: el público, pues no puede manifestar exigencia ante la cultura de masas, sino que debe sufrir sus proposiciones sin saber que las soporta. Tienden a secundar el gusto existente sin promover renovaciones de la sensibilidad. Incluso cuando parecen romper con las tradiciones estilísticas, de hecho se adaptan a la difusión, ya homologable, de estilos y formas difundidas antes a nivel de la cultura superior y transferidas a nivel inferior”.²⁴

En la base de esta comunicación se encuentra arraigada la sociología y la psicología, es por eso que la retroalimentación de este tipo de comunicación se torna inmediata y la mayor parte del tiempo sin el consentimiento de los actores. Se trata de una cadena de estímulos que se presentan simultáneamente por las masas, tal como fue planteado el

²³ Muñoz, Blanca. “Sociología de la comunicación de masas.” En el URL http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/textos/blanca_munoz_sociologia_masas.htm. Consultado en línea el 25/03/2012.

²⁴ Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. Editorial Tusquets. Ed. 1. México, 1995, pp. 56.

objetivo del emisor de dicho mensaje: sin someterse a ningún tipo de análisis de contenidos ni de exigencias.

Por otra parte, como aspecto positivo Eco indica que: [...] “La cultura de masas no es típica de un régimen capitalista. Nace de una sociedad en que la masa de ciudadanos participa con igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones: nace inevitablemente en cualquier sociedad de tipo industrial. Cada vez que un grupo de presión, una asociación libre, organismo político o económico se ve precisado a comunicar algo a la totalidad de los ciudadanos de un país, prescindiendo de los distintos niveles intelectuales, debe recurrir a los sistemas de la comunicación de masas y experimenta la inevitable regla de la <<adecuación a la media>>”.²⁵

Quienes conforman esta sociedad de masas tienen la oportunidad de recibir los mensajes de igual manera, es decir, no se restringe ningún tipo de información y no hay ventajas que beneficien a un grupo determinado, como ocurría en sociedades antiguas. Esto apoya al desarrollo de una comunicación igualitaria y sobretodo aporta al derecho de la libertad de expresión y de recibir información.

Finalmente, Eco concluye afirmando: [...] “Los mass media tienden a provocar emociones vivas y no mediatas. Dicho de otro modo, en lugar de simbolizar una emoción, de representarla, la provocan; en lugar de sugerirla, la dan ya confeccionada. Típico en este sentido es el papel de la imagen respecto al concepto; o el de la música como estímulo de sensaciones en lugar de como forma contemplable”.²⁶

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

La comunicación de masas es la muestra del poder a grandes rasgos dentro de una sociedad. Por ello esta actividad debe ser hecha con el fin de promover acciones positivas dentro de una sociedad y no intentar apagarla para no provocar contradicciones ideológicas. Silenciar a la audiencia solo crea un público pasivo sin participación en la formación de su entorno ni de las relaciones con quienes se rodea.

En palabras de Umberto Eco: [...] “Los mass media, inmersos en un circuito comercial, están sometidos a la «ley de oferta y demanda». Dan pues al público únicamente lo que desea o, peor aún, siguiendo las leyes de una economía fundada en el consumo y sostenida por la acción persuasiva de la publicidad, sugieren al público lo que debe desear”.²⁷

Hoy en día, la humanidad está inmersa en una sociedad consumidora en el cual los medios de comunicación masivos crean necesidades en la audiencia cuyo objetivo es persuadir al telespectador e inducirlo a adquirir una necesidad maquillada.

2.5 ESTUDIOS CULTURALES

Los estudios culturales son difíciles de definir, pero según años de análisis se sabe que conforman un campo de estudio que se abarca como un tema de investigación en diversos ámbitos de estudio (arte, humanidades, tecnología y ciencias sociales). Pero, para poder comprender este proceso investigativo, es necesario conocer lo que es la cultura de manera individual.

²⁷ Ibid.

La cultura según el antropólogo Tylor es: [...] “Un todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.²⁸

La cultura es una parte importante para la comunicación, ya que dependiendo de la estructura y grado cultural, los mensajes comunicativos serán interpretados correcta o incorrectamente por el receptor. Reúne muchas características, tantas genéticas, de formación familiar y de subgrupos con los cuales los individuos se suelen relacionar a menudo.

Según Sardar y Van Loon: [...] “Los estudios culturales toman prestado lo que necesitan de las disciplinas de las Ciencias Sociales y de todas las ramas de las humanidades y las artes. Se apropian de las teorías y Metodologías de la Antropología, la Sociología y la Psicología”.²⁹

Los estudios culturales son de naturaleza ambigua, ya que carecen de teorías y métodos propios que abarquen la amplitud de su estudio. Utilizan métodos de análisis de textos, encuestas, etc. Con el fin de satisfacer sus objetivos.

Para Sardar y Van Loon: [...] “Los estudios culturales se proponen examinar su materia en función de las prácticas culturales y de su relación con el poder. Su objetivo constante es exponer las relaciones de poder y examinar el modo en que estas relaciones influyen y dan forma a las prácticas culturales”.³⁰

²⁸ Tylor, Edward Burnett. “Cultura primitiva. los orígenes de la cultura.” Editorial Ayuso. Barcelona, 1871, pp. 387.

²⁹ Sardar, Ziauddin. Van Loon, Borin. “Estudios Culturales.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 2011, pp. 7.

³⁰ *Ibíd.*

Al igual que en temas políticos y comerciales, la relación entre el mensaje y la interpretación que el receptor le dé a la información está ligada directamente con la influencia que el emisor quiere ejercer. En este caso, las distintas culturas se ven afectadas ya sea de forma positiva o negativa, por los mensajes que transmiten los medios masivos, dando nuevos acontecimientos en cuanto a las relaciones entre culturas existentes.

Para el periodista Gómez: [...] “La Sociología Cultural y los Estudios Culturales son una parte del acervo que ha funcionado como artefacto de percepción y comprensión de la comunicación, y son una de las últimas fuentes que la han integrado, después han sucedido otras cosas, en procesos de disolución, erosión, síntesis y comienzos de algo que está, al parecer, en emergencia”.³¹

El estudio de las culturas desde un campo investigativo, observa detenidamente a grupos determinados. Existen un sinnúmero de fenómenos culturales que hoy en día ni entidades gubernamentales ni el periodismo han logrado informar o divulgar. Este tipo de investigaciones están llenas de nuevos campos que explorar, y el periodismo debe ser un agente importante en la aportación de la riqueza de dichas culturas para lograr que las sociedades no pierdan su propia identidad.

Los estudios culturales constituyen en la actualidad un movimiento intelectual, ya que se trata de estudios prácticamente abstractos y complejos por el tecnicismo que envuelve. Es un tipo de estudio que prácticamente no delimita los objetos de estudio, sino que al contrario, analiza todo lo que se pueda observar para poder realizar un estudio cultural

³¹ Gómez Vargas, Héctor. “Los estudios culturales y los estudios de la comunicación.” Revista Razón y Palabra. México, pp. 7.

más completo, más aún en un mundo como el de ahora: donde las culturas cada vez se fusionan formando culturas híbridas entre un tipo de sociedad con otra.

Según Sierra [...] “De ahí que la cultura se entienda, a partir de este prisma epistemológico, como un sistema de transformación, autoconstrucción y desarrollo social, a través de la información y el conocimiento como experiencia acumulada sobre el entorno, objeto de la transformación y autoproducción de la cultura como comunidad”.³²

Por medio del proceso de socialización los individuos se autoeducan mediante unos patrones culturales. Una cultura es transmitida de generación en generación, que llega a ser una herramienta que permite situar y precisar el contenido social.

En palabras de Luis Galindo Cáceres [...] “La cultura de información representa las tendencias en el comportamiento a la búsqueda, manejo y distinción de la información pertinente para la acción. Todo actor social requiere de cierta cultura de información para relacionarse con los demás, para vivir en sociedad”.³³

Vivimos en una sociedad que constantemente nos ofrece información, en el cual la comunicación es fundamental para el desarrollo de la sociedad, toda gestión cultural es generada a partir de una información comunicativa. Bajo estos parámetros, la comunicación ayuda al ente social a realizar y llevar a cabo un acoplamiento tanto social como cultural, es decir el hombre mediante la comunicación construye marcos de representación para lograr que sus interacciones les faciliten las actividades cotidianas.

³² Sierra. “introducción a la teoría de la comunicación educativa” mad, Sevilla 2000, pp. 22.

³³ Galindo Cáceres, Luis. “técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.” Editorial, 1998, pp16.

2.6 TEORÍA CRÍTICA

La Teoría Crítica se concentra en la sociedad, quiere decir que favorece en ciertos aspectos el compromiso y muestra la diferencia entre la posibilidad y actualidad en una sociedad. Esto va relacionado al comportamiento humano y a los diversos sistemas políticos. El periodista es un crítico, adopta puntos de vista críticos de la sociedad y los regímenes políticos que existen en el mundo.

Blanca Muñoz dice que: [...] “Todo el modelo liberal de opinión pública, para la Teoría crítica, se articula sobre la ficción que considera al ciudadano no condicionado por su contexto de clase o por las condiciones materiales de vida. Se difunde la ideología que se presenta como defensora de uno de los grandes derechos de la sociedad liberal y, en especial, de la libertad de expresión”.³⁴

La Teoría Crítica es cómo la sociedad interpreta los mensajes o información que los periódicos publican en sus artículos, es decir estos tratan de persuadir en la opinión pública de las personas, cada individuo interpreta según su criterio estos mensajes, pero hay una mayor influencia dependiendo de la clase social y de los estudios obtenidos.

Vannesa Larios dice que: [...] “La Teoría Crítica, aunque de acuerdo a sus representantes, no incluía una utopía específica, sí se dirigió al propósito de llegar a una felicidad y libertad general, hacia una recuperación del dominio del hombre sobre sí mismo, etc. La labor del teórico-crítico es la lucha, es transmitir la idea de que las teorías tradicionales sólo tienen el interés de suprimir al hombre y que la Teoría Crítica sólo quiere suprimir la injusticia, pues qué mejor servicio podría prestar el “intelectual”. He

³⁴ Muñoz, Blanca. Theodor W. “Adorno: Teoría Crítica y Cultura de Masas.” Omagraf, S. L. Primera edición. España, 2000, pp. 145.

aquí la nueva labor de la filosofía, en contraposición a todos los “males” que causó en la sociedad”.³⁵

La Teoría Crítica cambia la perspectiva que tienen las sociedades sobre distintos temas de su interés y los periodistas lo que hacen es que el individuo trate de ver las cosas reales, pero en ese transmitir de la noticia suelen tener otro giro, es posible que lo hagan con un fin concreto ya sea este personal del periodista o económico en cuanto al medio. Lo cual finalmente incumple con la labor periodística de INFORMAR y EDUCAR a la sociedad.

Leyva y Alarcón comentan: [...] “La crítica normalizada y ya omnipresente de los bloqueos y las diferencias internas, la crítica social plantea la pregunta por el posible ser-otro en una fórmula fundamental: No se cuestionó la interpretación dominante de un problema material, la ignorancia pública ante opiniones divergentes o la percepción sólo selectiva de una materia a decidir, sino el plexo de condiciones sociales y culturales dentro del cual todas estas opiniones en general se han llegado a formar”.³⁶

Ante las publicaciones que realizan los periódicos, la sociedad es influenciada de cierto modo y llega a formar parte de la crítica, es aquí donde se construye la crítica social, cada individuo adopta posturas diferentes dependiendo del tipo de noticia que lee, y cómo esta es publicada.

³⁵ Larios, Vannesa. Aperte Rie: Revista Filosófica. En el URL: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/larios38.pdf>. Consultado en línea 20/08/2012. Consultado en línea el 9/03/2012.

³⁶ Leyva, Gustavo. Alarcón, Víctor. “La Teoría crítica y las tareas actuales de las críticas.” pp. 77.

Los periódicos hacen una crítica a los problemas sociales, de cualquier estrato social, pero es ahí donde juegan con la noticia y tratan de llegar al público, los más vulnerables son los lectores que creen y siguen a un medio por el periodista y por el posicionamiento de éste, confundiendo confiabilidad con costumbre.

En palabras de Blanca Muñoz: [...] “En todas las obras que se acercan al enfoque de la actualidad de la Teoría Crítica se enfoca la utopía -- en su sentido clásico -- como el motor no expreso de la mayoría de las luchas transformadoras teóricas y prácticas”.³⁷

La teoría crítica es la utopía de la comunicación, en muchos casos dicen que comunicar es libertad de expresión, de pensamiento y no es así, se suele confundir libertad de expresión con el hecho de publicar sin hacer una previa investigación y sin saber cómo ese mensaje puede afectar a las masas, la teoría crítica de la comunicación debe educar e informar a una sociedad.

Leyva y Alarcón exponen: [...] “Por muy meritorias que sean históricamente las variantes del descubrimiento y de la invención según Walzer no son suficientes para construir la crítica en sociedades modernizadas- modernas... Esto vale no sólo para los conceptos que recurren a estrategias de revelación sino también para aquellos enfoques que buscan constituir reglas y normas generales por la vía de la construcción. El que este procedimiento tiene que fracasar para Walzer se puede estudiar no en último lugar, con el ejemplo de la Teoría Crítica... un ejemplo típico de aquellas personas que tienen una buena teoría y que, sin embargo, no producen una crítica precisa y oportuna”.³⁸

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

Los periódicos fueron los primeros medios de comunicación de las sociedades antiguas, y la teoría crítica se da hasta la actualidad. Los periodistas han desarrollado críticas en cada sociedad y como resultado esto ha contribuido a que los individuos adquieran distintas posturas o pensamientos. Varias sociedades modernas son inmunes a estas transmisiones emitidas por los medios, pero son los sistemas políticos que aún influyen en ellos a pesar de los estudios y el estrato social que cada individuo ostenta.

Dubiel: [...] “La Teoría Crítica es siempre una reflexión de la experiencia histórica que es, a la vez, una reacción frente a las realidades sociales dadas”.³⁹

Se cree que la Teoría Crítica son sólo críticas que hacen los periodistas en el medio que laboran con el objetivo de mostrar una información. Pero más que eso, es la aportación que esta le da a las sociedades; dan a conocer realidades desconocidas por muchos, que pueden ser positivas o negativas, pero es la sociedad que debe tomar esas realidades para realizar cambios beneficiosos para ellos. Son los medios de comunicación que deben comprometerse a realizar una crítica social constructiva.

2.7 AGENDA SETTING

Agenda-setting, traducida al español como “fijación de la agenda”, es considerada en la actualidad una de las teorías más representativas de los medios de comunicación de masas y nació como tal a partir de los años 60, luego de estudios realizados por: Bernard Cohen, Maxwell McCombs y Donald L. Shaw. Sin embargo, en el año 1922, antes de ser utilizado el término “agenda-setting”, Walter Lippmann en su primera obra llamada “Opinión Pública”, en el capítulo “El mundo exterior y las imágenes de nuestras

³⁹ Dubiel, Helmut. “La Teoría Crítica: Ayer y Hoy.” Edición Plaza y Valdés. S. A. Primera edición. México, 2000, pp. 12.

cabezas”, mantuvo que [...] “Los medios de comunicación son la primera conexión entre los sucesos en el mundo y las imágenes de estos acontecimientos en la mente de las personas”.⁴⁰

En 1963, Bernard Cohen señaló que [...] “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar.” La teoría de la agenda-setting, consiste en el estudio de la influencia que los medios ejercen en el público, por medio de noticias y temas que para los medios son considerados “relevantes”. Los medios, en algunos casos, no dicen qué es lo que se debe pensar pero en todos los casos dicen los temas que estarán en la opinión pública, es justamente a esta función y conjunto de acciones que se las denomina “agenda”.⁴¹

Es a partir de esta teoría que el término AS (agenda-setting) es utilizado para describir cómo las agendas contienen temas importantes para los medios, y así mismo pasan a ser importantes para toda una audiencia. La AS muestra que el mundo es desmedido y no es posible acceder a toda la información de primera por los propios medios. Es por esta razón que los medios de cierta forma resumen y cuentan cómo es ese mundo en el que se habita y qué sucede en él. [...] “Bajo la responsabilidad de que la mente del ser humano no recrea una escena lejana a la realidad: Fuera del alcance, de la mirada y de la mente” como menciona Lippmann.⁴²

⁴⁰ Lippmann, Walter. “La opinión pública.”Harcourt. Nueva York, 1922, pp. 29.

⁴¹ Cohen, Bernard. “La prensa y la política exterior”. Hartcourt. Nueva York, 1963, pp. 13.

⁴² Ibid.

Según McComb y Shaw [...] “En 1972, se realizó un estudio que demostraba una analogía entre la importancia que los medios daban a ciertos temas, ante lo que la sociedad, en su mayoría, consideraba que eran los temas más trascendentales del momento. “Mediante entrevistas a los habitantes de Charlotte durante, antes y después de una campaña electoral y con un análisis del contenido de la prensa y la televisión se concluyó que los medios influyen en las opiniones sociales en mayor medida que las opiniones de un colectivo inciden en los contenidos de los medios”.⁴³

Es indiscutible que los medios tienen la capacidad para estructurar el mundo mediante la manipulación de la realidad que conforma a una sociedad. Son los principales influyentes en la creación de la agenda pública y es por eso que se torna difícil hacer que suceda lo contrario y que las opiniones de las personas critiquen la labor de los medios y de sus periodistas.

