

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
DISEÑO DE UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA CREACIÓN DE
UN OBSERVATORIO DE MEDIOS**

**AUTORA:
EMILIA LUCÍA RAMÍREZ PAGUAY**

**DIRECTOR:
PABLO EFRAÍN ROMERO GUAYASAMÍN**

Quito, abril del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE
USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Emilia Lucía Ramírez Paguay autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados, y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, abril del 2015

Emilia Lucía Ramírez Paguay

CI. 1726184813

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
COMUNICACIÓN, MEDIOS Y CIUDADANÍA	2
1.1 Comunicación y periodismo	2
1.2 Prensa y ciudadanía	5
1.3 Observatorios de medios	7
CAPÍTULO 2	
OBSERVATORIOS DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA Y PRENSA EN ECUADOR	14
2.1 Observatorios de medios en América Latina	14
2.2 Trayectoria de la prensa en Ecuador	23
2.3 Diario El Comercio	29
2.4 Diario El Telégrafo	30
2.5 Elementos de observación mediática	32
CAPÍTULO 3	
METODOLOGÍA PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO DE MEDIOS	44
3.1 Caracterización del observatorio de medios	44
3.2 Índice de observación de prensa para géneros informativos.....	45
3.3 Levantamiento de información de prensa para géneros informativos	51
3.4 Resumen de observación de prensa para géneros informativos.....	54
3.5 Elaboración de informe	59
CONCLUSIONES	61
LISTA DE REFERENCIAS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Observatorio Latinoamericano de Comunicación	18
Tabla 2: Laboratorio de Comunicación y Derechos	19
Tabla 3: Observatorio de medios derechos de las mujeres en la mira	20
Tabla 4: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios	21
Tabla 5: Índice de observación de prensa para géneros informativos	55
Tabla 6: Levantamiento de información de prensa para géneros informativos	56
Tabla 7: Resumen de observación de prensa para géneros informativos.....	58

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es diseñar una metodología de observación de prensa para géneros informativos, que sea el camino para implementar un observatorio de medios.

Como se verá más adelante, la recomendación metodológica que se propone aquí podrá ser aplicada a cualquier medio de comunicación impreso. Sin embargo, se tomaron como referencia a diario El Comercio y diario El Telégrafo, por su cercanía geográfica para realizar entrevistas a sus directores y conocer con mayor proximidad el trabajo periodístico que realizan, y también por la influencia de estos diarios en Quito, ciudad en la que podría implementarse un observatorio de medios con las características que se plantean en esta investigación.

El primer capítulo de este trabajo presenta la relación que existe entre los medios de comunicación y la sociedad. También se describe el origen y el papel ciudadano que cumplen los observatorios de medios.

El segundo capítulo expone el contexto latinoamericano en general y ecuatoriano en particular con respecto al desarrollo de los observatorios de medios. Además, presenta los criterios de los tres grupos humanos consultados: profesionales y expertos en comunicación, periodismo y observatorios de medios; los lectores de diario El Comercio y diario El Telégrafo; y finalmente los directores de estos dos medios de comunicación.

El tercer y último capítulo muestra una propuesta metodológica para la observación de prensa en géneros informativos, y además detalla la caracterización del observatorio de medios en que debiera ser implementada esta metodología.

Palabras clave: observatorio de medios, medios de comunicación, medios y ciudadanía

ABSTRACT

The aim of this paper is to design a methodology of observation press for informational genres that is the way to implement a media watchdog.

As will be seen below, the methodological recommendations proposed here can be applied to any print media. However, they were taken as reference daily El Comercio and daily El Telégrafo, because of its geographical proximity to conduct interviews with directors and meet with greater proximity journalistic work they do, and also by the influence of these newspapers in Quito, city which could be implemented observatory media with features that arise in this research.

The first chapter of this study examines the relationship between media and society. The origin and the citizen role that media observatories are also described.

The second chapter presents the Latin American context in general and Ecuador in particular with regard to the development of media observatories. It presents the criteria of the three human groups consulted: a) professionals and experts in communication, journalism and media observatories; b) readers of daily El Comercio and daily El Telégrafo and c) the directors of these two media.

The third and final chapter presents a methodology for observing press information genres, and further detailed characterization media observatory that should be implemented this methodology.

Key words: media observatory, media, media and citizenship

INTRODUCCIÓN

Este trabajo es un proceso de investigación sobre los observatorios de medios y ejercicio de observancia. El objetivo de este trabajo es diseñar una propuesta metodológica de observación de prensa para géneros informativos, que sirva de base para su futura implementación en cualquier espacio académico en la ciudad de Quito.

Para el diseño de la metodología se ha recopilado información a partir de tres grandes grupos: a) los criterios profesionales de personas expertas en comunicación, periodismo y observación mediática; b) los aportes de las personas lectoras de diario El Comercio y diario El Telégrafo, porque estos dos medios fueron escogidos como referentes y c) de los directores de estos dos periódicos, pues se ha considerado que todos los actores involucrados tienen valiosas apreciaciones que aportar en este proceso.

Se ha hecho un breve recuento de los observatorios de medios en América Latina, y en el caso particular de Ecuador se ha dado prioridad a los observatorios de medios en Quito, por la cercanía geográfica. Además, se busca definir una tipología de observatorio de medios a partir de la realidad de un medio de comunicación privado y uno público, particularmente de los diarios El Comercio y El Telégrafo. Esto no significa que la recomendación práctico- metodológica de este trabajo no pueda aplicarse a otros medios de comunicación impresos. Se escogieron estos diarios por el impacto que tienen en la ciudad de Quito, lugar en el que podría implementarse un observatorio con las características y con la metodología que se proponen en esta investigación; y por la cercanía geográfica para aproximarnos a su trabajo periodístico y a quienes lo ejercen.

El comunicador José Villamarín destaca que “la información es un bien tan preciado que debe manejarse a partir de estándares que garanticen su calidad” (en entrevista personal, 27/11/2014). Finalmente se ha desarrollado una metodología para la observación de prensa en géneros informativos, que contiene una serie de parámetros a potenciar y también elementos que debieran evitarse en el ejercicio periodístico.

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN, MEDIOS Y CIUDADANÍA

1.1 Comunicación y periodismo

La comunicación ha hecho posible el entendimiento humano y ha sido un factor determinante en el desarrollo histórico de los pueblos. Las formas de comunicación que se utilizan determinan la comprensión, la unión o la disociación entre las sociedades.

Uno de los más destacados comunicadores latinoamericanos, Antonio Pasquali, entiende por comunicación a “aquella que produce y supone a la vez una interacción biunívoca del tipo del con-saber, lo cual sólo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (transmisor-receptor) rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor” (Arroyo, 2011, pág. 26).

Para entender a la comunicación es preciso comprender el contexto en el que se suscita y en el que se desenvuelven los actores que la protagonizan. Ante todo, es evidente que la comunicación constituye un proceso de diálogo y de reciprocidad que no puede romperse, que es permanente.

Al principio, la comunicación permanente sólo era posible dentro de comunidades circunscritas, grupos de personas que vivían unas al lado de otras o que formaban parte de la misma unidad política. Ahora, gracias a la rapidez de la operación de los medios de información y la red de relaciones de todas clases que se han desarrollado por todo el mundo, la comunicación ha crecido hasta obtener esencialmente un alcance planetario (MacBride & otros, 1987, pág. 11).

Desde las formas más primitivas de comunicación, pasando por la invención del papel en el año 105 en China, la posterior creación de la imprenta a manos Gutenberg, hasta llegar a las formas más complejas y actuales de comunicación, el motivo de las personas ha sido la necesidad de compartir con el resto su percepción de mundo, informar y tejer relaciones con sus semejantes. Aunque no se la pueda considerar una forma sustancial

de comunicación, el desarrollo de la prensa ha sido determinante en la evolución del mundo y en las relaciones entre pueblos.

La Revolución Industrial que provocó avances económicos y progresos en todo orden así como explosivos cambios sociales como el apareamiento del proletariado y de una gran masa de desocupados; los importantes progresos técnicos para la impresión y la producción del papel; el mejoramiento del transporte, son algunos de los elementos básicos que confluyeron para el apareamiento de uno de los fenómenos comunicacionales de mayor incidencia en la historia del periodismo, y que hasta el momento lo estamos viviendo: la prensa de masas (Villamarín, 1997, pág. 192).

Lasswell propuso su teoría para determinar la influencia de los medios masivos en la población con la pregunta “¿quién dice que, por qué canal y con qué efectos?”. Esta teoría puede ignorar las facultades de las personas para comprender y actuar con independencia de la oferta mediática. Sin embargo muchos medios de comunicación actuales mantienen su trabajo en la comunicación difusionista. El trabajo periodístico que se realiza en los diarios El Comercio y El Telégrafo puede estar inscrito en esta corriente difusionista, aunque se puede agregar a sus publicaciones la inclusión del contexto de la situación.

En consonancia con esta visión del impacto directo de los medios sobre las personas, se desarrolla el paradigma de los efectos limitados. Uno de sus desarrolladores fue Paul Lazarsfeld en cuyas investigaciones se evidenció “que los efectos de los mensajes están fuertemente condicionados por el contexto social del individuo. Es decir, que los grupos de pertenencia del destinatario inciden en su manera de valorar los mensajes que recibe por los medios. De ahí que el poder de los medios no sea el que se les había supuesto hasta entonces (en las teorías anteriores), ya que estarían limitados por variables relativas al orden social” (Cultura multimedial, 2010).

Desde otra perspectiva, Martín Barbero habla de la ciudadanía comunicativa y la asocia con el reconocimiento recíproco, es decir:

El derecho de informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa (...) en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. (MARTÍN-BARBERO citado por WINOCOUR. 2001: 96-97) (Checa, 2011, pág. 49).

De cualquier forma, “los medios masivos de comunicación son reconocidos por su rol decisivo en el desarrollo de los pueblos y en el mantenimiento del equilibrio internacional y tienen un importante papel en los procesos sociales, económicos y educativos para la aceleración de los procesos de desarrollo” (Unicef, 2006, pág. 21).

Hoy, sin embargo, ya no se desconfía de la capacidad crítica de las audiencias respecto de los mensajes de los medios, ni de la del ciudadano corriente a la hora de elegir a sus gobernantes o de consumir (...) Por supuesto, nadie pone en duda la efectiva influencia que ejercen los medios en los procesos cognitivo-comportamentales del público; sin embargo, la tendencia es rechazar la idea de que el bombardeo de estímulos comunicacionales los determinen. Esto se apoya en la creciente confianza en la independencia del individuo, en la capacidad para ejercer su libertad y hacer valer sus preferencias aun en circunstancias en las que sufre presiones externas” (Ure, 2010, pág. 234).

El desarrollo de los medios de comunicación masiva hizo que los científicos sociales los consideraran objeto de estudio, lo que detonó la creación de las primeras escuelas. En especial, algunas perspectivas críticas como el estructuralismo, los estudios culturales y la economía política de la comunicación, han sido las bases para realizar análisis sistemáticos sobre el quehacer de los medios de comunicación, y que después fueron retomados por los observatorios (Paláu & Larrosa, 2014, pág. 275).

Los periódicos se convirtieron en un objeto de estudio y el componente primario que ha dado paso a una gran cantidad de investigaciones y corrientes teóricas que se han dedicado a analizar desde diferentes perspectivas el funcionamiento de los medios de comunicación. En este universo que componen los medios de comunicación entra en escena el trabajo que se realiza a través del periodismo.

Desde una concepción estricta, Fontcuberta y Borrat citan a McNair y establecen al periodismo como “cualquier texto con autor, en forma escrita, audio o visual, que pretende ser (es decir, que se presenta ante su audiencia como) una afirmación a un registro veraz acerca de una parte importante hasta ahora desconocida (nueva) del mundo real, social” (Fontcuberta & Borrat, 2006, pág. 160).

A esta idea se añade que las afirmaciones y los datos que se producen desde el periodismo deben tener significado y contexto. Se menciona que el periodismo:

Es un vehículo comunicativo para la transmisión -intencional o no- a una audiencia no simplemente de *hechos* sino también de supuestos, actitudes, creencias y valores de quienes lo hacen, a partir de, y expresando, una particular visión del mundo (...) los textos narrativos son, en definitiva, “*narrativas de la realidad*” (Fontcuberta & Borrat, 2006, pág. 161).

1.2 Prensa y ciudadanía

El periodismo tiene un compromiso con la ciudadanía, que parte de “contribuir al autoconocimiento de los miembros de una comunidad para definir sus destinos; el de concitar la expresión ciudadana para el progreso social (...) brindar un foro para el intercambio de opiniones, críticas y comentarios; promover el debate sobre asuntos públicos y contribuir a la toma de decisiones” (Martínez, 2014, pág. 1).

En 1980 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) presentó el informe de la Comisión para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, informe que daba cuenta de la situación mundial de la comunicación, su compleja estructura, sus limitaciones y sus perspectivas a futuro. Este documento sería después conocido popularmente como Informe McBride, pues estaba

presidido por Seán McBride, una reconocida figura cofundadora de Amnistía Internacional. “No hay duda de que el mejor remedio para los diversos males que afectan a las comunicaciones sería su mayor democratización” (MacBride & otros, 1987, pág. 20).

En palabras de Martínez (2014): “el periodismo es una actividad humana de trascendencia sociopolítica y cultural, inscrita en el terreno de la comunicación social, que a través de los medios de difusión busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público a fin de brindarle a la gente elementos para comprender su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa” (pág. 2).

Algunas de las competencias ciudadanas que la prensa puede fomentar son: la participación de las personas en los asuntos públicos, la responsabilidad de asumir sus derechos y obligaciones civiles, el conocimiento y respeto de las diversidades culturales y la diversidad de pensamiento; todo esto enmarcado en la entrega de información contextualizada y que escuche las versiones de todas las partes involucradas –y partes no involucradas que aporten conocimientos especializados- para que la ciudadanía pueda enriquecerse con diferentes criterios antes de tomar decisiones.

El ejercicio periodístico tiene una dimensión social relacionada con “la veracidad en el relato de las noticias y la lealtad al «bienestar de la nación» que se consigue cuando sus ciudadanos pueden confiar en la honradez intelectual de los periodistas, en la corrección de sus pautas de comportamiento y en su calidad humana” (Zarzalejos, 2006, pág. 1).

El ya mencionado paradigma de los efectos limitados “está acompañado de la sana intención de destacar que las audiencias no son tontas (...) La preocupación por mejorar la calidad de la comunicación mediática es proporcional a la insatisfacción que la rodea. Quizá porque genera más expectativas que las que efectivamente puede cumplir o porque su potencial de humanización está desaprovechado” (Ure, 2010, pág. 239).

1.3 Observatorios de medios

Los medios de comunicación: prensa, radio, televisión y actualmente los espacios digitales, se han convertido, sobre todo a partir de su difusión masiva y gran alcance territorial, en referentes de la coexistencia de las sociedades contemporáneas. La aparición de los medios masivos marcó, casi al mismo tiempo, el comienzo de varios estudios que se dedicarían al análisis de todo el universo que componen los sistemas mediáticos. “Dada la importancia que adquirieron los medios de comunicación, se han desarrollado múltiples proyectos dedicados a pensar y discutir la vida, características y efectos de estas instituciones paradigmáticas de la Modernidad” (Paláu & Larrosa, 2014, pág. 1).

Además de investigar e informar, los medios de comunicación se han convertido en vigilantes del sector político, económico, social y cultural de un país. Pero, ¿alguien observa críticamente la actividad de los medios de comunicación? Esta interrogante, entre otras, ha propiciado el surgimiento de instancias ciudadanas, entre las que destacan los observatorios de medios como espacios dedicados al estudio del trabajo periodístico y la información que proporcionan, y de manera más global, al actuar de los medios de comunicación.

Los observatorios desde su perspectiva crítica contribuyen al mejoramiento de la práctica y calidad periodísticas, pero también al fortalecimiento de la libertad de expresión y de la democracia porque promueven participación ciudadana informada, amplían la esfera pública; es decir, fortalecen una ciudadanía comunicativa lo cual, finalmente, conecta con el concepto englobante del derecho a la comunicación, entendido así: la información y los procesos de comunicación son crecientemente importantes para mejorar la calidad de vida y para profundizar la democracia, siempre y cuando esos procesos sean inclusivos, plurales, horizontales, dialógicos (Checa, 2011, pág. 10).

Los observatorios de medios son espacios de monitoreo sobre el quehacer de los medios de comunicación, pero también son lugares que promueven el análisis crítico de los

contenidos mediáticos y el surgimiento de propuestas para mejorar el ejercicio periodístico. Además, estos observatorios pueden favorecer el diálogo entre los medios y la ciudadanía. Desde la perspectiva de Larrosa (2014) “los observatorios de medios, o veedurías mediáticas, son espacios en donde profesores, académicos, periodistas y ciudadanos en general, estudian, desde diversas perspectivas, el trabajo y desempeño de los medios masivos de comunicación (libros, prensa, radio, televisión), sus correlatos en redes digitales, así como otras formas de comunicación pública” (pág. 1).

Por su parte, en la página web del Observatorio Nacional de Medios ONADEM, Ericko Torrico (2014) considera que un observatorio de medios tiene la labor de “mirar a los que ven y hacen ver los acontecimientos de la realidad” (pág. 1). Para lograrlo, estos entes evalúan sistemáticamente y forman criterios sobre las representaciones mediáticas de la realidad.

En un análisis realizado por Paláu y Larrosa (2014, págs. 1-3) se destaca que los observatorios de medios tuvieron su origen en los primeros años del siglo XXI, aunque existan pocos documentos de aquel tiempo que den prueba de ello. Sin embargo, desde la experiencia de estos dos comunicadores, se ha encontrado que estas instancias de monitoreo y análisis tienen sus raíces en figura del *ombudsman*, así como en el sistema universal de protección de los derechos humanos, y también en diversas organizaciones ciudadanas e instituciones educativas alrededor de todo el mundo que se han dedicado a la investigación crítica de los medios de comunicación.

A finales del siglo XX, la figura del ombudsman fue asumida por distintos medios de comunicación (periódicos, estaciones de radio o canales de televisión) quienes la denominaron como el defensor de los lectores o las audiencias (...) en esencia, se trata de una persona que funge como mediadora entre un medio de comunicación y sus audiencias (...) el surgimiento y desarrollo del ombudsman ha sido un paso clave para que las audiencias sean tomadas en cuenta activamente en los procesos de comunicación pública de las sociedades contemporáneas (Paláu & Larrosa, 2014, pág. 256).

A partir del trabajo de análisis crítico, en Estados Unidos se desprendió el fenómeno de *media criticism* o revisión crítica de la actividad de los medios, que comenzó a desarrollarse en los años ochenta ante la convicción de que el poder que tienen los medios no va siempre acompañado de una cuota equivalente de responsabilidad. El *media criticism* se considera a sí mismo indispensable para mantener la democracia y basa sus principios en una serie de críticas contra los medios entre las cuales están la manipulación, simplificación, exageración, omisión y limitación de información (Herrera, 2006, pág. 4).

La historia de los observatorios de medios en América Latina es relativamente corta, apenas a mediados de la década del 90 empezaron a surgir con más fuerza de la que lo hicieran algunas de estas iniciativas en años anteriores. Sin embargo, han existido desde hace muchos años otras formas de contrapeso frente al poder de los medios de comunicación, entre ellas el ya mencionado ombudsman, figura que cumplía una función similar a la de un defensor del pueblo. Al respecto, Erick Torrico (2014) estima que:

Las primeras experiencias de ese tipo surgieron en la región a principios de la década de 1990. Fue en 1992 que nació en Brasil la Red ANDI para monitorear las noticias sobre niños, adolescentes y jóvenes, y cuatro años después, en ese mismo país, el *Observatorio da Imprensa*. Casi inmediatamente, en 1997, fue establecida en Perú la Veeduría Ciudadana de la Comunicación y en los años posteriores se desarrollaron más de veinte observatorios de medios en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela, sin que a la fecha todos tengan un funcionamiento regular. Además, el tema de la calidad periodística dio lugar a líneas de investigación en la Universidad de Los Andes (Chile), en la Universidad de La Sabana (Colombia) y en la Pontificia Universidad Católica de Chile, al igual que promovió la constitución de la Red

Periodismo de Calidad, respaldada por la Fundación *Trust for the Americas* de la Organización de Estados Americanos (pág. 4).