Para Cohen [...] “La teoría de la agenda-setting postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. El punto central de esta teoría es la capacidad de los mass media para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. Del mismo modo, deciden qué temas excluir de la agenda”.⁴⁴

⁴³ López Escobar, Esteban; McCombs, Maxwell y Rey, Federico: “La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda- setting.” Comunicación y Sociedad vol. IX, n. 1 y 2, 1996, pp. 39-65.

⁴⁴ Bernard C. Cohen. “The Press and Foreign Policy” Princeton University press. Princeton, N. J. 1963, pp. 120.

Es decir, los medios mediante la agenda-setting intentan ir más allá de explorar juicios o particularidades sobre un tema específico, su fin es generar acciones. Esto se hace evidente al momento de analizar que los medios logran destacar ciertos temas sobre otros, lo que esconde enfoques, intereses y puntos de vista que posee quien redacta la noticia.

De forma general, lo más importante de rescatar sobre la agenda-setting es que lo que no se menciona en la agenda no existirá en los medios. La selección de temas es una gran responsabilidad para quienes realizan esta labor pudiendo afectar significativamente a una sociedad en caso de no hacerlo con profesionalismo y compromiso de carácter social. A manera de conclusión la agenda-setting involucra una mayor investigación y una efectiva información, para no caer en la desinformación periodística.

2.8 PERIODISMO

El periodismo es una actividad que se ubica dentro de las ciencias comunicacionales, el cual actúa desde un enfoque integral, donde participa en la formación de la opinión pública enfrentándose al mismo tiempo con la objetividad que debe representar. Su objetivo es la búsqueda de la verdad.

Según estudios, el periodismo está estrechamente ligado a la Literatura, lo cual se comprueba mediante la aparición de los distintos géneros periodísticos: Informativo, opinión e interpretativo.

Para Villamarín: [...] “El periodismo, sin comillas, tal como lo conocemos hoy, como forma de difusión y de representación de hechos e ideas de actualidad, veraces, de interés general y con una periodicidad determinada, nace recién con la imprenta. Pero el

“periodismo”, así entre comillas, medio de comunicación destinado a informar, comentar, orientar y criticar respecto a hechos que interesaban al hombre sin sujeción a prioridad, esto es, como constante comunicación informativa y ha existido siempre(...) porque el hombre siempre ha tenido algo que contar; porque siempre el hombre tuvo un hecho que transformar en noticia”.⁴⁵

El periodismo de forma general abarca muchos tipos de géneros, por lo tanto sus mecanismos de trabajo y técnicas de investigación no serán precisamente las mismas. Pero, lo que si se debe tener presente es que cualquier tipo de periodismo siempre debe hacer su mayor esfuerzo por orientar e invitar a la audiencia a conformar un público crítico y exigente.

Según Witt y Seoane: [...] “El desafío para el periodista tradicional consiste en si puede reafirmar su posición como proveedor de algo distintivo y valioso, tanto para los ciudadanos como para los anunciantes. La prensa continúa siendo rentable en lo financiero porque, aunque la audiencia acumulada por un único medio pueda ser pequeña, es todavía el mayor punto de encuentro al que los anunciantes pueden acudir. Las líneas de tendencia, sin embargo, dejan claro que esto, también, no debería darse por sentado. De alguna manera, el periodismo necesita probar que está actuando en nombre del público, si es que quiere salvarse a sí mismo”.⁴⁶

Comunicar llega a ser siempre una necesidad, tanto para el periodismo en sí, como para la sociedad. Esta ciencia es la forma que tiene el ser humano para materializar una o varias ideas, pensamientos y sentimientos para que influyan en la persona o personas

⁴⁵ Villamarín, José. “Síntesis de la historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo.” Editorial Radmandí. Ed. 1. Quito, 1997, pp. 46.

⁴⁶ Witt, Leonard. Seoane, Francisco. “Periodismo del futuro.” Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. No. 91. Ecuador, 2009, pp. 29.

que receptan el mensaje. Con el único fin de lograr un objetivo común: consolidar criterios de interacción, el periodista debe de ser más consciente y sincero con la sociedad y los medios también, ya que deben buscar informar, más no vender anuncios para su beneficio.

En palabras de Buitrón: [...] “Cuando se quiere comunicar, la mayor dificultad es conseguir claridad en el mensaje. Y cuando se quiere hacer buen periodismo la mayor dificultad- pero el mayor éxito- es saber cómo llegar a la gente”.⁴⁷

El periodismo debe acercar al lector hacia las buenas y correctas acciones, evitar que se familiarice con conductas agresivas y pensamientos inadecuados. El mensaje periodístico, aparte de ser un hecho comunicable en el más amplio sentido, cumple con una función formativa por los juicios de valor que se emiten en el periodismo.

Buitrón comparte que: [...] “La obligación que el periodista tiene con ellos para orientarlo, hacer Pedagogía de los hechos, contarle la realidad en su dimensión más amplia y más honda, entregarle todos los elementos para que él mismo (el lector, la sociedad) saque conclusiones, tome las decisiones adecuadas y camine hacia el futuro con pasos firmes gracias a la información que posee”.⁴⁸

El periodista debe concebir el periodismo como una obligación con sentido humano y además debe intentar, bajo todas las condiciones, llevar a su público a la verdadera reflexión haciendo uso del mismo como un instrumento dogmático.

⁴⁷ Buitrón, Rubén. Astudillo, Fernando. “Periodismo por dentro.” Editorial Quipus. Ed. 1. Quito, 2005, pp. 134.

⁴⁸ Ibid.

En un comentario sobre periodismo se dice que: [...] "Así, pues, el periodismo incluye comunicación por esencia, información por necesidad; formación por deseo de orientar; entretenimiento por naturaleza; y todo ello dentro de una área envolvente que incluye estilo, técnica y representación adecuada".⁴⁹

El periodismo surgió como necesidad comunicacional y gracias a su eficacia, hoy se torna evidente la importancia de este trabajo y la imposibilidad de la construcción de una historia y un futuro sin el periodismo. Cuando se consolidan todos los medios masivos empiezan a nacer diversas corrientes y teorías de la comunicación a la par de los distintos géneros periodísticos. Es así como el periodismo llegó a consolidarse como el "cuarto poder" para muchos.

Expuesto por un sitio web periodístico: [...] "Bajo este panorama, la historia del periodismo y la legislación relativa a la prensa y a los medios de comunicación han ido variando, aunque la mayoría de estas legislaciones ha propendido por defender la libertad de prensa, todo ello siempre y cuando se actúe bajo ciertos límites, de tal manera que ni el orden público ni el buen nombre de las personas sean por ningún motivo perturbados".⁵⁰

Finalmente, el periodismo debe siempre recordar, que no por cumplir su labor de informar, investigar y mostrarse como un espejo de la sociedad, puede atropellar los derechos de quienes conforman dicha sociedad. Es esta sociedad la que al final del día genera material para difundir a toda una comunidad, por lo tanto merece todo el respeto posible al momento de relatar y presentar una historia.

⁴⁹ Acosta, José. "Periodismo y literatura." Editorial Guadarrama. Ed. 1. Madrid, 1973, pp. 54.

⁵⁰ S/N. "Periodismo mundial." En el URL <http://periodismomundial.grilk.com/hdelpmundial.htm>. Consultado en línea el 10/03/2012.

2.9 OPINIÓN PÚBLICA

La opinión pública es el pronunciamiento colectivo de una población, en el que se manifiesta un asunto determinado, de interés para la sociedad, expresada libre y públicamente. Además se entiende que es algo abstracto, ya que solo puede recogerse mediante encuestas.

En palabras de Delgado: [...] “Se dice que una opinión es pública no solo porque es del público (difundida entre muchos), sino también porque implica objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común y, en sustancia, la responsabilidad pública (...) la opinión pública no es “innata”: es un conjunto de estados mentales difundidos que interactúan con flujos de información”.⁵¹

Es la opinión generalizada, de un grupo de personas que no solo buscan la expresión de sus ideas, sino que también pretenden discutir y criticar los actos del poder público para establecer un bien común. La opinión pública interactúa con los flujos de información, que estos a su vez son emitidos a través de los medios de comunicación masivos, así como de mecanismos democráticos como el sufragio, las encuestas, grupos de opinión, entre otros.

Según Wright Mills: [...] “Quién expuso cuál es la idea que se tiene de la influencia de los medios sobre la opinión pública de una manera breve y brillante: “ 1) Los medios le dicen al hombre de la masa quién es - le prestan una identidad; 2) le dicen que quiere ser- le dan aspiraciones; 3) le dicen cómo lograrlo – le dan una técnica, y 4) le dicen cómo puede sentir que es así, incluso cuando no lo es- le dan un escape”.⁵²

⁵¹ Delgado, Gloria. “Estructuras política, económica y social.” Segunda edición. México, pp. 118.

⁵² Wright, Mills. (1963:292), citado por Báez, Carlos. “La comunicación efectiva.” Primera edición. República Dominicana 2000, pp. 77.

Los mass media tienen un papel predominante en la opinión pública, estos actúan directamente en el subconsciente del individuo, y por ende, sobre la colectividad social. En la actualidad, la comunicación masiva aparte de su principal función de informar, busca incansablemente persuadir a la ciudadanía, y de esta manera modificar sus creencias, criterios, costumbres y por ende la opinión pública.

Los medios postulan ideas del cómo ser y llegar a ser, mediante sus publicaciones crean estereotipos y estas a su vez destruyen los valores éticos e implantan nuevas conductas en la sociedad.

Según Acosta: [...] “La ventaja de la prensa escrita, es que esta tiene una influencia perdurable en la opinión pública, ya que el mensaje queda impreso de forma permanente. Los periódicos y las revistas son vehículos de expresión muy importantes. Ambos se publican diaria o periódicamente, y ambos generalmente dan a conocer noticias o comentarios de interés para el público en general”.⁵³

Entre los medios de comunicación, la prensa escrita ejerce mayor autoridad en la formación de criterios de cada individuo. La prensa materializa el relato de los hechos y las opiniones en la escritura, esto le da la característica de perdurar en el tiempo, ya que queda asentado y por lo tanto se puede recurrir a ella en cualquier momento.

⁵³ Acosta, Rubén. Gestión Y Administración De Las Organizaciones Deportivas. Primera edición. Editorial Paidotribo, España, 2005, pp. 120.



CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Basado en las teorías comunicacionales, los principales diarios de la ciudad de Guayaquil son quienes manejan la información que se muestra al público, pero al momento de emitir un mensaje, se deduce que no solo buscan informar, sino persuadir en el pensamiento crítico de cada persona. Por ende, esto genera una barrera casi imposible de percibir por los lectores quienes difícilmente podrán comprobar si la información publicada es lo que se necesita saber o es lo que quieren que se interprete.

3.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Los objetivos de los distintos medios de comunicación hacia la sociedad, varían dependiendo de sus intereses?
2. ¿Los medios de comunicación a estudiar cumplen actualmente la función de informar o persuadir?
3. ¿Cuál es la concepción o la retroalimentación de los lectores que se presenta como consecuencia de la forma y estilo en la que muestran la información los diarios de Guayaquil?

3.3 DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es exploratoria descriptiva porque se recolectarán datos de medios específicos y de sus lectores en un tiempo determinado, en el cual se responderá a la variable y describirá una realidad.

3.4 HIPÓTESIS

La prensa escrita interviene en la forma de pensar de las personas y modifica la manera en que los individuos perciben y comprenden la realidad.

3.4.1 DETECCIÓN DE VARIABLE

Influencia de los diarios de Guayaquil en la opinión pública.

3.4.2 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

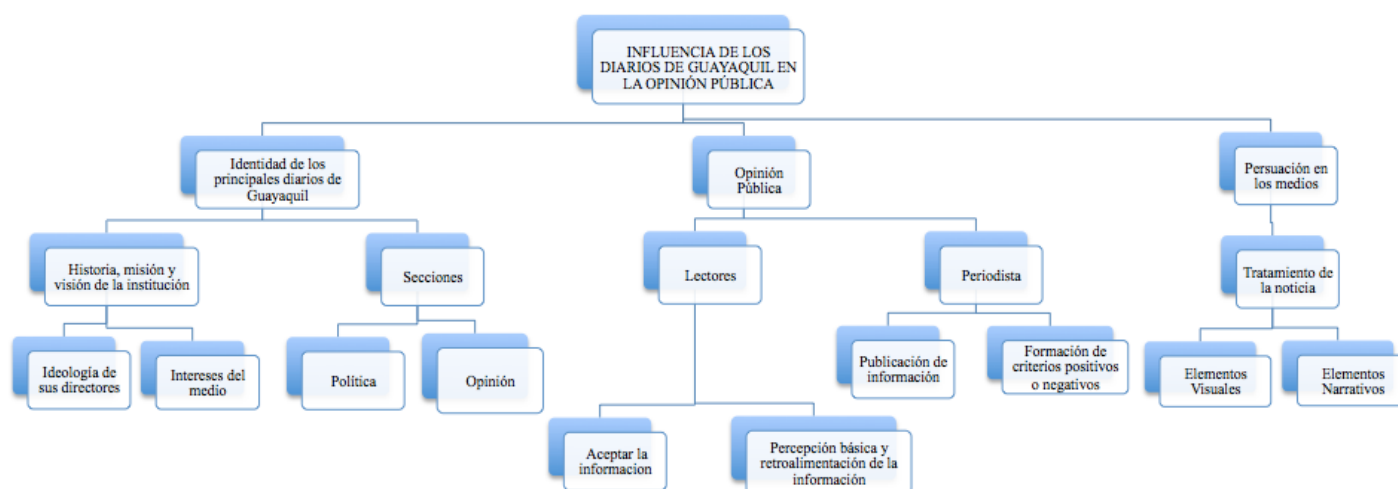
“Se considera a la opinión pública como un tejido social que refleja la cultura, los valores e instituciones, y se propaga a través de los múltiples canales de comunicación social”.⁵⁴

⁵⁴ Rubio, José M. “Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting.” Gaceta de la antropología. En la URL: http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html. Consultado en línea el 20/08/12.

3.4.3 DEFINICIÓN REAL DE LA VARIABLE

La opinión pública es la manifestación de la sociedad, en la que tratan temas de interés general, pero los medios de comunicación son los principales formadores de ideologías, lo cual depende de varios factores: la personalidad del individuo, el estrato social en el que se desenvuelve, la educación, la forma de gobernar y los objetivos del medio.

3.4.4 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE



3.5 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Método científico positivista con un diseño transaccional descriptivo porque utilizará lógicas cuantitativas y cualitativas para indagar sobre la frecuencia con la que se repite la variable a medir y se establecerá mediante descripciones de los factores que influyen en la opinión pública del sector que se ha explorado.

El estudio se llevará a cabo mediante distintas técnicas de investigación como análisis de observación, encuestas y entrevistas, que facilitarán la comprobación de la hipótesis planteada.

3.5.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Bibliografía: Esta técnica será utilizada como herramienta principal de argumento de las teorías y definiciones que ayudarán a resolver el problema de investigación.

Investigación documental: Esta técnica permitirá acudir a archivos anteriores de los medios de comunicación que serán estudiados, con el fin de analizar sus contenidos.

Guías de observación: Se trata de una observación que complemente las encuestas y entrevistas, con el fin de comprobar la hipótesis.

Entrevistas a profundidad: Técnica que aporta con conocimientos específicos de parte de especialistas. Aportará con nuevas definiciones y conceptos que complementen la investigación.

Entrevistas cerradas: Se realizarán a periodistas que puedan aportar con conocimientos profesionales y se enlacen con las teorías de comunicación estudiadas.

Encuestas: Se aplicará esta técnica para conocer preferencias de los lectores de los diarios a analizar, específicamente a los lectores de diarios editados en la ciudad de Guayaquil.

Gráficos: Esta técnica sirve para fundamentar científicamente y reflejar visualmente la tabulación de las encuestas.



CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE RCESULTADOS

4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante esta investigación que se realizará sobre los diarios más leídos de la ciudad de Guayaquil se busca comprobar en qué medida los medios impresos influyen y manipulan a una sociedad.

Dentro de un período previo, inicialmente se determinará la preferencia de los lectores en cuanto a diarios y sus secciones, lo que va a permitir analizar los contenidos de dichos diarios. Una vez establecida la preferencia de los lectores será posible conocer, mediante investigaciones posteriores, el porqué de esta inclinación hacia ciertos diarios y secciones específicas. Para poder construir un análisis óptimo, es necesario analizar de manera profunda los contenidos que presentan los diarios previamente determinados, es decir: la labor de los periodistas al momento de editar las noticias, la ideología y conocer de manera objetiva la tendencia del medio. Y finalmente establecer una correlación entre el diario y el pensamiento del público, que hará posible una investigación que compruebe el grado de influencia que ejercen los medios escritos en quienes los leen.

Mediante los resultados que se obtengan del trabajo investigativo y sus conclusiones, se espera contribuir al conocimiento de los guayaquileños para que conozcan la realidad que se vive en la ciudad referente a los medios de comunicación, en especial a la prensa escrita de la ciudad. Se espera además despertar la razón y agudeza de quienes consuman medios escritos para poder mejorar los contenidos de los diarios por medio de mayores exigencias que vengan de sus lectores.