Otras iniciativas sobre observatorios de medios, se dieron en Brasil, con la aparición del Instituto Gutenberg. Esta institución, fundada en Sao Paulo en 1994, se dedicó por varios años al monitoreo y análisis crítico de los medios de comunicación y sus contenidos. Sus líneas temáticas abordaban la ética periodística, la exactitud de la información, la investigación y debate en torno al trabajo de los medios. Sus resultados los publicaban en boletines periódicos, aunque su labor se ha visto paralizada los últimos años.

Según Susana Herrera (2006) en América Latina “los observatorios se diferencian entre sí en función de variables como su origen, composición, orientación ideológica, sus estructuras y modos de funcionamiento, los aspectos de los medios que analizan, el diferente instrumental metodológico que emplean y la sistematización de su actividad” (pág. 1).

Los observatorios y veedurías de medios no son solo manifestaciones de la política comunicativa sino lugares de la construcción de ciudadanía (...) en el continente hay muchos interrogantes sobre los medios de comunicación. Se cuestiona desde su poca diversidad y concentración hasta los fenómenos de autocensura y censura. Desde la situación laboral de los periodistas hasta los modos de construir la agenda, y por tanto, las repercusiones públicas de la tarea de los medios. También se critica su bajo pluralismo, las operaciones de distorsión o desfiguración de la información, la invisibilidad de ciertos temas o actores y las distancias entre su oferta y las demandas informativas de la sociedad (Rey, 2003, pág. 2).

Susana Herrera (2005) manifiesta que:

Los observatorios constituyen un exponente más que se podría situar dentro del fenómeno mayor del media *criticism*, o revisión crítica de la actividad de los medios. Este fenómeno comienza a surgir y desarrollarse

en diferentes partes del mundo ante la convicción de que el poder que tienen hoy los medios en nuestras sociedades democráticas no se corresponde con un ejercicio siempre responsable de su misión. Los medios, como cualquier otro actor, también cometen errores. La diferencia es que mientras ellos se dedican a criticar los errores de otros, nadie cuestiona los suyos

Algunos rasgos que tienen en común los observatorios de medios en América Latina son:

El reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia

La insatisfacción con la actual situación en la que se encuentran los medios

La reivindicación de otra forma de entender la práctica periodística

La reivindicación de otro público consumidor de medios

El ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo

Su intencionalidad revisionista y reformista

Su carácter propositivo y una finalidad más prescriptiva que descriptiva

La diversidad y creatividad en sus actuaciones

La convicción de la importancia de divulgar su actividad y

La predilección por el empleo de las nuevas tecnologías y -de una manera preferente- por Internet (págs. 4-5).

En una primera instancia, la crítica a los medios de comunicación se tornó en una denuncia radical que dejaba poco espacio para la propuesta, el intercambio de ideas y el diálogo. Ahora, en cambio, se apuesta por una relación más sana entre los observatorios y los medios. En palabras de Rosa María Alfaro (2007):

Se quiere aportar al mejoramiento de los medios pero a la vez se espera una reacción positiva de los mismos, acostumbrados a no escuchar y a reaccionar violentamente frente a cualquier opinión crítica que los pusiera en cuestión (...) Quizá el avance más significativo de los observatorios está en que poco a poco van convirtiendo a los medios en objeto de análisis y de discusión pública continua. Y con ellos se explora lo que se nos está presentando, pudiendo cuestionarse o felicitar lo que se viene proyectando. La vigilancia de los medios no sólo obedece al interés por el sector público sino también por el privado y su función de servicio público (págs. 2-9).

Como casi en cualquier categoría de estudio, en los observatorios de medios también existe una clasificación interna. Este trabajo lo ha desarrollado Susana Herrera (2005, pág. 6). Los estudios de esta investigadora han dado los siguientes resultados:

A la hora de proponer cualquier clasificación, el primer paso consiste en establecer una serie de criterios que nos permitan distinguir entre los observatorios. En este caso, los criterios de clasificación parten del conjunto de variaciones que se registran en los observatorios latinoamericanos. No obstante, con el fin de simplificar la propuesta y de hacerla más operativa, se ha atendido sólo a los criterios que se consideran más significativos. De esta forma, los criterios que permiten diferenciar a los observatorios latinoamericanos son: 1. La temática que investigan. 2. Su origen y composición social. 3. La cobertura de los medios que analizan. 4. El tipo de medios que observan.

Las temáticas que más se han abordado en los observatorios de medios en América Latina han sido: la libertad de expresión, calidad de contenidos, ética periodística, derechos humanos, violencia (incluyendo violencia de género), uso de lenguaje, diálogo público, entre otros.

Los observatorios contribuyen a resaltar la importancia de la información de calidad para la democracia; la ampliación y democratización de la

esfera pública; la participación ciudadana en la construcción de agendas públicas. En suma, los observatorios fortalecen una ciudadanía comunicativa (Checa, 2011, pág. 49).

Los medios de comunicación realizan una importante labor que requiere de un alto grado de responsabilidad social. Sin embargo, como en otras instituciones de la sociedad, su trabajo no ha estado exento de errores, lo que ha dejado claro que no siempre presentan un servicio de calidad. Entre las objeciones más frecuentes se encuentran la tergiversación de los hechos, el ocultamiento de datos y referencias, la desproporción a la hora de elegir las fuentes, la parcialidad en la exposición de las noticias, las imprecisiones (Herrera, 2008, pág. 45).

La propuesta que se presenta en este trabajo está orientada al monitoreo del ejercicio periodístico en función de su calidad. Además se observará el tratamiento periodístico que se proporcione a determinado temas. Una de las finalidades de esta investigación es desarrollar una metodología que evidencie los errores intencionales o inintencionales de los medios de comunicación impresos, tomando como partida a diario El Comercio y diario El Telégrafo.

La metodología desarrollada en esta investigación responde a criterios de académicos consultados, a los aportes de la ciudadanía manifestados en cartas a los directores de los diarios que se tomaron en cuenta, la perspectiva de los diarios El Comercio y El Telégrafo, y a las experiencias de varios observatorios de medios que han nutrido esta idea inicial. Esta propuesta no es hermética ni finita, al contrario, es una herramienta flexible que puede nutrirse de nuevos aportes que surjan a partir del ejercicio de observancia mediática y que garanticen el perfeccionamiento gradual de esta propuesta metodológica.

CAPÍTULO 2

OBSERVATORIOS DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA Y PRENSA EN ECUADOR

2.1 Observatorios de medios en América Latina

Los observatorios de medios son entidades que parten de una iniciativa ciudadana, y cuyo objeto de observación son los sistemas de comunicación como: prensa, radio, televisión y la Red Internet. Estos observatorios debieran estar exentos de cualquier relación con sectores económicos, políticos, mediáticos, etc. para que su labor sea completamente independiente de poderes que pudieran afectar su desempeño.

“Los observatorios de medios son una piedra en el zapato de los medios de comunicación, no les deja caminar tranquilamente, y así debería ser en todas las profesiones. Aunque no deben convertirse en instituciones que estigmaticen a los medios” (Villamarín, en entrevista personal, 27/11/2014).

La historia de los observatorios de medios en América Latina es relativamente corta, empezaron a surgir apenas en la década del 90. Sin embargo, han existido desde hace muchos años otras formas de supervisión del quehacer mediático, como el *ombudsman*, figura que cumplía una función similar a la de un defensor del pueblo.

Según Susana Herrera (2005) “los observatorios de medios en América Latina son realidades versátiles, y algunas de sus características son: el reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia, la insatisfacción con la actual situación en la que se encuentran los medios, la reivindicación de otro público consumidor de medios, su carácter propositivo y una finalidad más prescriptiva que descriptiva, entre otras” (págs. 4-5).

Los observatorios nacen de la convicción primera de que el poder que tienen hoy los medios en nuestras sociedades democráticas no se corresponde con un ejercicio siempre responsable de su misión. Los medios, como cualquier otro actor, también cometen errores. La diferencia es que mientras ellos se dedican a criticar los errores de otros,

nadie cuestiona los suyos (...) muchas de las críticas han denunciado el tradicional modo de abordar la realidad por parte de los periodistas. Con frecuencia se ha hecho referencia a la trivialidad, la exageración, la superficialidad en la cobertura de las noticias, la tiranía del acontecimiento, la lógica del *scoop* o de la revelación, la dramatización y espectacularización de la realidad o la fascinación por la urgencia y las situaciones de crisis (Herrera, 2006, pág. 2).

Algunas de las primeras experiencias de observatorios de medios en América Latina se desarrollaron como organizaciones civiles centradas en el análisis del ejercicio periodístico y en el derecho a la información. Por ejemplo, en 1994, se fundó en Sao Paulo el Instituto Gutenberg, cuyo trabajo abordaba la ética periodística, la precisión de los datos que se entregaban y la investigación de los medios de comunicación, aunque actualmente este observatorio no mantenga un funcionamiento regular. En 1983, se estableció el Centro de Reportes Informativos sobre Guatemala (CERIGUA), para democratizar las comunicaciones y fomentar el derecho a la información. En el 2000 entra en escena la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) para defender la libertad de expresión y realizar estudios sobre comunicación política, derechos de las audiencias y regulación de medios. El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) establecido en La Paz en el año 2006, es otro ejemplo de monitoreo de la ética periodística, así como del trabajo para garantizar la libertad de expresión y derecho a la información y comunicación.

La preocupación inicial de estos observatorios estuvo enfocada en la libertad de prensa, entendida como un valor de la sociedad, pero al mismo tiempo se tiene plena conciencia de que esa libertad conlleva un alto grado de responsabilidad. Otro enfoque característico de los observatorios es el monitoreo de la calidad del trabajo periodístico, y los esfuerzos para defender las libertades y los derechos a la información y a la comunicación.