El estudio intenta formar principalmente criterios frescos no sólo en lectores, sino en nuevos y antiguos periodistas, llamar a la reflexión a quienes ejercen y saldrán a ejercer esta profesión y plantearse como valor primordial: No abusar del poder que laborar dentro de un medio escrito otorga a un periodista.

Los diarios, desde sus inicios, son los principales actores en la creación de la Opinión Pública y son de forma irreversible quienes deciden los temas relevantes a tratar día a día, ahora es deber de cada ciudadano decidir qué pensar y cómo pensar de los temas ya impuestos por los diarios. Para eso es necesario encontrar el sentido y la importancia a informarse de todas las fuentes posibles para poder formar una opinión profunda pero sobre todo personal.

4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La idea de esta investigación nace del controversial límite entre informar e influenciar a una sociedad. Es necesario conocer si existe o no ese límite, y si es que existe, se intenta comprobar mediante el actual trabajo el atropello del mismo.

El principal problema de la investigación surge por la ausencia de información y la inexistencia de estudios o investigaciones sobre la prensa escrita guayaquileña, lo que genera a su vez, el desconocimiento acerca del dominio que los diarios ejercen en una determinada sociedad, concibiendo casi insostenible señalar si es cierto o no que los diarios influyen negativa o positivamente en el público.

El presente trabajo tiene dos objetos de estudio que se relacionan entre sí. Primeramente se investigarán a los lectores de los diarios de la ciudad de Guayaquil, según sus preferencias será posible determinar cuáles son los diarios más populares de la ciudad,

los cuales pasarán a ser el centro de investigación. Finalmente, se obtendrá la perspectiva de cada uno de los objetos a estudiar qué harán posible el contraste entre la realidad que se vive y cómo el público procesa la información recibida.

4.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1 OBJETIVOS GENERALES

- Determinar cómo los principales diarios actuales de la ciudad de Guayaquil logran generar percepciones deseadas por ellos y ser una “distracción” sobre temas relevantes para la sociedad.

4.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer si los intereses e ideología de los medios pesan más al momento de editar una noticia que la labor periodística de informar y educar.
- Determinar la participación de los diarios en la formación de la opinión pública de la ciudad de Guayaquil.
- Describir la función que deben cumplir los diarios en las secciones consideradas de mayor relevancia para los lectores.

4.4 PLAN DE MUESTREO

4.4.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite inferir la conducta del universo en su conjunto.

Al ser la población el conjunto que representa un universo de estudio para el trabajo a realizarse, es necesario definir que para el óptimo desarrollo del siguiente trabajo se considera preciso trabajar con dos poblaciones heterogéneas pero que guardan relación entre sí.

La primera población a estudiar son los diarios que más lectores poseen dentro de la ciudad de Guayaquil y los contenidos que ellos manejan. Los diarios que hay en la ciudad de Guayaquil son ocho: El Universo, Expreso, El Telégrafo, Extra, El Financiero, El Observador, La Calle, La Razón.

La segunda población, es el público quien lee estos diarios de manera continua, residentes del norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil.

4.4.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

En este estudio se decidió desagregar los universos en subconjuntos menores de tal manera que cada uno constituya un universo en particular de tamaño más reducido sobre el cual se seleccionaron las muestras. Se utilizará un muestreo aleatorio simple para

obtener dos muestras diferentes, debido a que el proyecto se enfoca en estudiar las acciones de dos poblaciones distintas: a los lectores y a los medios de la ciudad de Guayaquil.

Inicialmente, se realizó una encuesta piloto a treinta personas para determinar únicamente las preferencias en cuanto a diarios y secciones que más leen. Una vez establecidos esos parámetros se procede a realizar la encuesta final acien personas que consumen diarios de Guayaquil. Finalmente, se deberá investigar a los medios realizando entrevistas personalizadas a sus directivos.

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 90%, y un grado de significancia del 10%, por el tiempo ya que se requería de información confiable y precisa a corto plazo.

Dado que se cuenta con información estadística relevante de estudios previos realizados mediante esta investigación, se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra de lectores quienes son parte de una población infinita:

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2}$$
$$N = \frac{(1.645)^2 (0.7)(0.3)}{(0.1)^2}$$
$$N = \frac{0.5682}{0.01}$$
$$N = 56.82$$
$$N = 100$$

Dónde:

N: Tamaño de la muestra.

Z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 90%.

p: Probabilidad de éxito, en este caso “p” representa el porcentaje de personas que leen más los temas relacionados a la política.

q: Probabilidad de fracaso

e: margen de error

4.5 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

En el proyecto se empleó la técnica de entrevistas a profundidad porque se consideran las apropiadas para el desarrollo de la investigación, a través de esta se obtendrá el punto de vista de los periodistas y la ideología de los medios de comunicación, en ciertos casos considerados factores influyentes en la opinión pública.

La selección de estas personas se debe a que ellos tienen mayor conocimiento en el área de la comunicación, y de esta manera se podrá lograr un análisis amplio sobre la influencia de la prensa escrita en la sociedad.

Los entrevistados son:

- Lcdo. Washington Vizuite Negrete, Presidente de la Unión Nacional de Periodistas, Núcleo Guayas.
- Lcdo. Guillermo Lizarzaburu, Editor del diario Expreso.
- Msc. Paola Ulloa, Editora web del diario el Telégrafo.
- Lcda. Katherine Mendoza Antón, Editora política de diario El Universo.
- Lcdo. Héctor Pérez Neme, Periodista de diario El Universo.

4.5.1 DIRIGIDAS Y NO DIRIGIDAS

En la investigación se realizaron las entrevistas dirigidas, en las que el entrevistador conduce y direcciona toda la entrevista, además es él quien fija la secuencia de preguntas y se encarga de acomodar el ritmo del tema.

A través de las entrevistas dirigidas se busca obtener información que sirva para demostrar la influencia que ejercen los medios de comunicación en la opinión pública de las personas de la ciudad de Guayaquil.

También se empleó la técnica de las entrevistas no dirigidas, estas consisten, en que el entrevistado es quien lleva la iniciativa y el entrevistador no puede contradecir ya que se debe acoplar al ritmo y a las variaciones desarrolladas.

Este tipo de entrevista se usó para recopilar toda la información pertinente y necesaria para el desarrollo de estudio sobre el poder que tiene la prensa escrita en la formación de la opinión de las personas de Guayaquil.

4.6 DISEÑO DE ENCUESTA

PRUEBA PILOTO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Marque con una X la respuesta y conteste las preguntas según su criterio:

1. Edad

18 a 25 () 41 a 60 ()
26 a 40 () 61 en adelante ()

2. ¿Lee usted diarios?

Sí () No ()

3. ¿Qué diarios de Guayaquil lee usted?

Telégrafo () Extra () La Calle ()
El Universo () El Financiero () El Observador ()
Expreso () La Razón () Otros ()

4. ¿Si los lee, cuál prefiere?

Impreso () Digital ()

5. ¿Qué sección lee con más frecuencia?

Política () Opinión () Cultura ()
Económica () Deportes () Anuncios ()
Nacional () Vida y Estilo ()
Internacional () Entretenimiento ()

6. Especifique la razón

Precio () Mejor contenido e imagen () Periodista que escribe ()
Confiabilidad () Ideología del diario ()

7. ¿Cómo adquiere el diario?

Suscriptor () Tienda ()
Canillita () Otros especifique ()



edcom : ESCUELA DE DISEÑO +
comunicación visual
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"

ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Marque con una X la respuesta y conteste las preguntas según su criterio:**8. Edad**

18 a 25 () 41 a 60 ()
26 a 40 () 61 en adelante ()

9. ¿Piensa que actualmente la sociedad está dominada por los medios de comunicación?

Sí () No ()

10. ¿Cree que los medios son considerados únicos portadores de la verdad?

Sí () No ()

11. ¿La prensa escrita influye en la educación y en la formación de la Opinión Pública?

Sí () No ()

12. ¿Cree que es seguro informarse a través de los periódicos?

Sí () No () Depende del tipo de información ()

13. ¿Qué diario le parece más confiable? Seleccione uno

El Universo () El Expreso () Otros () Especifique _____

14. Según su criterio ¿Cómo es la influencia de los diarios en la opinión pública?

Mucho () Poco () Nada ()

15. ¿En cuál de estas secciones cree que influyen más los diarios? Seleccione una

Política () Opinión () Otros () Especifique _____

16. ¿Cómo calificaría la información política que ha recibido de los periódicos? Seleccione una

Útil () Insuficiente () Parcializada ()
Irrelevante () Imparcializada ()

17. ¿La información periodística ha influido sobre la percepción de la realidad que se vive en el país?

Sí () No ()

18. ¿Los diarios han influido para que adopte diferente ideología sobre el actual gobierno?

Sí () No ()



edcom • ESCUELA DE DISEÑO +
COMUNICACIÓN VISUAL
"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"

4.7 DISEÑO DE ENTREVISTA

FICHA TÉCNICA

Nombre: Washington Ludovico.

Apellido: Vizuite Negrete.

Profesión: Licenciado en Comunicación Social.

Presidente de la UNP (Unión Nacional de Periodistas).

Duración: 01:27:30.

Estructura**Preguntas:**

1. Como comunicador social ¿Cómo siente la influencia que pueden causar sus comentarios ante las masas?
2. En su opinión ¿Cuál sería la clave para que los comunicadores sean totalmente objetivos y no alteren la realidad como muchas veces ocurre?
3. ¿Usted piensa que la forma en que las noticias de política son publicadas, desde su contenido narrativo, imágenes y titulares, pueden generar algún tipo de reacción en quienes leen la noticia?
4. ¿Cree usted que el periodista puede lograr colocar al lector en una postura determinada hacia el actual gobierno?
5. ¿Cómo se ve influenciado el periodista por la ideología del medio donde labora?
6. En nuestros días ¿Está bien empleado el término "cuarto poder" en el periodismo actual?
7. ¿Cómo afectan al medio los entes reguladores de la ley de comunicación?
8. ¿Cómo se ve influenciado el periodista por la ideología del medio donde labora?
9. ¿Qué piensa sobre el nivel profesional de los nuevos y futuros comunicadores?

FICHA TÉCNICA

Nombre: Guillermo.

Apellido: Lizarzaburu.

Profesión: Licenciado en Comunicación Social.

Editor de crónicas y ex Editor Jefe de diario Expreso.

Duración: 00:40:30 minutos.



Estructura

Preguntas:

1. ¿Cómo el diario Expreso trata de influir en las personas?
2. Ante un error ¿Cómo es la rectificación, le dan el mismo espacio a esta?
3. Cuando son noticias que afectan los intereses de los dueños del diario ¿Cómo se manejan estos contenidos?
4. ¿Cómo se vería afectado el periodista por la ideología del medio?
5. Si se llega a investigar un acto ilícito de las marcas grandes que pautan en el diario Expreso, ¿Su información es publicada o esperan que salga en otro medio primero?
6. ¿Quién tiene la responsabilidad de lo que se publica, el periodista, el medio o ambos?
7. En el proyecto de Ley de Comunicación se intenta que tanto el medio como el periodista tengan la responsabilidad, ¿Cree usted que esto estaría correcto?
8. ¿Cómo le afectaría, como periodista, los entes reguladores del proyecto de Ley de Comunicación?

FICHA TÉCNICA

Nombre: Paola.

Apellido: Ulloa.

Profesión: Editora web de Diario El Telégrafo.

Duración: On-line.



Estructura

Preguntas:

1. Como comunicador social ¿Cómo siente la influencia que pueden causar sus comentarios ante las masas?
2. En su opinión ¿Cuál sería la clave para que los comunicadores sean totalmente objetivos y no alteren la realidad como muchas veces ocurre?
3. ¿Usted piensa que la forma en que las noticias de política son publicadas, desde su contenido narrativo, imágenes y titulares, pueden generar algún tipo de reacción en quienes leen la noticia?
4. ¿Cree usted que el periodista puede lograr colocar al lector en una postura determinada hacia el actual gobierno?
5. ¿Cómo se ve influenciado el periodista por la ideología del medio donde labora?
6. ¿Cuál es el porcentaje de espacio diario que tienen los temas políticos ante el resto de temas en el diario El Telégrafo? ¿Tienen algún tipo de cláusula para su publicación?
7. ¿Cuáles cree que son los motivos para que el diario El Telégrafo no sea el más vendido y no tenga la misma confiabilidad que otros, a pesar de su larga trayectoria?
8. ¿Está bien empleado el término "cuarto poder" en el periodismo actual?

FICHA TÉCNICA

Nombre: Katherine.

Apellido: Mendoza Antón.

Profesión: Editora de Diario El Universo.

Duración: On-line.

Estructura**Preguntas:**

1. Como comunicador social ¿Cómo siente la influencia que pueden causar sus comentarios ante las masas?
2. En su opinión ¿Cuál sería la clave para que los comunicadores sean totalmente objetivos y no alteren la realidad como muchas veces ocurre?
3. ¿Usted piensa que la forma en que las noticias de política son publicadas, desde su contenido narrativo, imágenes y titulares, pueden generar algún tipo de reacción en quienes leen la noticia?
4. ¿Cree usted que el periodista puede lograr colocar al lector en una postura determinada hacia el actual gobierno?
5. ¿Cómo se ve influenciado el periodista por la ideología del medio donde labora?
6. ¿Cuál es el porcentaje de espacio diario que tienen los temas políticos ante el resto de temas en el diario El Universo? ¿Tienen algún tipo de cláusula para su publicación?
7. ¿Cuáles cree que son los motivos por los que el diario El Universo es más vendido y confiable que otros?
8. ¿Está bien empleado el término "cuarto poder" en el periodismo actual? ¿Aún son considerados el cuarto poder?

FICHA TÉCNICA

Nombre: Héctor.

Apellido: Pérez Neme.

Profesión: Periodista de Diario El Universo.

Duración: On-line.



Estructura

Preguntas:

1. Como comunicador social ¿Cómo siente la influencia que pueden causar sus comentarios ante las masas?
2. En su opinión ¿Cuál sería la clave para que los comunicadores sean totalmente objetivos y no alteren la realidad como muchas veces ocurre?
3. ¿Usted piensa que la forma en que las noticias de política son publicadas, desde su contenido narrativo, imágenes y titulares, pueden generar algún tipo de reacción en quienes leen la noticia?
4. ¿Cree usted que el periodista puede lograr colocar al lector en una postura determinada hacia el actual gobierno?
5. ¿Cómo se ve influenciado el periodista por la ideología del medio donde labora?
6. ¿Cuál es el porcentaje de espacio diario que tienen los temas políticos ante el resto de temas en el diario El Universo? ¿Tienen algún tipo de cláusula para la publicación?
7. ¿Cuáles cree que son los motivos por los que el diario El Universo es más vendido y confiable que otros?
8. ¿Está bien empleado el término "cuarto poder" en el periodismo actual? ¿Aún son considerados el cuarto poder?

4.8 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El objetivo de este estudio es determinar cuáles son las preferencias de los lectores en cuanto a diarios guayaquileños. Para lograrlo, se realizó dicha encuesta a treinta personas y mediante sus respuestas se estableció que diario es el más leído y qué secciones son las más influyentes en las personas.

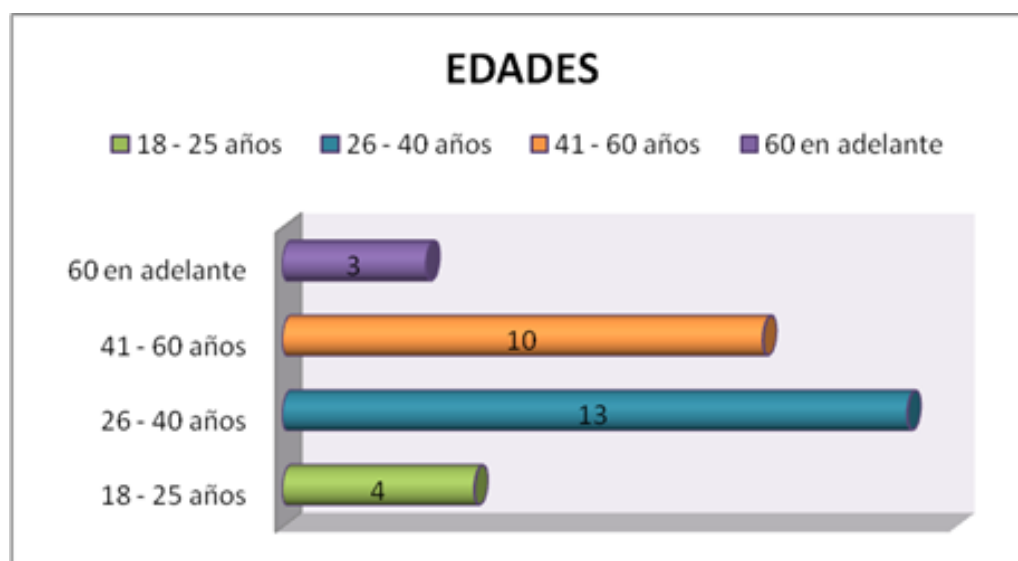


Gráfico 4 - 1 Edades

De las treinta encuestas realizadas, el rango de edad más representativo de lectores es de 26 a 40 años de edad con el 43%, seguido por lectores de 41 a 60 años con el 33%, y finalmente, la minoría se encuentra entre 18 y 25 años con el 13% y de 60 en adelante con el 10%.

1. ¿Lee usted periódicos?



Gráfico 4 - 2 Lectura de diarios.

Según los resultados de las encuestas, el 97% de las personas prefieren informarse mediante los diarios impresos y digitales de la ciudad de Guayaquil y sólo el 3% restante por otros medios de comunicación.

2. ¿Qué diarios de Guayaquil lee usted?

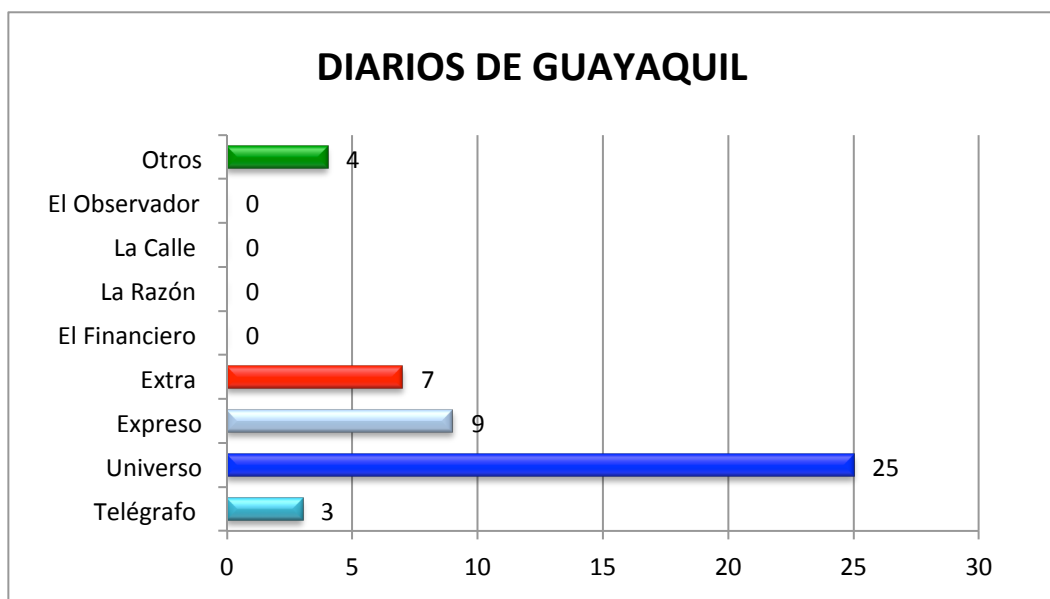


Gráfico 4 - 3 Diarios de Guayaquil.

En la investigación se eligieron los ocho diarios existentes en la actualidad, entre ellos los más leídos por los encuestados está diario El Universo con un 83%, diario Expreso con el 30%, seguido por el Extra con el 23% de lectores y el Telégrafo con 10%.

El resto de diarios de la ciudad de Guayaquil (El Financiero, La Razón, La Calle y El Observador) no obtuvieron ningún resultado de lectoría.

Por otra parte, el 13% de las personas que no leen ninguno de los diarios de Guayaquil, prefieren otros medios escritos editados fuera de la ciudad, por ejemplo el diario El Comercio de la ciudad de Quito.

3. ¿Con qué frecuencia lee los diarios?

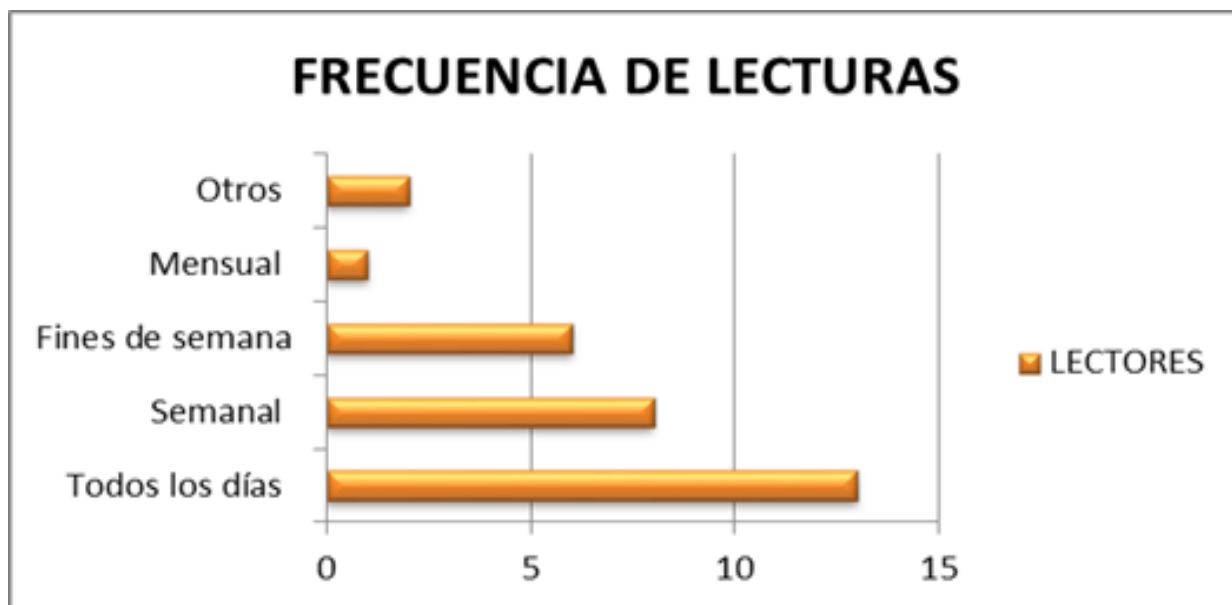


Gráfico 4 - 4 Frecuencia de lectura.

La mayoría de los lectores encuestados leen diariamente los periódicos, lo cual facilita el análisis de la capacidad que tienen los medios para llegar a la sociedad.

De los treinta encuestados, el 43% lee diarios todos los días, el 27% semanalmente y con un resultado menor, el 20% prefieren leer los fines de semana.

4. ¿Si los lee, cuál prefiere?

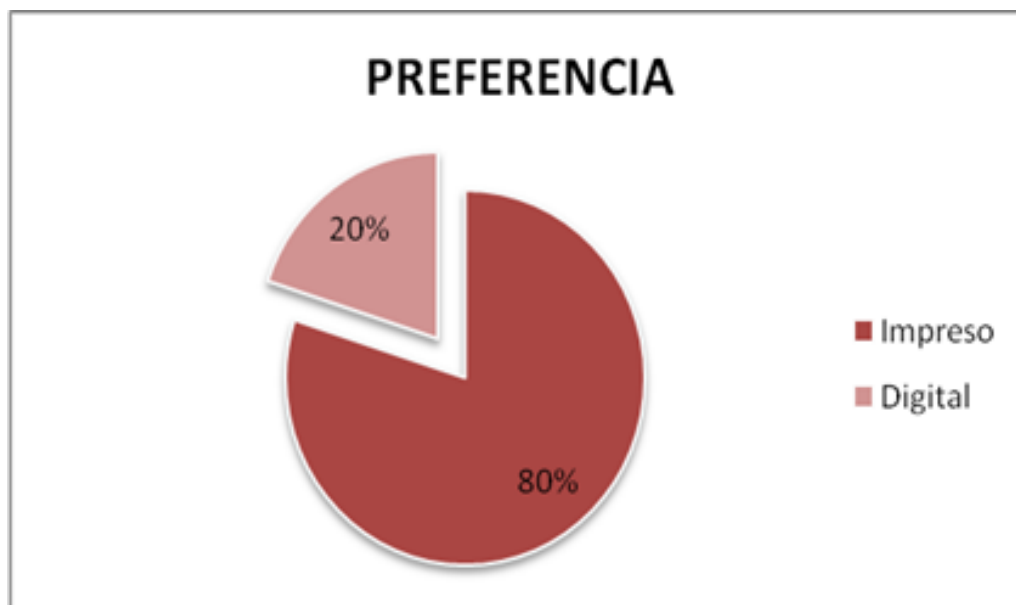


Gráfico 4 - 5 Preferencia.

En la actualidad la sociedad vive inmersa en la tecnología y depende en muchos aspectos de ella. Sin embargo, los resultados de esta investigación indican que la gran mayoría de personas que representan el 80% prefieren informarse mediante medios impresos y el 20% leer en forma digital. Esto es consecuencia del rango de edades que predomina esta encuesta, quienes aún no se familiarizan totalmente con la digitalización de la información (26 a 40 y de 41 a 60 años de edad).

5. ¿Qué secciones lee con más frecuencia?

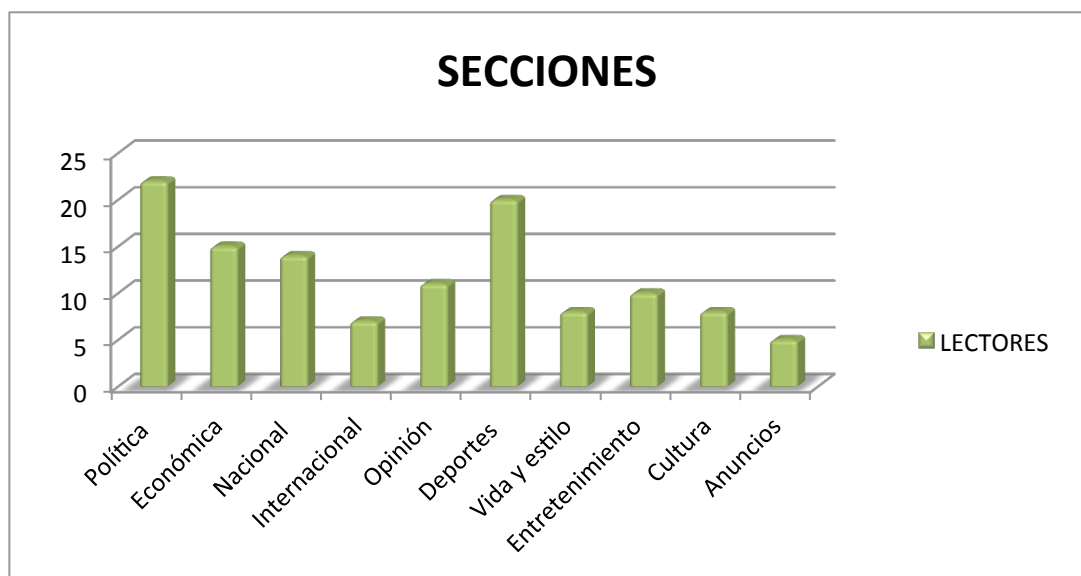


Gráfico 4 - 6 Secciones.

De las personas que leen diarios, los resultados reflejan que las secciones más leídas son: Política con el 73% y Deportes con el 67%. Esto se puede relacionar directamente con la realidad que se vive en la prensa escrita de Guayaquil, donde el espacio que se brinda a estas dos es superior al resto de secciones.

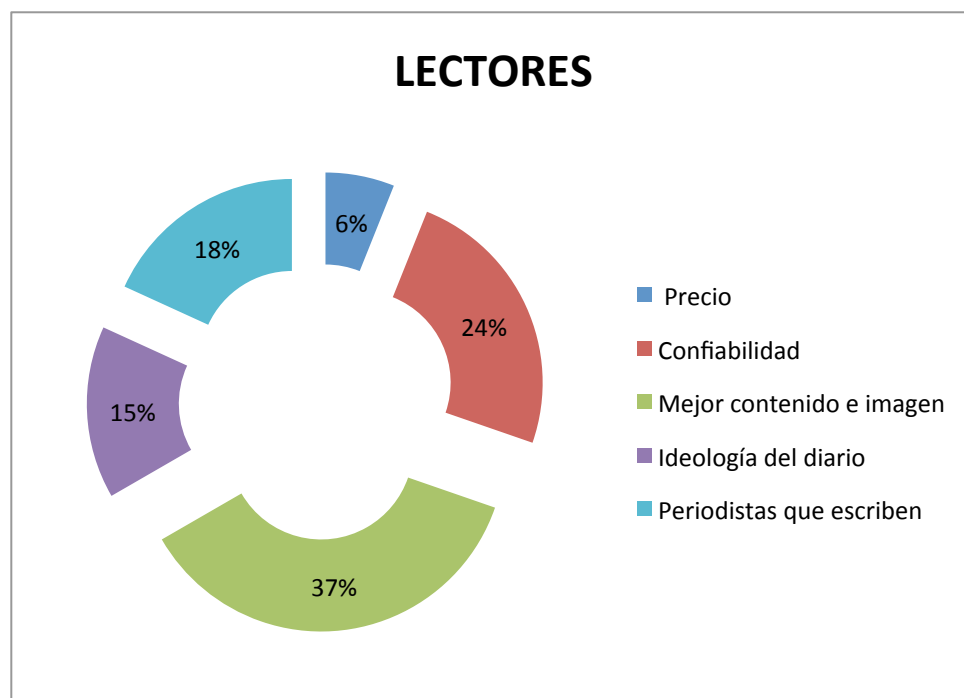
6. Especifique la razón

Gráfico 4 - 7 Lectores.

La mayoría de las personas que leen la prensa escrita, prefieren adquirir los periódicos por el mejor contenido e imagen con el 37%, seguido por la confiabilidad del medio con el 24% y otros con un porcentaje mínimo por la ideología del diario el 15 % y el precio con el 6% .

7. ¿Cómo adquiere los diarios?

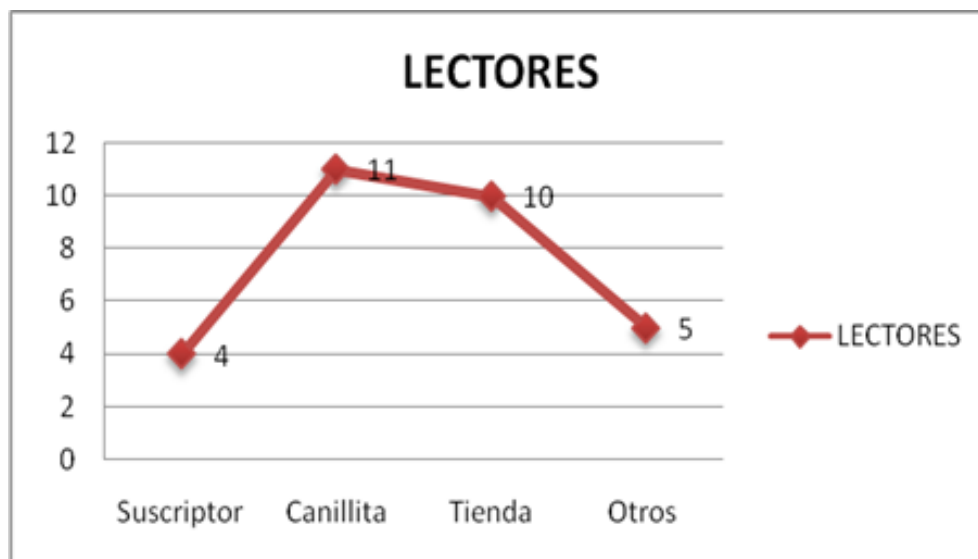


Gráfico 4 - 8 Lectores.

La mayoría de los lectores de los diarios adquieren las emisiones de la prensa escrita por canillita con el 57%, el 33% lo consiguen por tienda, un 16% lo obtienen por otros medios y solo un 13% lo adquieren por suscripción.

ENCUESTA

Después de obtener los resultados de la encuesta piloto, la que ayudó a determinar las preferencias de los lectores, se realizó una encuesta final que condujo a la deducción de cómo es la influencia de los diarios en la sociedad guayaquileña. Mediante 10 preguntas se obtuvo resultados que favorecían a ciertos diarios, pero en otras los lectores expresaron su inconformidad. El total de las encuestas es de 100 y se la obtuvo del resultado de una formula en la que se escogió a toda la población para luego seleccionar la muestra.

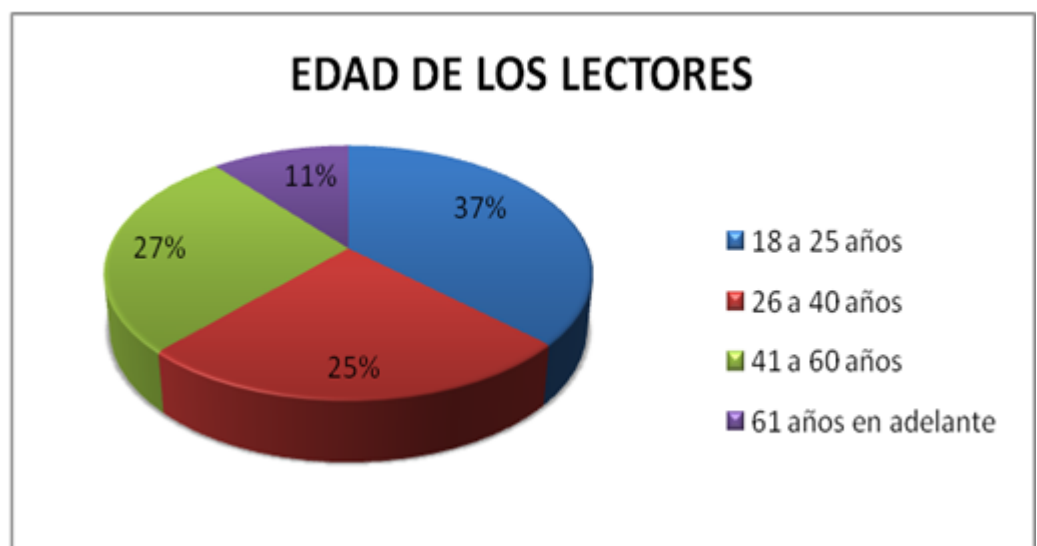


Gráfico 4 - 9 Edad de los lectores.