Pero las iniciativas de los observatorios, también se han dado desde la academia, muchos de ellos están estrechamente vinculados con la comunidad universitaria, específicamente con facultades de comunicación y periodismo. Uno de los casos con mayor

trascendencia en América Latina es el de Quid Medios ITESO, que fue creado en el 2008 en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, en México. Su trabajo está enfocado en comunicación y política, diálogo público, prensa, radio y televisión en Guadalajara, derecho a la información, libertad de expresión y convergencia digital. Dos elementos característicos de este observatorio son la participación activa de estudiantes en monitoreo y análisis; y la significativa cantidad de publicaciones que realiza sobre los resultados de su ejercicio de observancia.

Antes de este exitoso proyecto, se han dado otras iniciativas a lo largo de la región latinoamericana. En 1996 se creó el *Observatório da Imprensa* con el fin de realizar crítica y análisis de medios de comunicación, particularmente en la manifestación de las audiencias con respecto a los contenidos mediáticos. Este ente es patrocinado por el Instituto para el desarrollo del periodismo PROJOR, el Laboratorio de Estudios Avanzados de Periodismo (Labjor) y la Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) en Brasil.

Entre los observatorios de medios especializados, existe una preocupación recurrente por la defensa de los Derechos Humanos. Un ejemplo es el Observatorio Ciudadano de la Comunicación, establecido en el 2005, en Cuenca, Ecuador. En su monitoreo global de medios se aprecia la perspectiva de género, particularmente enfocado en la publicidad sexista. También se puede mencionar al Observatorio Ciudadano por la Equidad de Género en los Medios de Comunicación que tiene su base en México; sus líneas temáticas abordan el sexismo en los medios de comunicación, la violencia de género y los estereotipos.

Este tipo de observatorios ha surgido con mayor fuerza en los últimos años, debido a la creciente preocupación de la ciudadanía por las publicaciones que afectan los derechos de las personas, sea por género, edad, condición social, nacionalidad o etnia.

En la ciudad de Quito se han desarrollado, aproximadamente en los últimos diez años, cuatro observatorios de medios, que en su momento se establecieron plenamente, cada uno con sus particularidades, aunque en la actualidad su trabajo se haya visto alterado y en la actualidad no todos mantengan un funcionamiento regular.

Uno de estas entidades es el Observatorio Latinoamericano de la comunicación que realiza un monitoreo general y riguroso en cuanto a los contenidos mediáticos. Esta iniciativa nace a partir de la premisa de democratizar la comunicación y forma parte del Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL).

Otra iniciativa es el Laboratorio de Comunicación y Derechos LABCYD enfoca su trabajo en los derechos humanos, este ente es financiado por el Instituto de Altos Estudios Nacionales, y auspiciado en otros sentidos por la Defensoría del Pueblo y el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, las tres son instituciones públicas. En el documento oficial de conformación del LABCYD (2014) consta que:

No se reduce a un “Laboratorio de Medios” para no restringirlo al campo exclusivo de las mediaciones, o de los “soportes” y sí comprometerlo con la acción directa sobre la más amplia categoría social y humanista de “Comunicación” con todos los nuevos Derechos que, para ella y desde ella, se han derivado y sistematizado, por ejemplo, en cuerpos jurídico-políticos como la Ley de Comunicación del Ecuador. Por lo tanto, como “Laboratorio” se trata de incidir, simultáneamente, en las formas y en los contenidos, en las herramientas y en sus objetivos, partiendo que en las condiciones actuales la comunicación es multilateral y participativa. El “Laboratorio” es el campo de pruebas, la zona privilegiada para la planificación científica y para la experimentación dirigida (pág. 1).

Una organización más especializada en su objeto de análisis es el observatorio de medios ‘Derechos de las mujeres en la mira’. Este es un aporte de Fundación Humanas, cuya línea de trabajo tiene una perspectiva de género, particularmente sobre el tratamiento informativo que se realiza de las mujeres en la publicidad de los medios de comunicación.

Finalmente, se encuentra la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, más conocido como Fundamedios. Se define como “una sociedad con mayor conciencia del respeto a los derechos y libertades de los ciudadanos, donde no se intente acallar a otro por el único hecho de pensar distinto” (Fundamedios) y surge bajo la necesidad de

reflexionar sobre el periodismo y plantearse cuestionamientos sobre el mismo. Basa sus investigaciones en la libertad de expresión y en el quehacer de los medios de comunicación; además forma parte de la Alianza Regional por la libre expresión e información.

En las siguientes matrices se aprecia más información sobre los observatorios de medios en la ciudad de Quito. Estos datos pueden estar sujetos a cambios debido a las transformaciones administrativas, sociales y políticas de cada una de estas instituciones.

Observatorios de medios en la ciudad de Quito (tipología)

Tabla 1

1. Observatorio de medios en la ciudad de Quito		
1.1	Nombre	Observatorio Latinoamericano de la comunicación
1.2	Descripción	Fundado en Quito en el 2009. Forma parte del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL). Desarrolla un pensamiento crítico respecto de los mensajes mediáticos. Realiza investigación, desarrollo de metodologías, insumos pedagógicos, actividades y procesos de capacitación y asesoría en el ámbito de la comunicación y el periodismo. <u>Comunicación@ciespal.net</u> <u>info@ciespal.net</u> Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín Telf:(+593-2) 254-8011
1.3	Tipo de observatorio en función de la temática que investiga	Observatorio general: Diagnósticos de calidad y características de ella en todos los géneros y temas, pero con énfasis en los informativos.
1.4	Composición social	Vinculado a gente de la profesión: comunicación social y periodismo
1.5	Cobertura de medios que analiza	Observación de medios nacionales

1.6	Tipo de medios que observa	Prensa, radio, televisión
1.7	Sistematización y/o publicación de monitoreo de la actividad del observatorio de medios	Se realizan informes de investigación y publicaciones en su página web. Los resultados se socializan en encuentros, talleres, seminarios y conferencias que son abiertas a la ciudadanía.
1.8	Observaciones	

Nota: Observatorio Latinoamericano de Comunicación. Elaborado por Emilia Ramírez

Tabla 2

2. Observatorio de medios en la ciudad de Quito		
2.1	Nombre	Laboratorio de Comunicación y Derechos LABCYD
2.2	Descripción	<p>Fundado en Quito en el 2013. Es un equipo de profesionales que busca generar un trabajo investigativo y de colaboración centrado en el tratamiento de derechos en los medios de comunicación del Ecuador.</p> <p>LABCYD es fruto del convenio de cooperación interinstitucional firmado por el Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN), la Defensoría del Pueblo de Ecuador (DPE) y el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS).</p> <p>https://es-es.facebook.com/labcyd</p> <p>http://iaen.edu.ec/</p>
2.3	Tipo de observatorio en función de la temática que investiga	Observatorio especializado: estudio e identificación de la representación, discriminación y vulneración de derechos en los medios de comunicación ecuatorianos, en especial en lo relativo a los grupos de atención prioritaria y LGTBI (infancia y juventud; víctimas de violencia de género; personas con discapacidad; adultos mayores; personas migrantes; población afrodescendiente, montubia e indígena; personas con enfermedades

		catastróficas y privadas de libertad; entre otros).
2.4	Composición social	Vinculado a gente de diferentes profesiones: conforma un equipo de profesionales de carácter interdisciplinario e internacional, con apoyo científico y técnico desde las diferentes entidades involucradas en el convenio.
2.5	Cobertura de medios que analiza	Observación de medios nacionales
2.6	Tipo de medios que observa	Prensa, televisión
2.7	Sistematización y/o publicación de monitoreo de la actividad del observatorio de medios	Se realizan informes sobre las investigaciones y se los socializa a través de talleres y conferencias que son presentadas en las instalaciones del Instituto de Altos Estudios Nacionales.
2.8	Observaciones	No tiene funcionamiento actualmente

Nota: Laboratorio de Comunicación y Derechos LABCYD. Elaborado por Emilia Ramírez

Tabla 3

3. Observatorio de medios en la ciudad de Quito		
3.1	Nombre	Observatorio de medios Derechos de las mujeres en la Mira
3.2	Descripción	www.humanas.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=10:observatorio-de-medios&catid=9:medios&Itemid=118 Dirección electrónica: info@humanas.org.ec Teléfono: (593 -2) 603- 7568
3.3	Tipo de observatorio en función de la temática que investiga	Observatorio especializado: El Observatorio de Humanas Derechos de las mujeres en la Mira analiza periódicamente el tratamiento informativo que hacen los diez periódicos más importantes del país -en su versión digital- de la violencia de género contra las mujeres. El Observatorio no analiza ni la publicidad ni las fotografías

		que aparecen en dichos diarios.
3.4	Composición social	Vinculado a gente de la profesión: comunicación social y periodismo
3.5	Cobertura de medios que analiza	De circulación nacional: El Telégrafo, El Comercio, El Universo, Diario Hoy, El Extra, Diario Expreso y La Hora. De circulación regional: Diario La Prensa de Chimborazo, La Gaceta de Cotopaxi y El Mercurio de Azuay.
3.6	Tipo de medios que observa	Prensa escrita
3.7	Sistematización y/o publicación de monitoreo de la actividad del observatorio de medios	Boletines Mensuales. Cada mes se podrán consultar las principales informaciones publicadas sobre el tema junto a un breve análisis. Este boletín se puede consultar en la web, sección Boletines Mensuales. Boletines Trimestrales. Cada tres meses se podrá consultar un análisis del tratamiento que los medios dan a las mujeres desde una perspectiva de derechos humanos.
3.8	Observaciones	Paralizó sus labores en junio del 2014

Nota: Observatorio de medios Derechos de las mujeres en la mira. Elaborado por Emilia Ramírez

Tabla4

4. Observatorio de medios en la ciudad de Quito		
4.1	Nombre	Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, Fundamedios
4.2	Descripción	Tiene vida legal desde el 2007
4.3	Tipo de observatorio en función de la temática que investiga	Observatorio especializado: defensa de la libertad de expresión y observación e investigación del contenido de los medios.
4.4	Composición social	Vinculado a gente de la profesión: comunicación social y periodismo
4.5	Cobertura de medios que analiza	De circulación regional

4.6	Tipo de medios que observa	Prensa escrita
4.7	Sistematización y/o publicación de monitoreo de la actividad del observatorio de medios	Publica sus investigaciones en libros e informes a los que se puede acceder a través de su página Web http://www.fundamedios.org/libros-e-informes
4.8	Observaciones	No observa en rigor el trabajo periodístico sino más bien la relación entre medios y gobierno.

Nota: Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios. Elaborado por Emilia Ramírez

Una de las razones que han estimulado el desarrollo de los observatorios de medios en Ecuador es la insatisfacción con respecto al trabajo de los medios de comunicación, así como la preocupación por la situación actual de periodistas y comunicadores con respecto a la libertad de expresión.

Los temas que tienen prioridad en los observatorios de medios en Ecuador son: calidad del ejercicio periodístico, derechos humanos en los medios, análisis crítico de la publicidad desde una perspectiva de género, y libertad de expresión. En cuanto a su composición social, la mayoría de estos observatorios están conformados por profesionales de la comunicación, aunque también por expertos en otros campos de las ciencias sociales. Todos analizan a medios de comunicación nacionales, tanto en prensa, como en radio y televisión.

Ninguno de estos observatorios muestra especial interés por el monitoreo de medios virtuales. Tampoco se hace un uso creativo de las TICS para la socialización de sus investigaciones. Además, sólo el LABCYD tiene relación con el Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN), ningún otro observatorio tiene base en algún centro de educación superior del país, todos forman parte de cualquier otro tipo de organizaciones privadas o públicas.

Los observatorios son importantes porque establecen una distancia necesaria entre el quehacer periodístico y una mirada crítica, fuera del vértigo del día a día de la sala de redacción que no siempre permite ver críticamente lo que se hace. Es una distancia que posibilita ver desde otro

lugar, fuera del medio y de la lógica periodística pero de manera complementaria a lo que el propio medio hace al respecto. Así, la de un observatorio es una mirada que se suma, debe sumarse, a otras miradas: las de los propios medios (autorregulación) y las de las instancias estatales correspondientes (regulación) (Checa, 2011, pág. 50).

En el caso de Ecuador, particularmente de diario El Comercio y diario El Telégrafo, existe la normativa para que los medios tengan su código deontológico, además estos dos diarios han elaborado su manual de estilo, estos dos elementos constituirían la autorregulación. En el caso de la regulación entraría la Ley de Comunicación vigente desde el año 2013 e incluso la Constitución que rige desde el 2008.

Se puede concluir que, a pesar de las diferentes formas de conformación de los observatorios de medios en América Latina, existe un consenso que resuelve que estos espacios sirven para generar reflexión sobre el quehacer de los medios de comunicación. Además de fomentar un análisis de los mensajes mediáticos, estos observatorios pueden convertirse en un espacio donde se promueva el diálogo entre los medios y la ciudadanía.

Los observatorios plantean que se requiere de un usuario que sea más crítico, activo y participativo, que no se conforme con los errores e imprecisiones que en ocasiones comenten los medios, que trascienda el ámbito doméstico a la hora de protestar contra algunas actuaciones de los medios y que se movilice más para exigir que los periodistas cumplan honradamente sus tareas (Herrera, 2005, pág. 2).

2.2 Trayectoria de la prensa en Ecuador

El 5 de enero de 1792, Eugenio de Santa Cruz y Espejo publicó Primicias de la Cultura de Quito, que se convertiría en el primer periódico del Ecuador. Las páginas de este medio estaban plasmadas con ideales de justicia y libertad, por influencia de la Revolución Francesa.

El historiador ecuatoriano Enrique Ayala Mora (2012, pág. 5) cuenta más sobre este suceso que marcó la comunicación en nuestro país:

Primicias se imprimió en Quito por el tipógrafo Salazar. Tenía un formato pequeño de “un cuarto”, como se llamaba, con un promedio de dieciséis páginas. Anunció que aparecería cada quince días. El periódico, obviamente, no estaba destinado a divulgar noticias, que podían conocerse de un día para otro, sino a publicar textos de opinión, destinados a fomentar los intereses locales y a promover tesis. Contenía ensayos sobre cuestiones filosóficas, políticas, literarias y de promoción económica; discursos, cartas y también piezas más cortas e inclusive unos pocos anuncios. Apenas llegó al número 7, pero abrió una nueva etapa de la comunicación y la cultura.

Más adelante en su texto, Ayala Mora menciona que el segundo periódico nació en Guayaquil el 21 de abril de 1821. Este ejemplar llevaba el nombre de El Patriota de Guayaquil y se imprimió a cargo de Manuel Ignacio Murillo. Con los años el periódico cambió su nombre por El Colombiano del Guayas. Además, “aunque la redacción de este periódico fue anónima, se ha logrado establecer que José Joaquín Olmedo y Rafael Jimena fueron parte activa del mismo” (Avilés, 2014).

Efrén Avilés también señala la existencia de otros periódicos nacionales. En Cuenca apareció El Eco del Azuay por iniciativa de fray Vicente Solano y Francisco Eugenio Tamariz. A través del tiempo, Ecuador vio nacer y morir a muchos medios de comunicación que se mantuvieron en escena temporalmente. Entre estos se puede mencionar a El Quiteño Libre, El Vengador, La Linterna Mágica y La América Latina, El Ecuatoriano en la capital del país. En Latacunga surgió La Época y en Riobamba Orden y Libertad. La región Costa fue la cuna de periódicos como El Zurriago, La Ilustración, La Opinión de Manabí, El Eco de Manabí, El Católico del Guayas, El Clamor, El Grito del Pueblo, El Tiempo entre otros.

En Loja se publicó un primer periódico, que llevaba el nombre de La Federación, hecho que expresaba la voluntad local de constituir un

“distrito federal lojano” en medio de la crisis de 1859. El primer periódico de Imbabura fue El Imbabureño. Y el primero de Ambato, El Tungurahua (1860). Ambos, como algunos de otros lugares, llevaban nombre de identidad local. A lo largo del siglo XIX en todas las capitales de provincia, incluso algunas de cantón, se habían publicado periódicos (Ayala, 2012, pág. 9).

A partir de 1866 don Juan Montalvo publicó “El Cosmopolita”, que causó gran polémica; y en 1878, don Juan Bautista Elizalde inició la publicación de “La Nación”, que circuló durante veintisiete años dejando a su paso una profunda huella en el periodismo nacional. Por esa misma época y para combatir al gobierno del Gral. Ignacio de Veintemilla, en 1880 apareció en Cuenca “El Correo del Azuay” (Avilés, 2014, pág. 2).

Sobre el papel y los alcances de los medios de comunicación en la sociedad ecuatoriana, Ayala Mora establece que, a pesar de sus particularidades, todos los periódicos cumplían un papel de cohesión social y de construcción del proyecto de Estado-Nación. Además menciona que:

Se disputaban la defensa de la patria y sus valores, promovían la “ecuatorianidad”, aunque la entendieran de diversas y hasta opuestas maneras. Por ejemplo, unos consideraban “patriótica” la defensa de los valores tradicionales; otros el combatirlos y hacer avanzar a la República con la profundización de la democracia. Pero ambos pensaban en el desarrollo de una “cultura nacional” que, efectivamente fue penetrando paulatinamente en las elites, sectores medios y grupos populares mestizos, fundamentalmente urbanos que, aunque subalternos, se sentían parte de la comunidad nacional. La participación de la prensa en la constitución del Ecuador como nación es muy importante y prácticamente no se ha estudiado (Ayala, 2012, pág. 11).

Una de las dificultades más fuertes con la que tuvieron que lidiar estos medios fue la intervención de la Iglesia en los contenidos periodísticos que se difundían. Ayala Mora

observa que los redactores debían tener permiso a los obispos antes de publicar las notas, para establecer si el contenido no estaba en contra de los principios católicos y eran aptos para ser leídos por la gente.

Diario El Telégrafo que es denominado “El Decano de la Prensa nacional” y continúa en circulación, hizo su aparición el 16 de febrero de 1884 bajo la inspiración de su fundador Don Juan Murillo Miró. A través de sus páginas se combatió duramente al gobierno de José María Plácido Caamaño; en Quito, y para defender al gobierno, el Dr. Ángel Polibio Chávez empezó a publicar El Ecuatoriano.

Las primeras personas que ejercieron el periodismo lo hicieron de forma empírica, aprendían y perfeccionaban esta actividad con la práctica. “No existieron en el siglo XIX periodistas que podríamos llamar “profesionales”, pero varias personas se dedicaron a la producción periodística como una actividad fundamental (...) Con el tiempo se vio la necesidad de prepararlos en el nivel universitario y en los cuarenta se crearon las escuelas de periodismo en las universidades públicas de Quito y Guayaquil” (Ayala, 2012, pág. 9).

Dos de los diarios más grandes y con mayor circulación e influencia del país nacieron a principios del siglo XX. En 1906 en Quito fue fundado diario El Comercio por Carlos Mantilla Jácome. Y en Guayaquil, en 1922 fue fundado diario El Universo a cargo de Ismael Pérez Pazmiño. “Actualmente existen alrededor de 35 diarios a nivel nacional, local y regional” (Gallegos, 2014).

Con esta breve recopilación de hechos sobre la historia de los periódicos en Ecuador y su trascendencia en la historia del país, se puede apreciar su progresiva evolución, no sólo en cuanto a sus formatos y formas, sino también con respecto a sus alcances y objetivos.

En sus inicios, la prensa estaba encaminada a fortalecer los ideales cívicos del Estado-Nación. Pasó también por un momento de contestación y muestras de inconformidad con las acciones de ciertos líderes políticos y otras figuras. Con el tiempo fueron apareciendo periódicos encaminados a facilitar el comercio a través de la difusión de información de interés para compradores y vendedores. Sin duda, el aspecto cultural también fue

trascendental en este camino recorrido y entre las páginas de los medios ecuatorianos han pasado las plumas de figuras como José Joaquín de Olmedo, Juan Montalvo y otros personajes pasados y contemporáneos que han enriquecido el periodismo del país.