De las encuestas realizadas existe un rango de edad determinado de los cuales el mayor porcentaje corresponde a la edad de 18 a 25 años con el 37%, seguido de 41 a 60 años con el 27%, la cantidad de lectores disminuye con 25% en las edades de 26 a 40 años, y finalmente con un número menor están las personas de 61 años en adelante con el 11%.

1. ¿Piensa que actualmente la sociedad está dominada por los medios de comunicación?

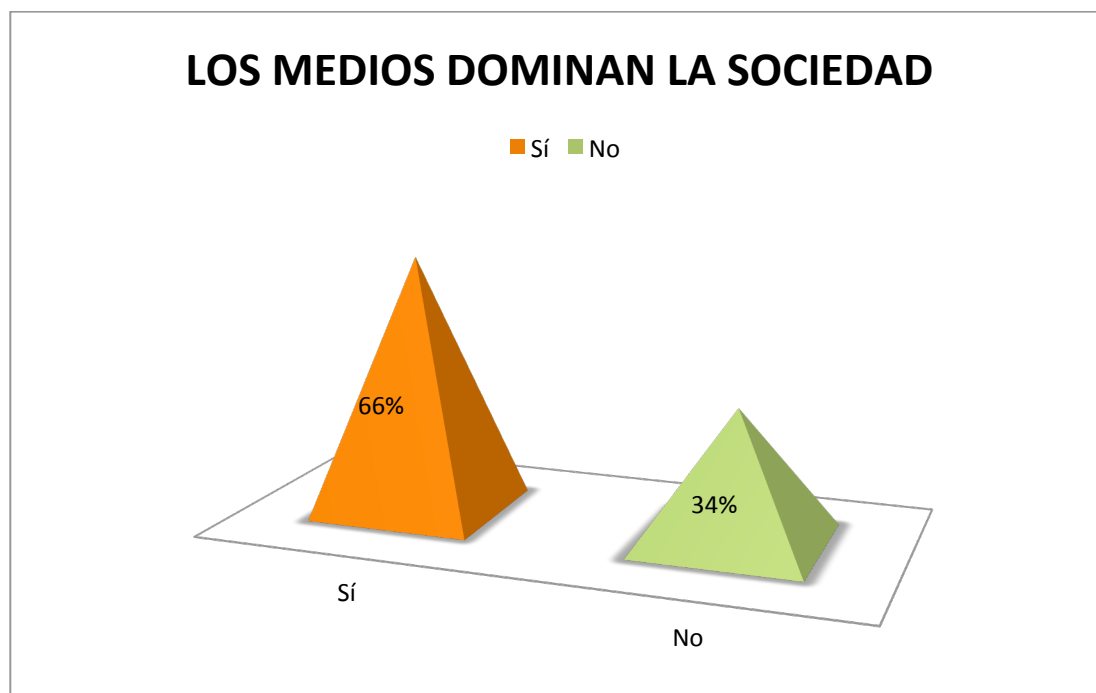


Gráfico 4 - 10 Los medios dominan la sociedad.

En la primera pregunta la mayoría de los lectores manifiestan que la sociedad actual sí está dominada por los medios de comunicación con el 66%, diferenciando a los que piensan que no con el 34%.

2. ¿Cree que los medios son considerados únicos portadores de la verdad?

Gráfico 4 - 11 Medios de Comunicación portadores de la verdad.

Los lectores encuestados discrepan en esta pregunta porque varios exclamaron que a veces los medios esconden la información y sólo presentan los que es de interés para estos medios, las negativas fueron mayores con un 78% y el 22% de lectores está de acuerdo, ellos creen que el fin de los medios es informar todos los sucesos de la sociedad.

3. ¿La prensa escrita influye en la educación y en la formación de la Opinión Pública de las personas?

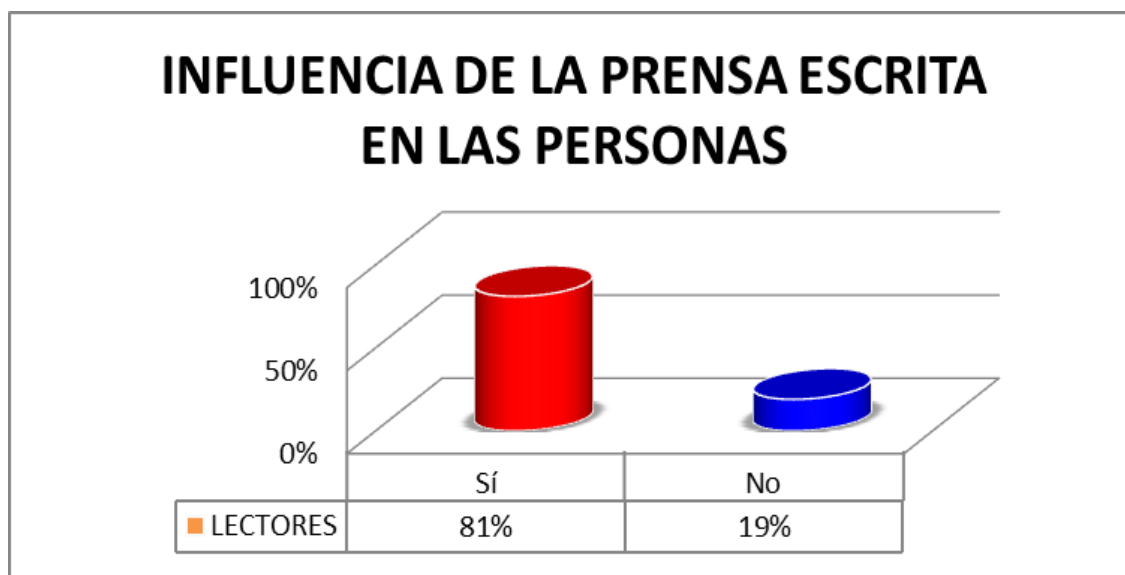


Gráfico 4 - 12 Influencia de la prensa escrita en las personas.

Los encuestados manifiestan que la prensa escrita influye en la formación de la opinión pública de las personas, dando como resultado un 81% con el sí y la diferencia cree que no interviene porque depende de la educación y la formación de cada persona.

4. ¿Cree que es seguro informarse a través de los periódicos?

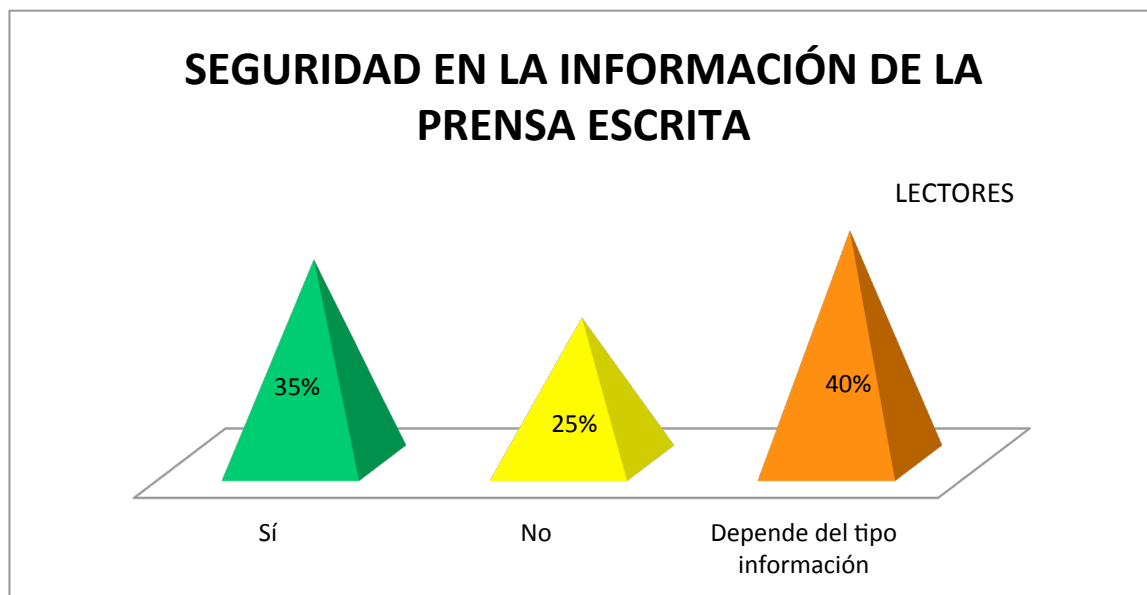


Gráfico 4 - 13 Seguridad en información de la prensa escrita.

En el gráfico se observa una variación mínima de diferencia entre los lectores, el 35% de ellos considera que es seguro informarse por la prensa escrita, el 25%, opina que no son confiables las publicaciones emitida por los diarios, y finalmente con un porcentaje mayor el 40%, cree que depende del tipo de información.

5. ¿Qué diario le parece más confiable?

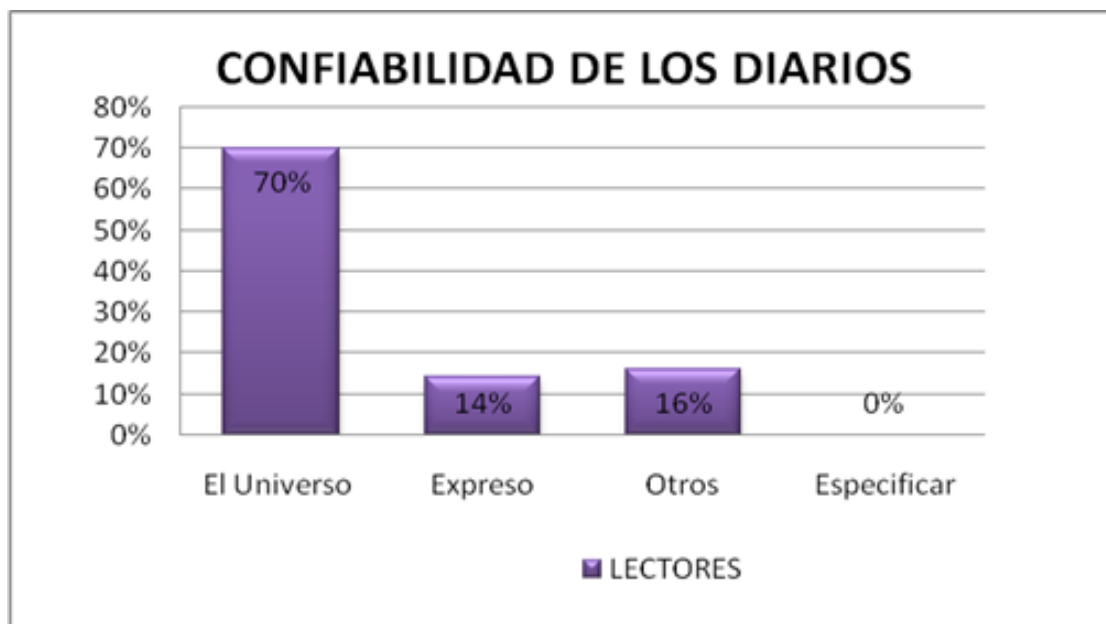


Gráfico 4 - 14 Confiabilidad de los diarios.

En este cuadro hay una diferencia abismal entre los diarios: El Universo con 70% y Expreso con 14% de la ciudad de Guayaquil, siendo el primero el más consumido y confiable para los lectores. El 16% de estas personas prefiere otros diarios como: El Telégrafo, Comercio y Hoy de Quito. Y en ciertos casos piensan que ninguno es confiable.

6. Según su criterio, ¿Cómo es la influencia de los diarios en la Opinión Pública de las personas?

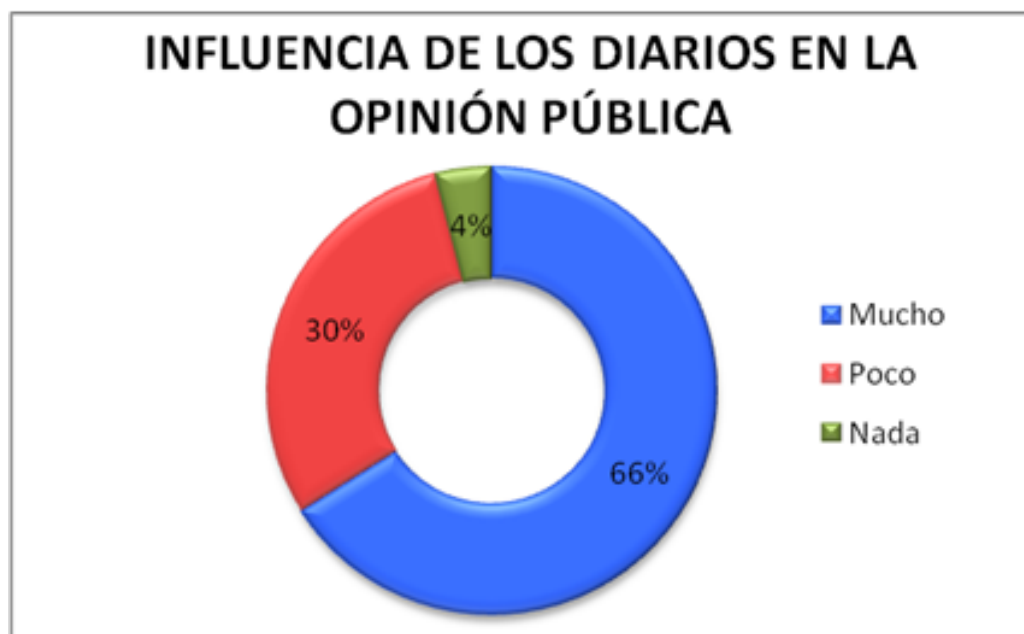


Gráfico 4 - 15 Influencia de los diarios en la Opinión Pública.

En el pastel se ve como la mayoría de las personas están de acuerdo en que los diarios influyen en la opinión de ellos. El 66% piensa que los periódicos sí son autores en la influencia de los individuos, el 30% establece que es poco y sólo el 4% opina que no influyen en nada.

7. ¿En cuál de estas secciones cree usted que influyen más los diarios?

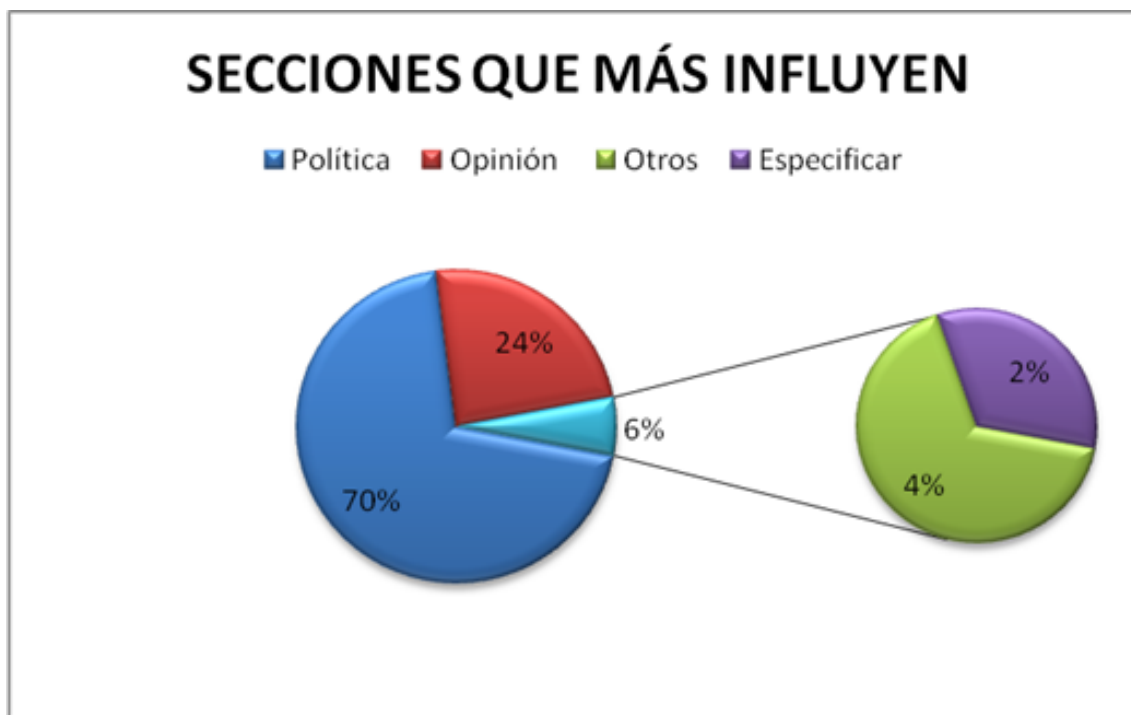


Gráfico 4 - 16 Secciones que más influyen.