El carácter de la prensa de hoy es informativo y de formación de opinión pública. Incluso algunos medios tienen contenidos formativos, particularmente en relación a la construcción de ciudadanía.

En Ecuador, los medios de comunicación se dividen en tres grandes grupos: privados, públicos y comunitarios, tal como lo estipulan la Constitución y la Ley de Comunicación. Los periódicos que forman parte de esta investigación son: diario El Comercio que es un medio de comunicación privado y diario El Telégrafo que es un medio de comunicación público.

La Constitución del Ecuador (2008) garantiza en sus páginas el derecho de todas las personas a buscar, intercambiar y difundir información verificada y oportuna. Además, incentiva el desarrollo de una comunicación libre, diversa y participativa. Asegura también que el Estado “facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios” (artículo 17, numeral 2).

Por su parte, la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, vigente desde el año 2013, trae consigo una serie de cambios y el establecimiento de nuevas normativas. Entre las acciones que ha llevado a cabo están la integración del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y la designación del Superintendente de la Información y Comunicación. La Ley defiende en sus principios la participación, la democratización de la comunicación, la transparencia, además del derecho a la libertad de expresión y opinión.

Entre las responsabilidades que confiere a los medios se encuentran la de responsabilidad ulterior y la prohibición de censura previa. También solicita a los medios de comunicación a publicar sus códigos deontológicos, de manera que estos estén al alcance de la comunidad. En caso de no contar con un código deontológico se pide desarrollarlo y después publicarlo. Otro de los procesos que se está llevando a cabo

es la incorporación de defensores de lectores y audiencias en los medios de comunicación.

Además, define a los medios de comunicación públicos como personas jurídicas creadas a partir de una institución pública, ya sea por decreto, ordenanza o resolución. Estos medios tienen garantía de autonomía editorial. Sus objetivos son: difundir contenidos que fomenten el respeto a los Derechos Humanos, fomentar el debate público, la igualdad de género, la interculturalidad. Por otro lado, los medios de comunicación privados son definidos por la Ley de Comunicación como “personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, artículos 78 y 84).

Con respecto a la agenda de contenidos que manejan los medios del país en los últimos años, José Villamarín Carrascal manifiesta que “la agenda de los medios de comunicación privados no ha sido otra que el ataque sistemático al gobierno a través de la visibilización de ciertas noticias desfavorables al régimen; en el caso de los medios públicos, la agenda es exactamente la contraria: visibilizar al máximo los asuntos positivos del gobierno e invisibilizar los aspectos negativos. Eso es convertirse en actores políticos y no en actores sociales, eso es hacer propaganda y no información” (Villamarín, en entrevista personal, 27/11/2014).

En un breve análisis sobre el periodismo ecuatoriano actual, este comunicador advierte:

El periodismo ecuatoriano viene intentando hacer las cosas con profesionalismo, sin embargo hay que distinguir dos cosas: la una es querer hacer trabajo periodístico en términos profesionales; y la otra es querer convertirse en actores políticos a partir del periodismo. En nuestro país los medios no han sido regulados, han estado desarrollándose a la buena de Dios, en el mejor de los casos, ha habido una casi autoregulación en ciertos medios de comunicación, donde ciertos periodistas han intentado manejarse con ética y profesionalismo. Se da otra situación: hay muchos periodistas empíricos que no saben en qué

consiste exactamente la profesión; y otros que siendo profesionales no están lo suficientemente preparados para asumir con responsabilidad social una tarea tan complicada y delicada como lo es la difusión de noticias en el país. (Villamarín, en entrevista personal, 27/11/2014)

2.3 Diario El Comercio

Diario El Comercio es un medio de comunicación privado e impreso, que actualmente también cuenta con una versión multimedia. Este diario estuvo en manos de la familia Mantilla desde su fundación en 1906 hasta el 2014. Posteriormente la mayor parte de sus acciones pasaron a la empresa ecuatoriana TELGLOVISIÓN, según una consulta personal realizada a Henry Tobar (07/03/2015), abogado de Grupo El Comercio. En la misma conversación se mencionó que Grupo El Comercio tiene una facturación bruta de 50 millones de dólares al año.

En el estatuto social de esta compañía consta que el diario es “independiente y democrático, cuya principal misión es informar con objetividad sobre los sucesos nacionales e internacionales analizándolos con imparcialidad y defender los intereses del país” (Grupo El Comercio, pág. 1).

El diario fue fundado por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome. En sus inicios “se editaron cuatro páginas de formato estándar, impreso en un taller servido por cinco tipógrafos, un armador de planos, un prensista que operaba una pequeña máquina manual y algunos ayudantes. El tiraje se limitó a 500 ejemplares. El desarrollo del periodismo ecuatoriano, así como de la publicidad, fueron estimulados por este diario, gracias a la constante preparación de sus recursos humanos y a la incorporación permanente de nuevas tecnologías en las artes gráficas” (Grupo El Comercio, 2014).

Este diario es un medio de comunicación de alcance nacional y tiene un tiraje publicado el domingo 25 de enero de 2014 de 142 168 ejemplares. Este diario, al igual que muchos otros medios privados, ha sido acusado por el gobierno de supeditarse a la oposición política por sus discrepancias con respecto a la administración de Rafael Correa.

En el código deontológico que rige a Grupo El Comercio consta que sus empresas, incluido diario El Comercio, tienen “independencia editorial asociada a la integridad en sus publicaciones, servicios y productos. Esta independencia editorial incluye la relacionada con la gestión comercial del GEC” (Grupo El Comercio, 2014, pág. 2).

Diario El Comercio está relacionado con Grupo El Comercio, que también maneja otros medios: Diario Últimas Noticias, Semanario Líderes, Radio Quito, Radio Platinum, la Agencia de noticias Ecuadoradio y el portal de ventas web COMPRA YA.

2.4 Diario El Telégrafo

A finales del siglo XIX, el 16 de febrero de 1884, nace en Guayaquil diario El Telégrafo, en un momento cuando “la apariencia y estructura de los nuevos diarios fue cambiando respecto de los periódicos tradicionales. Se imprimían en “gran formato” con cuatro páginas, de cuatro, cinco o hasta seis columnas [...] La innovación tecnológica que más influyó en el desarrollo de la prensa fue el telégrafo. No es coincidencia el que uno de los periódicos de mayor influencia y duración en la historia del Ecuador, que se transformó en “decano de la prensa nacional”, se llame El Telégrafo” (Ayala, 2012, pág. 15).

La iniciativa para la creación del medio estuvo a cargo de Juan Murillo Miró, personaje que emprendió esta empresa tras su retorno de Europa. “El discurso radical y liberal permitió que el Diario sea una guía durante la Revolución Liberal” (El Telégrafo, 2014).

Desde el primer día se identificó claramente con los principios e ideologías liberales, y a través de sus columnas se combatió duramente al gobierno progresista del Dr. José María Plácido Caamaño, razón por la cual éste ordenó su clausura el 3 de julio de 1886. Después de permanecer en silencio durante 10 años, volvió a circular el 14 de octubre de 1896, luego del triunfo de la Revolución Liberal. A partir del 3 de julio de 1986, gracias a la acertada dirección de sus nuevos propietarios salió a circulación nuevamente y en poco tiempo logró captar la preferencia de los lectores y del público que busca una nueva y mejor alternativa en el campo de la información. Se convirtió así -tal cual lo había sido desde su

inicio- en uno de los principales y más importantes periódicos del Ecuador. Lamentablemente, problemas posteriores llevaron nuevamente sus destinos hacia la incertidumbre, y para el año 2003 se debatía nuevamente entre la vida y la muerte (Avilés, 2014, pág. 1).

Como se ha mencionado, el propietario original de diario El Telégrafo fue Juan Murillo Miró, quien se vio obligado a cerrar por manifestar una clara oposición a los actos del gobierno de José María Plácido Caamaño. Diez años después de este suceso, José Abel Castillo tomó posesión del diario y continuó con sus labores. A partir de 1972 el periódico pasó manos de banqueros y empresarios. “Durante la administración del banquero Fernando Aspiazú, el rotativo publicó páginas de defensa a las acusaciones que recibió por el fraude bancario” (ANDES, 2013).

A causa de las deudas de su propietario de aquel momento, Fernando Aspiazú, el diario pasó a manos de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) y posteriormente se entregó como parte de pago al Ministerio de Economía.

Tal era su estado, que por el mes de abril del 2007 la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) ya pretendía apoderarse de él para convertirlo en un órgano oficial del Estado, situación que se cumplió el 7 de junio cuando, respaldados por un fuerte contingente policial, funcionarios de la AGD ingresaron a las instalaciones del diario, destituyeron al presidente de la Compañía El Telégrafo, Sr. Carlos Navarrete Castillo, y lo reemplazaron por diferentes funcionarios ajenos a Guayaquil y su historia, cambiando además a los miembros del directorio y principales ejecutivos (Avilés, 2014, pág. 1).

En el año 2007, diario El Telégrafo sería refundado para convertirse en el primer diario público del Ecuador. Actualmente está dirigido por el periodista Orlando Pérez. Desde julio de 2010, la impresión de este diario estuvo a cargo de Editores Nacionales Gráficos (Editogran) Sociedad Anónima. A partir del 15 de enero de 2014, este diario pasó a formar parte de la empresa pública El Telégrafo EP, por disposición de la Ley Orgánica de Comunicación. Por lo tanto “se declara la disolución forzosa sin liquidación de la Sociedad Anónima Editores Gráficos Nacionales S. A. (Editogran), empresa que

administraba los diarios El Telégrafo y PP El Verdadero, desde el año 2010” (El Telégrafo, 2015).

Con la Constitución que rige al país desde el 2008, “se ha tratado desde el gobierno de establecer un sistema público de medios de comunicación, del que es parte el diario El Telégrafo, “decano de la prensa nacional”, que fue recibido por el estado como resultado de la crisis bancaria” (Ayala, 2012, pág. 32).

Diario El Telégrafo es un medio de comunicación de alcance nacional. El tiraje publicado el domingo 25 de enero de 2014 es de 18 000 ejemplares. Desde muchos sectores sociales y políticos del país se sugiere que este diario además de ser público es pro gobiernista por su tendencia a publicar desde una óptica positiva el quehacer del gobierno de Rafael Correa.

José Villamarín, por ejemplo, considera que la actividad de los denominados medios públicos se ha enfocado en visibilizar los asuntos positivos del gobierno e invisibilizar los aspectos negativos. “Eso es convertirse en actores políticos y no en actores sociales, eso es hacer propaganda y no información” (Villamarín, 2014).

Por su parte, Orlando Pérez, director de diario El Telégrafo destaca que este medio “es un espacio para el mejor periodismo, al servicio de la ciudadanía, de las grandes causas del país y forjando una identidad con el mayor sentido de patria” (El Telégrafo, 2014, pág. 2).

2.5 Elementos de observación mediática

En esta investigación se han recogido datos de tres grupos de personas que han contribuido a evidenciar algunos los elementos que serán tomados en cuenta para el trabajo de monitoreo del observatorio de medios. La finalidad de esta actividad es escuchar todas las voces involucradas ya que se pretende generar un proceso integral y sin intención de exponer criterios unilaterales.

Las fuentes consultadas se componen por: los criterios profesionales de expertos en comunicación y observatorios de medios a través de entrevistas y fuentes documentales; la ciudadanía a través de las cartas que se envían a los directores de los diarios El

Comercio y El Telégrafo; y finalmente las apreciaciones de los directores de estos dos medios de comunicación y las rectificaciones que se publican en estos dos diarios.

- Criterios profesionales

En su texto *Estándares de calidad de la información y democracia de calidad*, el comunicador José Villamarín Carrascal expone seis estándares de calidad de la información que debieran practicarse en el ejercicio periodístico. Estos estándares son: equilibrio y contrastación de fuentes, diferenciación entre información y opinión, contextualización, precisión, y rigurosidad idiomática. Sobre este modelo de trabajo periodístico José Villamarín expresa (en entrevista personal, 27/11/2014):

Los estándares de calidad son una propuesta personal que la he venido trabajando desde hace ocho años aproximadamente. Es una metodología para hacer monitoreo de medios que me ha llevado un buen tiempo y que creo que puede dar resultados en ese sentido. Se debe trabajar sobre la base de estándares de calidad de la información, que es mi propuesta. Todos los productos y servicios que existen en el país, desde la confección de una camiseta hasta la elaboración de la estructura de un edificio, todo tienen estándares de calidad, y la información que es un bien tan delicado, tanpreciado, lo que primero debería tener son estándares de calidad que sean los referentes a partir de los cuales el lector pueda conocer exactamente si el medio está cumpliendo o no, responsablemente con su tarea. La idea que se trabaje con el día a día del periodista y es a partir de allí que aparecieron esos seis estándares de calidad, que no son otros que los referentes con los que el periodista trabaja en las salas de redacción y que él los ha aceptado como tales, es decir como puntos de partida para un periodista responsable.

La necesidad de que en el periodismo exista equilibrio y contrastación de fuentes: “Frente a una versión sobre un hecho importante, delicado, urge tener no solo la versión de la contraparte, sino también de otros posibles implicados y de analistas que, al no tener intereses creados, puedan dar una versión menos contaminada (...) El

unifuentismo, está más cerca de la propaganda que del periodismo, entendida aquella como la búsqueda de adeptos a una causa.” (Villamarín, 2013, pág. 25). Además, es preciso tener un equilibrio en la cantidad de fuentes.

Villamarín también habla de la separación entre información y opinión, y explica:

El hecho no requiere de cita porque es así y no de otra manera (citar la fuente sería como “lover sobre mojado”). La opinión si requiere de cita, pues es solo un punto de vista personal y debe aparecer el responsable de lo dicho. Hay casos en los que se presenta erróneamente una opinión como un hecho cuando la fuente es omitida, muchas veces esta práctica tiene fines propagandísticos (Villamarín, 2013, págs. 26-27).

Más adelante, en su texto, también se menciona a la rigurosidad idiomática como un estándar de calidad de la información. Al respecto menciona que interesan los errores de tipeo (mecnográficos) o los errores de ortografía, “pero interesa más el uso de términos con connotaciones negativas, que pueden ser usados intencionalmente con fines ideológicos para afectar a alguien. Como dice el filósofo ruso Mijail Bajtin, el lenguaje está saturado ideológicamente, refleja una concepción del mundo. Por eso, el uso de una u otra palabra implica una clara toma de posiciones” (Villamarín, 2013, pág. 29).

Además de observar el cumplimiento de los estándares de calidad de la información que propone Villamarín, la investigación realizada sugiere incluir en el ejercicio de observación y análisis el tratamiento periodístico en cuanto al tratamiento periodístico que se le da a varios grupos de atención prioritaria. Se han tomado algunos índices de vulneración de derechos que sean fácilmente medibles en la prensa. Estos elementos forman parte de una investigación publicada en el 2014 en Ecuador por el Laboratorio de Comunicación y Derechos (2014, págs. 14-24):

- Distorsión

Deformar, alterar o tergiversar los acontecimientos, los hechos, los símbolos, las señales, los signos, las imágenes, etc., en su proceso de transmisión y de modo intencionado. Este acto produce una información sesgada o tendenciosa.

Los indicadores que ayudarán a determinar esta vulneración son:

Utilizar intencionadamente un número desequilibrado de fuentes, que expliquen o respalden una versión de los hechos o argumentos.

Disminuir o amplificar la relevancia de un hecho o acontecimiento.

Descontextualizar los sucesos ofreciendo una visión superficial.

Mostrar sólo una parte de la realidad sin ofrecer la contraria o una segunda versión.

Dar más peso (cuantitativo o cualitativo) a una de las dos partes en conflicto.

Deformar la realidad a través del uso de datos o imágenes que no corresponden a ella.

Ofrecer una visión adultocentrista, androcentrista o cualquier otra perspectiva hegemónica.

Ofrecer un punto de vista generalizante de los acontecimientos o de un colectivo, sin explicar ni entrar en detalles.

- Estereotipización

Identificar a una persona o colectivo de manera permanente con base en una imagen, una idea preconcebida o una representación distorsionada, rígida, simplificada y generalizada de algunos de sus rasgos o actitudes.

Los indicadores que ayudarán a determinar esta vulneración son:

Representar cualquier tipo de cualidad o condición física, psicológica, étnica, de origen, etaria, orientación sexual como un estándar superior.

Asignar a cada uno de los géneros o colectivos un rol, comportamiento social, característica física o psicológica determinada.

Atribuir a una persona o colectivo un comportamiento social, características físicas o psicológicas con base en su hábitat o procedencia rural o urbana.

Folklorización o uso excesivo del costumbrismo.

Ofrecer cobertura de una persona, colectivo o acontecimiento con una visión lejana, misteriosa y poco relacionada con la realidad (exotización).

Definir a una persona, colectivo o situación a partir de ideas preconcebidas -generalmente desfavorables- que enfatizan unos atributos en detrimento de otros (prejuicios).

Incitación, fomento o apología de la estereotipización.

- Mal empleo del lenguaje

Utilización de la palabra o la imagen de modo inadecuado. El lenguaje se refiere a cualquier herramienta que permita la comunicación entre actores: palabra (escrita o sonora), imagen o kinésica. Siendo el lenguaje la principal herramienta de los medios de comunicación, su correcta utilización por parte de los profesionales de los medios requiere de ciertos mecanismos de protección y capacitación, que contribuyan a una comunicación respetuosa y al fomento de un correcto uso del lenguaje por parte de la sociedad.

Los indicadores que ayudarán a determinar esta vulneración son:

Uso sustantivante del lenguaje.

Empleo de metáforas negativas fundamentadas en creencias erróneas.

Uso peyorativo del lenguaje.

Construir un “ellos” u “otro” y enfrentarlo al “nosotros”.

Identificar a alguien como diferente o especial por sus características físicas o psicológicas (adjetivación).

Uso de metáforas para caracterizar conductas sociales negativas o cualidades físicas.

- Ciudadanía lectora de diario El Comercio y diario El Telégrafo

En diario El Comercio se publican cartas al director todos los días, sin embargo de las muestras tomadas entre octubre del 2014 y enero del 2015, sólo cuatro cartas han presentado contenido relacionado con el ejercicio periodístico que se practica en el medio. Los textos que se han subrayado en negrita son realizados por la autora de este trabajo, para evidenciar los elementos que la ciudadanía pide sean mejorados en el ejercicio periodístico. Los textos originales no tenían ningún subrayado.

La mejor manera de evaluar a un diario es leer “Cartas del Lector”. Estas son las más veraces pues no tienen regularmente ninguna atadura comercial o económica. Es ahí como podemos ver si es el adulo o la crítica positiva lo que hace que un editor permita la libre expresión o no, podemos detectar con esta simple lectura, el miedo tanto del diario por publicar o el de los lectores por **escribir la verdad**. En las cartas de los lectores es lo más valioso de un diario”¹ (El Comercio, 2014, pág. 11).

En una carta se menciona se menciona, entre otras cosas, que el ejercicio periodístico debiera proveer de **información veraz, oportuna y contextualizada**, además de orientar el juicio de los lectores **sin manipulación** y “rectificar cuando fuere procedente y necesario, en defensa de la **verdad de los hechos**, y de la presunción de inocencia de un individuo cuando es del caso”² (El Comercio, 2014, pág. 11).

¹ Carta publicada el 18/10/2014 por el ciudadano Raúl A. González Tobar

² Carta publicada el 26/10/2014 por el ciudadano Carlos Humberto Zambrano Zúñiga.