La sección política obtuvo un mayor puntaje con el 70% en relación a la sección opinión con 24% y otras secciones con 4% donde especificaron su preferencia por la actualidad y ninguna sección en particular. Es decir que los lectores creen que los diarios influyen mucho en la política.

8. ¿Cómo calificaría la información sobre política que ha recibido de los periódicos?

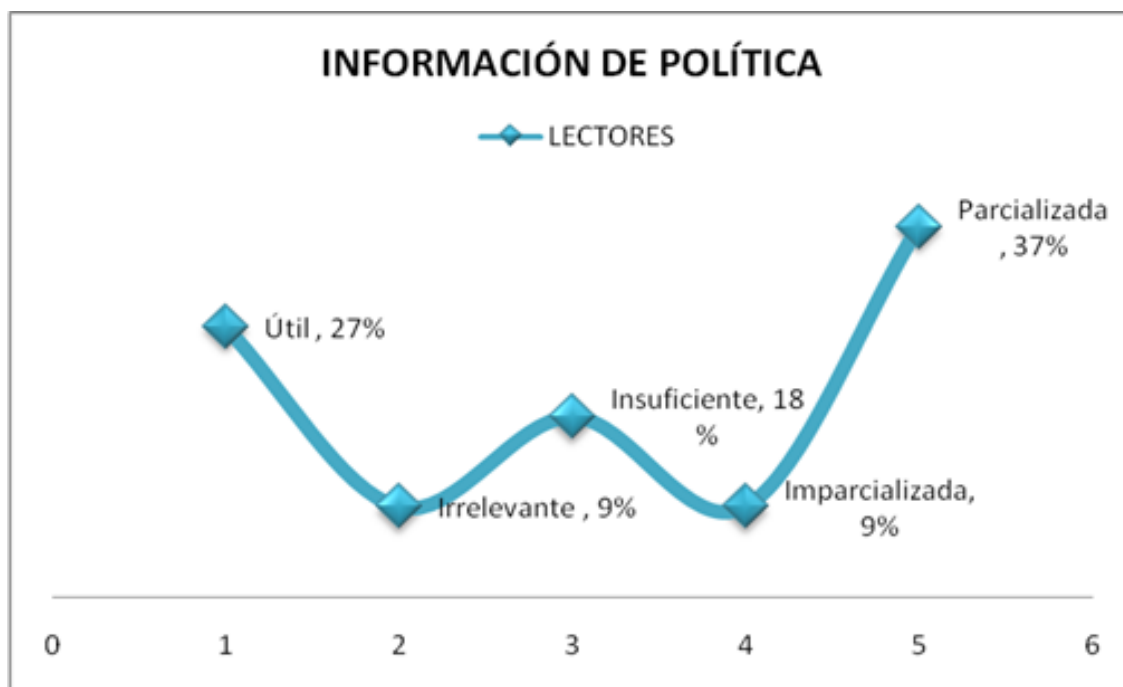


Gráfico 4 - 17 Información de Política.

El 37% de las personas concuerdan que la información de política emitida por los diarios es parcializada, a diferencia de los que creen que es útil con un 27%, el 18% piensa que es insuficiente, y el 9% dice que es irrelevante, al igual que los que eligieron imparcializada. Es decir que la información de los periódicos en la actualidad es parcializada según los resultados de las encuestas.

9. ¿La información periodística ha influido sobre su percepción de la realidad que se vive en el país?

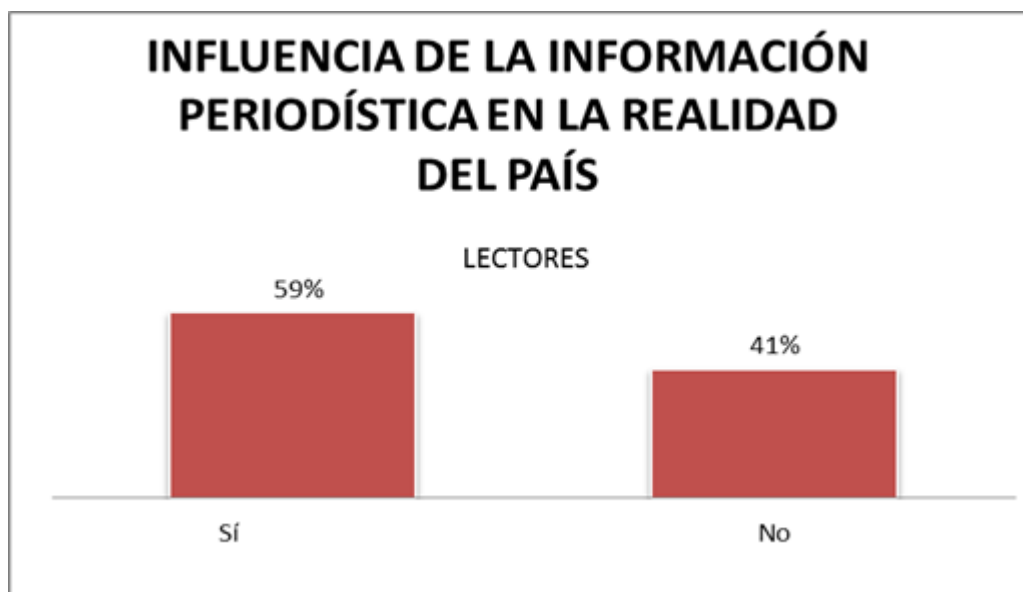


Gráfico 4 - 18 Influencia de la información periodística en la realidad del país.

Entre las personas encuestadas existe poca diferencia al creer que la información periodística ha influido sobre su percepción de la realidad que se vive en el país.

El 59% está a favor del sí y el 41% en contra de que los diarios influyen en la percepción de los lectores.

10. ¿Los diarios han influido para que usted adopte una ideología diferente sobre el actual gobierno?



Gráfico 4 - 19 Influencia de diarios en adoptar ideologías.

Según los resultados de las encuestas es mínima la diferencia entre la opinión de las personas, el 52% de la población creen que los periódicos si influyen en la ideología de cada individuo y el 48% restante piensa que no.

4.9 CITAS TÉCNICAS

Según la Lcda. Paola Ulloa, Periodista del diario El Telégrafo:

“La influencia existe y más ahora que los periodistas dejaron de ser unas iniciales en el papel del diario y pasarían a ser personas con rostros y opiniones que se publican en las redes sociales. Por ello, los comunicadores deben pensar antes de emitir un criterio, porque ellos no son más personajes anónimos”.

“La objetividad es una utopía. Eso no existe. Los periodistas son personas que tienen sentimientos y criterios. Hay comunicadores que son menos parcializados y son ellos los que ponen herramientas o argumentos para que el lector forme su criterio con respecto a un hecho noticioso y eso es valorable”.

“En los diarios tenemos noticias que confunden al lector porque el mismo hecho noticioso tiene una versión distinta en cada diario”.

“Existe esa influencia. En cada medio es distinto y eso influye en el trabajo final”.

“En el país hay generaciones enteras que crecieron leyendo El Universo o el Comercio. Ahora al diario público le toca romper hábitos de consumo y eso es muy difícil”.

En palabras del Lcdo. Guillermo Lizarzaburu, periodista del diario Expreso:

“Los diarios no es que tratamos de influir, simplemente ponemos una realidad; ahí influye en la manera que el lector escoja una cosa o escoja otra”.

“La labor del periodista es poner los hechos, y es el lector el que decide qué posición tomar. El periódico no le dice: Usted tienen que estar en contra del gobierno o a favor. No, no el diario dice: Correa dice una cosa, los opositores dicen otra cosa, los hechos son estos, la investigación que nosotros hacemos es esta y usted toma la decisión, ese es el periodismo propiamente dicho. Es decir, tú haces toda la investigación, tú haces la reportería, para que al lector le quede clara la idea”.

“Nosotros estamos obligados a rectificar porque hay una ley, no es necesaria hasta ahora la vigencia de una normativa jurídica o de una ley de comunicación, para que nosotros rectifiquemos, tenemos en el código de procedimiento penal, tenemos también sanciones cuando hacemos algo mal y están los jueces para que digan si hicimos mal o hicimos bien, son los jueces de última instancia que dictaminan si los periodistas tienen o no la razón”.

“Ahora el enfoque ha sido más político, nos han tratado de amedrentar con temas políticos”.

“Si la prensa no pusiera en la opinión pública información ustedes nos conocieran muchas cosas que al gobierno no le interesa que ustedes conozcan... ”.

“Nosotros al menos nunca hemos recibido una instrucción de ocultar una información que nos perjudica, nosotros solo hacemos periodismo”.

“La opinión pública tiene cierta manipulación y puede ser manipulada intencionalmente por el gobierno y por los medios, puede darse esos casos”.

“Nosotros siempre lo hemos publicado, porque no se puede esperar a que explote, porque si yo no lo saco hoy, lo sacará la competencia, no tiene sentido guardar algo”.

“El periodista tiene la responsabilidad, siempre tiene la responsabilidad, nosotros escribimos pero si hay una demanda es contra el periodista y el medio lo que hace es ayudar al periodista y le pone un abogado”.

“Como te va a regular los contenidos un ente, o sea te va decir lo que publiques, lo que hagas, lo que no hagas, yo tengo que darle lo que el lector merece, porque esta es una compañía, a mí me pagan porque este periódico salga, si este periódico no vende a mí no me pagan. No existiría el diario”.

“Yo no tengo que escribir lo que el gobierno quiere que yo escriba, o lo que el gobierno cree que la sociedad quiere que nosotros escribamos, yo escribo los hechos, yo escribo una realidad, porque si no escribo la realidad dejo de ser un periódico y un periódico rentable... ese contenido lo regula la audiencia, el lector, no los regula el estado, no puede regularlos nunca nadie”.

“Todo lo que sea control de contenido va en contra de los periodistas y de la libertad de expresión”.

Según el Lcdo. Washington Vizuite, Presidente de la UNP:

“Como comunicadores sociales siempre tenemos que tener presente que lo que nosotros decimos o dejamos de decir, va a influenciar determinantemente en el criterio que pueda tener el televidente, el lector o quien nos escucha”.

“El periodista maneja un producto informativo para generar una reacción en la opinión pública”.

“El periodista tiene una responsabilidad inmensa, por cómo maneja el producto informativo para entregarlo a la audiencia, al público televidente u oyente”.

“El diario El Universo es una tradición, hay personas que no lo compran porque El Universo tenga la mejor información, sino porque ya es una especie de tradición, simplemente van y no buscan otra opción”.

“Si hay que hacer una diferenciación, diario El Universo se maneja justamente como una empresa que vende solo información, mientras que el Expreso como empresa que vende la mejor información”.

“Como medio de comunicación, El Universo muestra la distorsión que se va en contra del manejo de la información porque si pudiéramos hablar políticamente ellos también direccionan la información”.

“El Expreso y El Universo tienen su línea editorial, en esa línea lo que hacen es simplemente determinar qué información sale y que no, o como sale”.

“La línea editorial determina qué tipo de intereses son los que estamos buscando”.

“Lo que se juzgó y se sentenció a diario El Universo es la ley. Fundamentándonos en eso: Si hubo una sentencia es porque actuaron mal”.

“Los medios crearon la nueva Ley de Comunicación Nacional”.

“No se puede aprobar la Ley de Comunicación porque hay grandes intereses de por medio”.

“Los medios son los que determinan como debe de reaccionar su público”.

Según la Lcda. Katherine Mendoza, Editora de la sección política del diario El Universo:

“En las noticias no comentamos ni opinamos, pero evidentemente las informaciones tienen influencia en el lector porque dan elementos de valor para que pueda formarse un criterio sobre los hechos”.

“La clave está en cada uno de nosotros, en la atención con la que debemos cumplir nuestro trabajo, presentando la información de manera ecuánime, es decir incluyendo todas las versiones y protagonistas, dando contexto, antecedentes, procurando no involucrarnos”.

“En el momento en que una información es cercana a un reportero y si él siente que no podrá escribir sin ser parte de ella (nosotros no somos la noticia) creo que lo más honesto es que pida que otra persona haga la cobertura. Se altera la realidad no sólo cuando no se es objetivo sino cuando la reportería está hecha a medias o cae en el sensacionalismo, pero no me atrevería a decir que está ocurriendo muchas veces como se sostiene en el planteamiento de la pregunta”.

“Creo que todos los géneros periodísticos causan una reacción que puede ser positiva o negativa, según cómo se sienta afectado el lector”.

“Los periodistas informan hechos, no manejan informaciones a favor o en contra de personas, gobiernos, instituciones, etc.”

“Este diario es pluralista, es decir acepta, reconoce y tolera la existencia de diferentes posiciones o pensamientos”.

“Los temas de política nacional se manejan en Actualidad y los de política local en Gran Guayaquil. Los espacios dependen de la importancia de la información generada”.

“Creo que el factor que más influye para que una persona quiera informarse en determinado medio es precisamente la confiabilidad, sentir que el contenido está totalmente apegado a la realidad y sin cargas. Noticias claras y confirmadas”.

“Los medios de comunicación no son un poder, son un medio por el que la ciudadanía se mantiene informada”.

Según el Lcdo. Héctor Pérez Neme, Periodista del diario El Universo:

“Los comentarios y/o opiniones siempre serán subjetivos”.

“En la universidad siempre nos dicen que seamos objetivos, esa teoría es válida cuando realizas algún ensayo o tutoría para alguna materia; pero cuando estás en el lugar de los hechos o realizas el trabajo de campo, la objetividad no existe, lo que existe es neutralidad; siempre las noticias tendrán una carga subjetiva, porque los redactores

somos humanos, sentimos, vemos, nos damos cuenta, analizamos, evaluamos algún hecho y lo redactamos; lo que no podemos hacer es parcializarnos, siempre hay que buscar un equilibrio, pero la objetividad no existe, porque los redactores no somos robots ni máquinas”.

“El periodista debe ser minucioso y cauteloso de redactar lo más entendible posible para que no existan mal interpretaciones, siempre apegado a la realidad”.

“Lo importante de las noticias es que sirven para generar la opinión pública y el debate social”.

“Cada periodista es un mundo diferente, cada uno tiene su propia ideología; el medio lo que hace es poner las políticas nada más y el periodista debe basarse en aquello”.

“El tamaño o espacio de las noticias dependerá de la coyuntura o relevancia”.

“Si bien es cierto, en la constitución, la prensa no está definida como un poder del estado; los poderes reconocidos son el Legislativo, Judicial y Ejecutivo; sin embargo, por su influencia en todos los ámbitos es que a la prensa se la considera como el cuarto poder, pero en los actuales días, considero que la prensa como tal ha quedado relegada de ese "poder”.

4.10 CONCLUSIONES

- De los ocho diarios de la ciudad de Guayaquil, el diario El Universo es el más leído debido a la confiabilidad que ha ganado a través de sus años de experiencia, sin embargo, existen lectores de periódicos que piensan que ninguno es confiable pero informarse mediante ellos es inevitable.

- Las secciones más leídas de los diarios guayaquileños son Política y Deportes, lo cual se ve reflejado en los temas más hablados por las personas que habitan en la ciudad de Guayaquil.
- Los lectores de diarios conocen la influencia que estos ejercen en el ámbito educativo de una sociedad ya sea de forma negativa o positiva. Pero la realidad es otra; el objetivo principal de los periódicos más importantes de la ciudad no es educar, sino informar para vender.
- La opinión pública es formada principalmente por los diarios, la influencia que generan mediante sus contenidos se ve reflejada en la ideología de las personas que conforman una sociedad, quienes de cierto modo se llegan a sentir dominados al percibir que los temas a tratar son impuestos por el medio.
- El tratamiento de temas políticos de parte de la prensa escrita es claramente parcializada en su mayoría, pero a pesar de esto los lectores continúan adquiriendo estos diarios.
- Los lectores aceptan que los diarios influyen en el pensamiento y decisiones del público, pero no son conscientes de que son estos medios quienes han creado sus posiciones ante temas políticos que se viven en la actualidad. Esto demuestra una ofuscación de parte del público al no poder diferenciar o identificar el momento justo en el que el medio intenta colocarlos en cierta posición.



CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este proyecto se hizo un estudio sobre la influencia que ejercen los medios escritos de la ciudad de Guayaquil en la formación de la opinión pública. Para ello, se tomaron en cuenta dos actores que permitieron determinar el grado de influencia y los responsables de la misma. Uno de ellos son los medios escritos y el otro está conformado por la audiencia en general. Desde la presentación de los antecedentes hasta el estudio de la comunicación de masas se pudo establecer que los diarios de Guayaquil tienen intereses fuertes que son decisivos a la hora de editar y publicar un escrito.

5.1 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Esta investigación tiene como alcance realizar un estudio sobre la influencia que tiene la prensa escrita en la opinión pública de las personas de la ciudad de Guayaquil, tomando en consideración el criterio de los lectores, los periodistas y la ideología de los medios.

En el estudio no se encontraron previas investigaciones que sustenten o aporten con información y cifras numéricas sobre la influencia de la prensa escrita en la opinión pública.

En este proyecto es importante recalcar que existe una delimitación temporal, el proceso para realizar el proyecto tuvo una duración de tres meses, lo que dificultó hacer un análisis exhaustivo de la influencia que ejerce la prensa escrita en la sociedad guayaquileña, además del análisis de las diversas formas en que los diarios tratan de persuadir a los lectores.

Para desarrollar el análisis del proyecto es necesario un estudio del universo que en este caso es la prensa escrita de la ciudad de Guayaquil, pero por ser demasiado amplio se dificultó la investigación, por este motivo se define la población conformada por lectores y directores de los medios. Para obtener la muestra se tomó en cuenta un promedio de treinta personas de la ciudad, a la que se llamó prueba piloto que abarcó la edad, preferencia de diarios y secciones de los lectores, así se definieron los diarios a investigar. En la siguiente encuesta se determinó la cantidad de lectores mediante una formulación matemática.

Otra limitación de la investigación fue la falta de disponibilidad de tiempo por parte de los representantes de cada medio, generando un retraso en el desarrollo del proyecto. Además la postura que cada entrevistado presentó a favor de la empresa dificultó los resultados del estudio, porque al depender laboralmente de un medio se ven reprimidos y no comentan lo que realmente sucede, por el compromiso laboral que tienen con el medio.

5.2 CONCLUSIONES

- La comunicación ejercida por el periodismo es una ventana hacia la sociedad, los medios de comunicación son quienes ajustan esa realidad para mostrarla a sus lectores no sólo con el fin de informar, sino de moldear conductas y generar acciones que favorezcan a la construcción de una sociedad deseada.
- La responsabilidad de los periodistas representa un peligro para las sociedades en caso de ser mal utilizada. La información que ellos inyecten dentro de masas puede tener repercusiones graves debido al alto número de personas sin un criterio formado y de fácil manipulación.

- Entre los medios de comunicación, la prensa escrita es uno de los medios con mayor autoridad en la formación de juicios de cada persona. Mediante la escritura se establecen comentarios, críticas y posiciones que son fragmentos propios de la opinión pública, pero que al quedar escritas perdurarán en el tiempo más que cualquier otro medio de comunicación.
- El marco teórico cubrió la relación directa que existe entre el Periodismo y Opinión Pública, lo que permitió establecer las dimensiones pertinentes para el desarrollo de la investigación y así poder conceptualizar operacionalmente la variable que responde a la hipótesis planteada.
- La selección de las dos unidades de investigación basadas en un diseño exploratorio descriptivo fueron oportunas, dado que permitieron indagar sobre los factores influyentes en la opinión pública de un sector determinado.
- Los diarios seleccionados elaboran mensajes mediáticos con el fin de captar la atención del público y responder a intereses lucrativos. Cada información emitida por estos medios, por muy disimulada que sea, tiene una intencionalidad específica que nace de la tendencia de cada medio.
- La objetividad en el periodismo es una utopía, lo que convierte a esta profesión en una actividad ardua que para lograr ser un periodismo sólido y de calidad, debe mantener el compromiso absoluto hacia la búsqueda de la verdad. Pues mediante sus escritos, el criterio de la opinión pública de una sociedad se ve influenciado de manera determinante, independientemente de su autenticidad.

- Existen dos formas distintas de tratar la información, lo cual se establece por los intereses de cada medio: unos se limitan a vender información con el único fin de lucrarse y otros se destacan por vender información de calidad que informe y eduque al lector.
- Ciertos diarios tienen mayor popularidad y en algunos casos se debe al concepto errado que manejan los lectores entre confiabilidad y tradición. Como consecuencia de ello, unos son más adquiridos que otros sin que se le dé el protagonismo a la información que se presenta en sus publicaciones.
- De los diarios analizados en el estudio, el diario El Universo es el más leído por su “confiabilidad” obtenida a través de sus años en el mercado guayaquileño. No obstante, existen lectores de periódicos que aseguran que ninguno es confiable pero informarse mediante ellos es inevitable.
- Los lectores de diarios conocen la influencia que estos ejercen en el ámbito educativo de una sociedad ya sea de forma negativa o positiva. Pero la realidad es otra; el objetivo principal de los periódicos más importantes de la ciudad no es educar, sino informar para obtener fines de lucro y subsistir como empresa.
- La opinión pública es formada principalmente por los diarios, la influencia que generan mediante sus contenidos se ve reflejada en la ideología de las personas que conforman una sociedad, quienes de cierto modo se llegan a sentir dominados al percibir que los temas a tratar son impuestos por el medio, a pesar de esto los lectores continúan adquiriéndolos y así pasan a compartir la culpa de que esto continúe.

- Los lectores aceptan que los diarios influyen en el pensamiento y decisiones del público, pero no son conscientes de que son estos medios quienes han creado sus posiciones ante temas políticos que se viven en la actualidad. Esto demuestra una ofuscación de parte del público al no poder diferenciar o identificar el momento justo en el que el medio intenta colocarlos en cierta posición.
- La hipótesis fue comprobada, mediante las bases teóricas y la metodología de investigación.

5.3 RECOMENDACIONES

- En futuras realizaciones de este tipo de investigación exploratoria-descriptiva que involucre a personas, es necesario contar con un vasto tiempo con el fin de obtener resultados más confiables.
- Para ello es importante considerar posibles indagaciones a otros contextos sociales, culturales y comunicacionales en los que se desenvuelve el objeto de estudio, que permitirán tener un conocimiento detallado de la realidad en la que viven determinados grupos sociales.
- Es indispensable construir un periodismo que tenga como objetivo principal educar a la sociedad y no sólo mantenerla informada. Para lograrlo es necesario penetrar en los estudiantes de comunicación y concientizarlos del poder que ejercen las publicaciones de los diarios, enfatizando que la interpretación de los mensajes es generada a través de la intencionalidad del escritor.

- Se recomienda a los medios de comunicación promover la preparación profesional de su equipo laboral. De esta manera se evitarán o disminuirán las falencias e inexactitudes en las publicaciones u opiniones que emita el medio. Así se garantizará una mejor calidad de contenido tanto en la investigación como al publicar una información, al seguir los parámetros éticos y profesionales que requiere un periodismo respetable.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. Valentín, Justel. “La influencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea.” En el URL <http://www.mundoculturalhispano.com/spip.php?article1108> Consultado en línea el 27/06/2013.
2. Pasquiali, Antonio. “Comprender la Comunicación.” Monte Ávila Editores. Caracas, 1979, pp. 36.
3. Vargas, Mario. <http://marcespin.com/2012/02/25/que-es-el-periodismo/>. Citado por Marc Espín. Extraído el 27 de Junio del 2013.
4. Pasquiali, Antonio. “Comprender la Comunicación.” Monte Ávila Editores. Caracas, 1979, pp. 36.
5. Mattelart, Armand. “Historia de las teorías de la comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 123.
6. Mattelart, Armand. Historia de las teorías de la comunicación. Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 126.
7. Mattelart, Armand. Historia de las teorías de la comunicación. Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 16.
8. Oliva, Carlos. Hegel. “Ciencia, experiencia y fenomenología.” En el URL http://unam.academia.edu/CarlosOlivaMendoza/Books/1094156/Hegel._Ciencia_y_experiencia_y_fenomenologia. Consultado en línea el 11/03/2012.
9. Kaplún, Mario. “Una pedagogía de la comunicación.” Editorial de la Torres, 1ra edición. Madrid, 1998, pp. 41.
10. Atom. “Sociología de la comunicación.” En el URL <http://sociedadhibrida.blogspot.com/2008/03/conceptos-bsicos-de-sociologa-de-la.html>, consultado en línea el 4/06/2012
11. García Canclini, Néstor. “Desarrollo organizacional. Aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización.” En el URL: <https://sites.google.com/site/sociologiadelacomunicacion/>. Consultado en línea el 6/08/2012.

11. Fundación Foessa. “Estudios sociológicos sobre la situación social de España.” 1975, pp. 1054.
12. Gilbert, Jorge. “Introducción a la Sociología.” Edición LOM Maturana 9-13. Santiago de Chile, 1997, pp. 472.
13. Thompson, John. “Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 55.
14. McLuhan, Marshall. “Comprender los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 1. Barcelona, 1996, pp. 85.
15. Mattelart, Armand. “Historia de las teorías de la comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 28.
16. Villamarín, José. “Síntesis de la historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo.” Editorial Radmandí. Ed. 1. Quito, 1997, pp. 36.
17. Thompson, John. “Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 51
18. Villamarín, José. Síntesis de la historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo. Editorial Radmandí. Ed. 1. Quito, 1997, pp. 52.
19. Mattelart, Armand. “Historia de las teorías de la comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 42.
20. Wright, Charles. “Comunicación de masas.” Editorial Paidós. Ed. 2. Buenos Aires, 1969, pp. 15.
21. Thompson, John. “Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 44.
22. Thompson, John. Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 1997, pp. 47.
23. Muñoz, Blanca. “Sociología de la comunicación de masas.” En el URL http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/textos/blanca_munoz_sociologia_masas.htm. Consultado en línea el 25/03/2012.
24. Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. Editorial Tusquets. Ed. 1. México, 1995, pp. 56.
25. Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. Editorial Tusquets. Ed. 1. México, 1995, pp. 61.

26. Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. Editorial Tusquets. Ed. 1. México, 1995, pp. 57.
27. Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. Editorial Tusquets. Ed. 1. México, 1995, pp. 57.
28. Tylor, Edward Burnett. “Cultura primitiva. los orígenes de la cultura.” Editorial Ayuso. Barcelona, 1871, pp. 387.
29. Sardar, Ziauddin. Van Loon, Borin. “Estudios Culturales.” Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 2011, pp. 7.
30. Sardar, Ziauddin. Van Loon, Borin. Estudios Culturales. Editorial Paidós. Ed. 2. Barcelona, 2011, pp. 9.
31. Gómez Vargas, Héctor. “Los estudios culturales y los estudios de la comunicación.” Revista Razón y Palabra. México, pp. 7.
32. Sierra. “introducción a la teoría de la comunicación educativa” mad, Sevilla 2000, pp. 22.
33. Galindo Cáceres, Luis. “técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.” Editorial, 1998, pp16.
34. Muñoz, Blanca. Theodor W. “Adorno: Teoría Crítica y Cultura de Masas.” Omagraf, S. L. Primera edición. España, 2000, pp. 145.
35. Larios, Vannesa. AperteRie: Revista Filosófica. En el URL: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/larios38.pdf>. Consultado en línea 20/08/2012. Consultado en línea el 9/03/2012.
36. Leyva, Gustavo. Alarcón, Víctor. “La Teoría crítica y las tareas actuales de las críticas.” pp. 77.
37. Muñoz, Blanca. Theodor W. Adorno: Teoría Crítica y Cultura de Masas. Omagraf, S. L. Primera edición 2000. España, pp 213.
38. Dubiel, Helmut. La Teoría Crítica: Ayer y Hoy. Edición Plaza y Valdés. S. A. Primera edición Enero del 2000. México, pp 12
39. Dubiel, Helmut. “La Teoría Crítica: Ayer y Hoy.” Edición Plaza y Valdés. S. A. Primera edición. México, 2000, pp. 12.
40. Lippmann, Walter. “La opinión pública.”Harcourt. Nueva York, 1922, pp. 29.

41. Cohen, Bernard. "La prensa y la política exterior". Hartcourt. Nueva York, 1963, pp. 13.
42. Bernard C. Cohen. "The Press and Foreign Policy." Princeton University press, Princeton, N. J., 1963, pp. 120.
43. López Escobar, Esteban; McCombs, Maxwell y Rey, Federico: "La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda- setting." Comunicación y Sociedad vol. IX, n. 1 y 2, 1996, pp. 39-65.
44. Villamarín, José. "Síntesis de la historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo." Editorial Radmandí. Ed. 1. Quito, 1997, pp. 46.
45. Witt, Leonard. Seoane, Francisco. "Periodismo del futuro." Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. No. 91. Ecuador, 2009, pp. 29.
46. Buitrón, Rubén. Astudillo, Fernando. "Periodismo por dentro." Editorial Quipus. Ed. 1. Quito, 2005, pp. 134.
47. Buitrón, Rubén. Astudillo, Fernando. Periodismo por dentro. Editorial Quipus. Ed. 1. Quito, 2005, pp. 34.
48. Acosta, José. "Periodismo y literatura." Editorial Guadarrama. Ed. 1. Madrid, 1973, pp. 54.
49. S/N. "Periodismo mundial." En el URL <http://periodismomundial.grilk.com/hdelpmundial.htm>. Consultado en línea el 10/03/2012.
50. Delgado, Gloria. "Estructuras política, económica y social." Segunda edición. México, pp. 118.
51. Wright, Mills (1963:292), citado por Báez, Carlos. "La comunicación efectiva." Primera edición. República Dominicana 2000, pp. 77.
52. Acosta, Rubén. Gestión Y Administración De Las Organizaciones Deportivas. Primera edición. Editorial Paidotribo, España, 2005, pp. 120.
53. Rubio, José M. "Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting." Gaceta de la antropología. En la URL: http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html. Consultado en línea el 20/08/12.

54. Censo de Población y vivienda. En la URL:
http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=167%3Acpvinformacion&catid=53%3Adestacados&Itemid=3&lang=es

Consultado en línea el 21/08/2012.

Visitas de campo

- Diario El Universo
- Diario El Expreso
- Unión Nacional de Periodistas Núcleo del Guayas



ANEXOS

CASOS: EL UNIVERSO – EXPRESO

Jueves 02 de junio del 2011 Política

Gobierno ataca a este Diario con caso juzgado hace 19 años

El gobierno de Rafael Correa resucita la polémica que surgió en torno a la construcción de la Terminal Terrestre de Guayaquil en la década de 1980, toda vez que al año y medio de su inauguración registró falencias estructurales, pese a que han pasado casi 20 años desde que el tema fue sepultado por los tribunales del país.

Lo hace a través de publicaciones en medios estatales y oficialistas y mediante las acusaciones de varios funcionarios públicos, que aseguran que en la edificación de la obra hubo un negociado, detrás del cual estuvo la familia Pérez, propietaria de EL UNIVERSO.

La controversia asomó luego de la entrega provisional del proyecto (en 1984) y en su momento fue objeto de análisis de la Contraloría, el Ministerio Público y la entonces llamada Corte Suprema de Justicia (CSJ).

Fotos



Ampliar imagen

"Cobardemente se mofan de una persona fallecida (Carlos Pérez Perasso) que no puede defenderse", dijo su hijo César Pérez Barriga, sobre la caricatura con que diario El Telégrafo se refirió al caso de las losetas de la Terminal Terrestre.

Anexo 0 - 1 - Caso Terminal Terrestre



Presidencia de la República del Ecuador

[INICIO](#)
[PRESIDENCIA](#)
[GABINETE](#)
[PALACIO](#)
[PRENSA](#)
[BLOG](#)

El Universo, señalado por atraco al Estado en construcción de Terminal Terrestre de Guayaquil (PRESENTACIÓN Y VIDEO)

Miércoles, 01 de Junio de 2011 20:28 [admresi](#)

Guayaquil (Guayas).- El Estado fue perjudicado en 7000 millones de sucres (100 millones de dólares) en la construcción de la Terminal Terrestre de Guayaquil, en 1978, pero el caso quedó en la impunidad.

La información desempolvada por diario El Telégrafo el pasado 3 de mayo, sirvió para que la Comisión de Tránsito del Guayas (CTG) emprenda una investigación al respecto. Este estudio está a cargo de Antonio García, quien informó sobre los pormenores de este atraco que imposibilitó la operación completa de la terminal que sirve a miles de ecuatorianos diariamente.

Según los primeros alcances de la investigación, la familia Pérez Barriga, propietarios del diario El Universo, y los propietarios de la cadena Univisa, al parecer, formaron parte de este "negociado" que perjudicó al país. Los materiales que se utilizaron en la construcción no fueron de calidad, por lo tanto, la segunda planta de la infraestructura se vino a bajo antes de la entrega oficial del edificio.

Anexo 0 - 2 - Caso Terminal Terrestre



Anexo 0 - 3 - Caso Terminal Terrestre

Jueves 30 de agosto del 2012 | 15:52 Política

Emilio Palacio: Mi asilo es un respaldo a la libertad de expresión en Ecuador

EFE-Redacción | MIAMI, EE.UU.

El periodista ecuatoriano Emilio Palacio, condenado por injurias al presidente Rafael Correa, anunció hoy que Estados Unidos le concedió asilo político y calificó la decisión a su favor como un "firme respaldo" a la libertad de expresión en Ecuador.

"Tenemos el honor de informar que el Servicio de Ciudadanía e Inmigración de EE.UU. (USCIS, por su sigla en inglés) ha otorgado el asilo político a mi cliente, el señor Emilio Palacio", dijo la abogada del periodista, Sandra Grossman, en una conferencia de prensa.

El anuncio del asilo fue negado por el canciller de Ecuador, Ricardo Patiño, quien indicó a un medio digital de comunicación que Estados Unidos no le ha dado asilo a Palacio.

Fotos

MIAMI. Emilio Palacio junto a sus abogados Jorge Alvear (i) y Sandra Grossman, durante el anuncio del asilo concedido al periodista por ser perseguido político.

Anexo 0 - 4 - Caso Emilio Palacio

domingo 06 de febrero del 2011

Columnistas

**Emilio Palacio**
epalacio@eluniverso.com

NO a las mentiras

Esta semana, por segunda ocasión, la Dictadura informó a través de uno de sus voceros que el Dictador está considerando la posibilidad de perdonar a los criminales que se levantaron el 30 de septiembre, por lo que estudia un indulto.

No sé si la propuesta me incluya (según las cadenas dictatoriales, fui uno de los instigadores del golpe); pero de ser así, lo rechazo.

Comprendo que el Dictador (devoto cristiano, hombre de paz) no pierda oportunidad para perdonar a los criminales. Indultó a las mulas del narcotráfico, se compadeció de los asesinos presos en la Penitenciaría del Litoral, les solicitó a los ciudadanos que se dejen robar para que no haya víctimas, cultivó una gran amistad con los invasores de tierras y los convirtió en legisladores, hasta que lo traicionaron. Pero el Ecuador es un Estado laico donde no se permite usar la fe como fundamento jurídico para eximir a los criminales de que paguen sus deudas. Si cometí algún delito, exijo que me lo prueben; de lo contrario, no espero ningún perdón judicial sino las debidas disculpas.

Lo que ocurre en realidad es que el Dictador por fin comprendió (o sus abogados se lo hicieron comprender) que no tiene cómo demostrar el supuesto crimen del 30 de septiembre, ya que todo fue producto de un guión improvisado, en medio del corre-corre, para ocultar la irresponsabilidad del Dictador de irse a meter en un cuartel sublevado, a abrirse la camisa y gritar que lo maten, como todo un luchador de cachacascán que se esfuerza en su show en una carpa de circo de un pueblito olvidado.

Anexo 0 - 5 - Caso Emilio Palacio

jueves 27 de agosto del 2009

Columnistas

**Emilio Palacio**
epalacio@eluniverso.com

Camilo, el matón

Los pelucones de Alianza PAIS son como su Jefe: gritan, insultan, pero mandan a otro a que muerda.

Al menos el inefable Alberto Acosta peleó alguna vez en las calles por lo suyo. Camilo Samán en cambio vivió siempre en la burbuja de los aniñados, de fiesta en fiesta, agarrado de algún amigo que lo ayude a sobrevivir en su cómoda vida en la vía a Samborombón.

Por eso el matón Samán no fue ayer a las instalaciones de este Diario para reclamar. Mandó a sus guardaespaldas. A los de abajo, a señoras que no tenían ni idea de qué hacían allí. Él, como buen pelucón, permaneció a buen recaudo, esperando a que le reportaran por teléfono.

¿Pero qué hay detrás de todo esto? Ustedes ya lo saben. Es la desesperación de un hombre que de la noche a la mañana se convirtió en un revolucionario próspero y al que, claro, le molesta que la prensa le diga las verdades.

Es la desesperación de un Gobierno corrupto que quiere desviar la atención y sembrar el pánico. Para que nadie hable más de Fabricio Correa. Que no se hable del Mono Jojoy. Que no se diga nada de sus vacaciones en Cuba, de las casas que vuelan, de su jet privado, de su chef belga, de su jacuzzi en el Ministerio del Litoral.

Anexo 0 - 6 - Caso Emilio Palacio

Domingo 12 de agosto del 2012

Política

En Carondelet, Rafael Correa posó con hijo y nietos de Abdalá Bucaram

No son fotografías de eventos públicos ni están los dos solos, como replicó el régimen en una cadena oficial de televisión emitida en esta semana.

Las gráficas que exhibe el legislador roldosista Abdalá Dalo Bucaram Pulley junto al mandatario Rafael Correa, como prueba de que sí existió un acuerdo político, fueron captadas en una oficina privada contigua al despacho presidencial.

Y hasta aparecen sus hijos: Dalia, María Gabriela y Dalito Bucaram Pazmiño.

Para el Gobierno, las fotos no demuestran pacto alguno para traer de vuelta al exmandatario Abdalá Bucaram Ortiz, asilado en Panamá desde 1997.

El propio presidente lo ha negado argumentando que él no recoge "basura".

Sin embargo, la cercanía entre Correa y el PRE data de la campaña de la segunda vuelta del 2006 en la que Bucaram Ortiz manifestó su adhesión a las tesis del entonces candidato.

El exmandatario lo conocía desde la adolescencia porque fue su profesor de Educación Física en el colegio San José La Salle de Guayaquil.



Relacionadas

» 12 AGO 2012
Demandas se alistan por cadena del Gobierno

Anexo 0 - 7 - Caso Bucaram Pazmiño

Miércoles 15 de agosto del 2012

Política

Denuncia del Gobierno contra Dalo Bucaram podría quitarle sus hijos

El Consejo de la Niñez y la Adolescencia (CNA) presentó ayer una denuncia en contra de los asambleístas Abdalá Bucaram Pulley y Gabriela Pazmiño, y contra el director de EL UNIVERSO, Carlos Pérez, por la supuesta vulneración de los derechos de los tres hijos de la pareja: Dalia, María Gabriela y Abdalá Bucaram Pazmiño.

El pasado 12 de agosto, este Diario publicó –previa autorización verbal y escrita de los padres– dos fotografías de los niños junto al presidente Rafael Correa en Carondelet.

Bucaram Pulley mostró esas imágenes como prueba de la existencia de un supuesto acuerdo con Correa para traer de regreso a su padre, el exmandatario Abdalá Bucaram Ortiz, asilado en Panamá desde 1997.

Según el escrito presentado en la Unidad Judicial Especializada en la Mujer, la Niñez y la Adolescencia por el viceministro de Inclusión Económica y Social (MIES), Álvaro Sáenz, los asambleístas y el director de este Diario supuestamente violentaron la Constitución y el Código de la Niñez y la Adolescencia al "irrespetar los derechos de los niños relacionados con su imagen, integridad y los demás específicos de su edad, al publicar su imagen en forma irresponsable (sic)".

Por ello solicitó que el juez emita "las respectivas medidas de protección a fin de restablecer sus derechos y se sirva aplicar las sanciones en contra de todos los responsables".



El viceministro de Inclusión, Álvaro Sáenz, pidió medidas de protección para los hijos del asambleísta Dalo Bucaram.

Anexo 0 - 8 - Caso Bucaram Pazmiño

Miércoles 15 de agosto del 2012 | 13:58

Política

Gobierno descarta quitarle los hijos a familia Bucaram Pazmiño

La Secretaría Nacional de Comunicación (Secom), mediante un comunicado señaló este miércoles que la sanción que se impondría contra la pareja Bucaram Pazmiño no pasaría de una multa de 100 a 500 dólares. Esto en referencia a la publicación de unas fotos de los hijos de los legisladores con el mandatario ecuatoriano en Carondelet como prueba de la existencia de un acuerdo con el gobierno.

El Código de la Niñez y la Adolescencia establece varios tipos de medidas de protección a favor de los menores. Entre ellas, el alejamiento temporal de la persona que ha amenazado o violado un derecho o garantía, del lugar en que convive con el niño, niña o adolescente afectado; y la custodia de emergencia del niño, niña o adolescente afectado, en un hogar de familia o una entidad de atención, hasta por 72 horas, tiempo en el cual el juez dispondrá la medida de protección que corresponda.

La demanda la hizo el MIES ayer en contra de los legisladores Abdalá Bucaram Pulley y Gabriela Pazmiño, y Diario EL UNIVERSO por la supuesta vulneración de los derechos de los tres hijos de los legisladores: Dalia, María Gabriela y Abdalá Bucaram Pazmiño.

Álvaro Sáenz, representante del MIES, quien puso la denuncia, solicitó ayer que el juez emita "las respectivas medidas de protección a fin de restablecer sus derechos y se sirva aplicar las sanciones en contra de todos los responsables".

Este miércoles, Sáenza señaló que la sanción no tiene nada que ver con quitar a los hijos. "Quitarle los hijos es hacer mayor daño todavía a esos niños, en caso de darse la sanción, que también estaría bien que se dé, no pasaría de 500 dólares".

El presidente, **desde su cuenta Twitter (@Mashirafael)**, también señaló que nadie le va a quitar los hijos a nadie.

Relacionadas

- > 15 AGO 2012
Bucaram Pulley reitera que irá a la CIDH para denunciar el caso de sus hijos
- > 15 AGO 2012
Rafael Correa dijo en Twitter que no se quitará los hijos a los Bucaram

Anexo 0 - 9 - Caso Bucaram Pazmiño

Viernes 21 de septiembre del 2012 | 11:36

Política

Defensas de Bucaram Pazmiño y El Universo piden dejar sin efecto denuncia

El juez Byron Conforme Salinas, quien presidió esta mañana la audiencia que analiza la denuncia efectuada por el Consejo de la Niñez y la Adolescencia y el Ministerio de Inclusión Económica y Social, contra los asambleístas **Abdalá Bucaram Pulley** y **Gabriela Pazmiño**, y contra Diario El Universo, tiene 48 horas para pronunciarse en el caso.

Fernando Rosero, abogado de los dos asambleístas, cuestionó esta mañana el procedimiento seguido en la denuncia, por la publicación de las fotos de los niños Bucaram Pazmiño, el pasado 12 de agosto.

El abogado pidió que se archive la denuncia. Explicó que el jurista Conforme no tiene competencia en el caso porque es de segunda instancia. Agregó que el tema le corresponde tratar a la junta cantonal de los derechos de la niñez.

Negó que se haya hecho proselitismo con la foto, pues de acuerdo al artículo 52, sobre proselitismo, este se usa para convencer a seguidores de una causa política.

Causales en la ley

El abogado de Diario El Universo, **Pedro Valverde**, calificó la denuncia de improcedente. Señaló que la ley solo tiene dos causales para sancionar a los medios, cuando los menores están involucrados en un juicio penal, o que hayan sido objeto de violación.

Indicó que este medio de comunicación se limitó a publicar fotos autorizadas por los padres, como seguimiento de una noticia de interés público. Agregó que no se han desarrollado espectáculos de proselitismo político, por lo que no es un sujeto político.

Fotos



El abogado de los asambleístas Abdalá Bucaram Pulley y Gabriela Pazmiño pidieron al juez Byron Conforme el archivo de la denuncia.

Anexo 0 - 10 - Caso Bucaram Pazmiño

Ejecutivo revela vínculos empresariales y financieros de grandes medios de comunicación

por ANDES/@relicheandres » 22:04 - 1 may 2011

Mediante cadena de televisión, el Gobierno ecuatoriano reveló los vínculos que varios medios de comunicación mantenían con negocios empresariales y financieros que pudieran generar "un eventual conflicto de intereses".

Basado en el informe de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión 2008-2009, el Ejecutivo señaló que antes de que venza el plazo establecido en la Constitución para que los accionistas de los medios de comunicación vendan sus participaciones en empresas de carácter financiero, grandes medios de comunicación compartían acciones en varias empresas lo que les hace actuar según sus intereses y "no al servicio de la ciudadanía".

"Por eso, muchos de estos medios manejan políticas claramente direccionadas a intereses empresariales, comerciales y particulares, a nombre de la libertad de expresión", señaló el Ejecutivo al cuestionar si esa actitud es ética o no.

Indicó que este comportamiento de los medios no dista de la posición que tienen los medios de comunicación en la mayoría de países de la región.

Según el informe citado, el Grupo Vivanco, propietario de diario La Hora con 14 ediciones locales, también manejaría Radio Planeta, Revista Judicial, Satnet (Servicios Agregados y Telecomunicaciones) y Editorial Gran Tauro, que edita la revista Vanguardia en sociedad con el Grupo Martínez, propietarios de los diarios Extra y Expreso.

Además, tiene vínculos empresariales con el Estudio Jurídico Vivanco & Vivanco, Casa Vivanco y la televisión paga TVCable.

Anexo 0 - 11 - Vínculos empresariales y financieros de los medios de comunicación

Actualidad Tomada de la edición impresa del Jueves 03 de Mayo del 2012

♦ EL PODER ECONÓMICO, DICEN LOS ESPECIALISTAS, CONDICIONA LA LIBERTAD EN LOS MEDIOS

La "diversidad mediática" estaba solo en 8 familias

♦ El informe de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión del 2008-2009 reveló que los grupos Vivanco, Eljuri, Pérez, Alvarado Roca, Mantilla, Egas, Martínez y Mantilla-Anderson mantenían el control de los medios en el Ecuador

Me gusta A 16 personas les gusta esto.



Redacción Actualidad
actualidad@telegrafo.com.ec

Los nexos familiares y empresariales entre los dueños de los medios de comunicación privados revelan la orientación que toma el oficio en el Ecuador y, por ello, en palabras del experto Rommel Jurado se orientan hacia una libertad de empresa, en lugar de la libertad de expresión.

Entre 2008 y 2009, la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión realizó un informe que visibilizó que ocho familias manejaban los medios de información, a más de los vínculos

Los medios de comunicación nacionales están básicamente controlados por ocho grupos, según un reporte de la Comisión Auditora de Frecuencias realizado entre 2006 y 2009.

Anexo 0 - 12 - Vínculos empresariales y financieros de los medios de comunicación.

Enero 24, 2011

Turismo, inmobiliarias y TV por cable, en los grupos de Comunicación

Me gusta 5 +1 0 Tweet 3



Según un informe, los medios de Comunicación tienen inversiones en distintos sectores.

En los grupos de los medios de comunicación de cobertura nacional, las actividades empresariales también son diversas. La mayoría, como El Universo, El Comercio, Expreso, Ecuavisa se trata de compañías familiares que a lo largo de varias generaciones han ido registrando negocios en otros sectores, explica Andrés Mendoza, director de radio Atalaya.

En el caso de El Universo y El Comercio, añade, son hasta cuatro generaciones que ejercieron su derecho al trabajo, al libre

comercio, derechos que se mantienen en la Constitución de Montecristi y que con la tercera pregunta, del capítulo de enmiendas de la consulta popular, se verían vulnerados. "Es como cualquier negocio el que tiene una tienda de pronto quiere poner una vulcanizadora ¿por qué no lo puede hacer? Me parece totalmente contrario a al sistema del buen vivir; y segundo, pienso que es dirigido", agrega Mendoza.

De aprobarse la pregunta, que prohíbe que las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas de comunicación privadas de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, los empresarios de los Medios tendrían que desligarse de cualquier otro negocio.

Anexo 0 - 13 - Vínculos empresariales y financieros de los medios de comunicación

GRUPO MARTÍNEZ MARCHAN

Participa también la familia Vivanco.

GRANASA Gráficos Nacionales S.A. creada el 11 de julio de 1969.

Publica diario Expreso, fundado por Galo Martínez Marchan y Diario Extra, el diario de mayor tiraje nacional.

Extrarradio S.A. creada el 22 de marzo de 1995, que emite su señal en 90.1.

Revista Vanguardia, que tendría unión con este grupo.

Consejo Editorial: Francisco Vivanco Riofrio, Galo Martínez Leisker y Andrés Crespo Reinberg.
Director Editorial: José Hernández.

OTROS GRUPOS

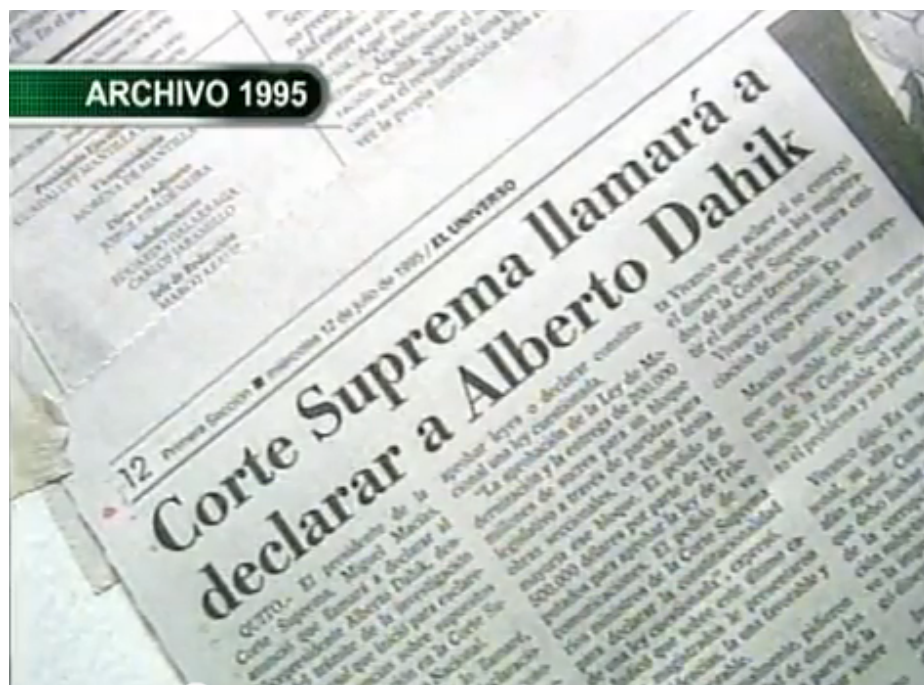
Anexo 0 - 14 - Grupo Martínez



Anexo 0 - 15 - Dahik en la cuerda floja



Anexo 0 - 16 - Dahik en la cuerda floja



Anexo 0 - 17 - Dahik en la cuerda floja