Con relación a dos artículos que llevan por título: "El Foro de los Comunes intenta 'politizar' a Quito" (subido el 18 de octubre a las 13h30) y "Foro de los Comunes pide más debates" (publicado el 19 de octubre de 2014) queremos señalar lo siguiente: I. En ambos textos se informa a la ciudadanía de modo completamente alejado de los criterios vertidos en el evento organizado por nosotros el último sábado (...) Como Foro de los Comunes, agradecemos la cobertura periodística de El Comercio, pero hacemos un **llamado de atención respecto a la calidad y fiabilidad de la misma**, por lo que solicitamos la oportuna rectificación de la noticia³ (El Comercio, 2014).

El 17 de octubre del 2014, diario El Comercio en su versión digital publicó la Rectificación a pedido de Gustavo Merino, del Consejo de Participación: "Sobre la nota "El Cpcps convocará a una veeduría para el concurso de defensores de audiencias", publicada el 12 de octubre. **El título no corresponde a la verdad:** la convocatoria a veeduría para este proceso de designación inició el 16 de septiembre y finalizó el 29 de septiembre (...)" (El Comercio, 2014).

En estas cartas al director se puede observar la reiteración de elementos que los lectores consideran que debieran ser parte del ejercicio periodístico, entre estos se encuentran: información veraz y contextualizada, imparcialidad, desligamiento de posturas políticas, precisión en los datos.

Por otro lado, en las cartas al director de diario El Telégrafo se aprecian casi en su mayoría temas coyunturales sobre la realidad nacional e internacional y sobre otros temas ajenos al ejercicio periodístico como tal. Sin embargo se ha evidenciado esta manifestación ciudadana sobre el quehacer periodístico de manera general:

Hace pocos días un videoblogger usó su ingenio para atraer la atención de los medios de comunicación. Este joven (...) se encargó de difundir el material en el cual se ve a un sujeto que se detiene en una intersección, se baja de su auto e increpa al conductor del vehículo de atrás. Luego golpea a la víctima, quien sería un sacerdote. El joven videoblogger, a través de

³ Pedido de rectificación por parte de Foro de los Comunes publicado el 24/10/2014

otro video, acepta que todo fue parte de un acto premeditado y que el material fue difundido en algunos medios televisivos, sin que ninguno comprobara la realidad del hecho. Lo que podría considerarse una broma de mal gusto invita a los responsables de los medios de comunicación a reflexionar: ¿en dónde está el **trabajo de investigación y la responsabilidad ulterior**?, ¿realmente se practica este oficio con **profesionalismo**? El público no merece ser parte de un engaño⁴ (El Telégrafo, 2014, pág. 13).

El viernes 21 de noviembre de 2014, diario El Telégrafo publicó un texto titulado: ‘Pacientes de centro médico se quejan de que deben esperar en exteriores’. Al respecto, debo mencionar que, como se detalló, nos reunimos con el personal de guardia de ese día, quienes comunicaron que no han tenido inconvenientes de este tipo con los usuarios; más aún, se cumple con las normativas emitidas por la administración de esta institución. Otro detalle es que en la nota no se indica con **exactitud** si se trata del hospital Matilde Hidalgo de Procel, ya que en el sector existen varias clínicas y centros médicos, lo que puede causar confusión en la población al relacionarlo con una de las casas de salud del Ministerio de Salud Pública, por lo cual solicitamos la grabación para **comprobar las aseveraciones** de este texto, caso contrario, se publique la rectificación correspondiente.⁵ Este texto fue publicado en la versión digital del medio (El Telégrafo, 2015).

- Directores de los diarios El Comercio y El Telégrafo

El tercer grupo tomado en cuenta en esta investigación está compuesto por los directores de diario El Comercio y diario El Telégrafo, a quienes se los entrevistó para abordar temas como los parámetros de calidad del ejercicio periodístico de sus respectivos medios de comunicación.

Marco Aráuz, director adjunto de diario El Comercio, asegura que los parámetros de calidad se reflejan en el cumplimiento del código de ética y manual de estilo del Grupo El Comercio, así como a las leyes y reglamentos vigentes. “Es decir un ejercicio

⁴ Carta publicada el 14/10/2014 por el ciudadano Ricardo López

⁵ Carta publicada el 14/01/2015 por el ciudadano José María Palau

periodístico que contemple información bien contrastada, bien escogido el género periodístico que se va a desarrollar, muy bien coordinada la producción de esa información en cuanto a fotografía, infografía e ilustraciones” (Arauz, en entrevista personal, 25/11/ 2014).

Con respecto al equilibrio y contrastación de fuentes periodísticas, Arauz sostiene que estas se establecen en una planificación previa al ejercicio de reportería, donde se incluyen a todas las partes interesadas. Para la elaboración de un reportaje se solicitan de cuatro a cinco fuentes. “En la reportería, se pide a los periodistas que contrasten las declaraciones con la realidad. Nos interesa mucho que la persona que va a desarrollar un tema sepa el estado el que está el tema, que se ha publicado sobre eso, que cifras hay, qué dicen los especialistas, todavía no para publicar sino para saber qué nuevo podemos contar” (Arauz, en entrevista personal, 25/11/ 2014).

Según Arauz, la información antes de ser publicada en diario El Comercio pasa por varios filtros, de esta manera se garantiza mayor calidad. En el proceso de planificación intervienen: el periodista, el infografista, el fotógrafo y la persona de multimedia; con esto se profundiza y se delimita el tema.

El redactor escribe su nota y esta es revisada por los editores. Intentamos que todas nuestras notas pasen por los editores pero a veces es difícil cuando se trata de información rápida que se publica en el digital, pero aun así tenemos filtros, porque está el *community manager* y las personas que administran a la página y hacen un rápido control de calidad (Arauz, en entrevista personal, 25/11/2014).

La inmediatez con la que se trabaja en un diario es un tema que conlleva riesgos. De acuerdo con Marco Arauz, se intenta buscar un equilibrio con inmediatez para no sacrificar la calidad, la verificación y las fuentes. “A veces ponemos una versión, señalando que es una versión unilateral que alguien lo dijo y en el camino vamos completando el proceso informativo. Somos muy cuidadosos porque debemos mantener la credibilidad, sabemos que tenemos que ir rápido pero con seriedad” (Arauz, en entrevista personal, 25/11/2014).

Sobre los observatorios de medios, Marco Arauz considera positivo que, entre otros temas, se trabaje con respecto al tratamiento periodístico y al espacio que se les da a las minorías y a los grupos vulnerables. Otros elementos que sugiere para el monitoreo son la agenda mediática de los medios públicos y el periodismo que se ejerce en los mismos, “porque además son medios que operan con dineros oficiales y creo que es bueno saber cómo se lo está usando” (Arauz, en entrevista personal, 25/11/2014).

Por su parte, Orlando Pérez, director de diario El Telégrafo, sostiene que la calidad del trabajo periodístico del medio al que representa se basa en la buena investigación, la buena redacción y la buena fotografía. Aunque reconoce que todavía están desarrollando estándares de calidad del trabajo periodístico. “No conozco hasta ahora un medio de comunicación que haya implementado un sistema que regule, armonice y por lo menos explique los estándares de calidad para los trabajos periodísticos” (Pérez, en entrevista personal, 09/12/ 2014).

En cuanto al equilibrio y contrastación de fuentes, Orlando Pérez señala que se requiere mínimo dos fuentes, que proporcionen información y no solamente opinión sobre los temas que se abordan.

Antes de que la información sea publicada en diario El Telégrafo, pasa por cuatro filtros, según lo menciona Orlando Pérez. El mismo periodista, quien verifica y contrasta los datos. El editor, quien revisa, pide más datos o sugiere repetir. El corrector de estilo, quien se encarga de revisar la gramática y de que los datos sean fidedignos. Y finalmente está una coordinadora de control de calidad, quien revisa las páginas y realiza un trabajo crítico. “Ella trabaja desde las 12 de día hasta las 8 de la noche y revisa todo el diario. Cuando yo veo las páginas firmadas por ella, ya me siento más tranquilo para la aprobación de una página cuando hay un tema complejo o delicado. Entonces en la práctica son cuatro filtros y el último lo pongo yo” (Pérez, en entrevista personal, 09/12/ 2014).

Según su director, a diario El Telégrafo la inmediatez no lo ha afectado demasiado, cree que más personas van a leer el diario mientras mejor información se les proporcione, pero eso no se mide en cantidad sino en calidad del trabajo periodístico. “Nosotros

preferimos no publicar si no está confirmado y por eso nosotros esperamos hasta setenta y dos horas y si no hay respuesta y nuestros documentos nos respaldan, publicamos” (Pérez, en entrevista personal, 09/12/ 2014).

Orlando Pérez confiere gran importancia a la labor realizada desde un observatorio de medios, aunque señala algunas fallas que visualiza en este tipo de organizaciones en Ecuador. “La metodología de los observatorios de medios es la que está en crisis (...) hay que pensar bien si los observatorios están observando qué clase de periodismo se hace ahora o están manejándose los clásicos paradigmas del siglo pasado que prácticamente están en crisis” (Pérez, en entrevista personal, 09/12/ 2014).

Sobre los temas que se analizan desde un observatorio de medios, Pérez considera que debieran abordarse los temas de interés público, así como el monitoreo del tratamiento que se les da a grupos de atención prioritaria y género “tienen que ser mucho más críticos, pero sobre todo tiene que haber conocimiento, entendimiento, preparación y enfoque real de esos temas (...) eso es parte de las universidades también. Hay que dotar de una epistemología mucho más fuerte a los estudiantes sobre determinados temas para abordaje más profesional y riguroso” (Pérez, en entrevista personal, 09/12/ 2014).

Como se ha mencionado, los elementos que se tomarán en cuenta para el ejercicio de observancia mediática está relacionados por completo al trabajo periodístico que se realice en los diario El Comercio y El Telégrafo. Además de los parámetros de calidad que exige un buen periodismo, se estudiará el trabajo que se realice con respecto a la protección a víctimas y a una posible reproducción de estereotipos.

En esta investigación se acudió a tres fuentes que proveyeron de criterios para garantizar el trabajo periodístico: profesionales expertos en el ejercicio periodístico y el monitoreo de medios, la ciudadanía lectora de los diarios El Comercio y El Telégrafo, y finalmente los directores de estos dos medios de comunicación.

A partir de la información proporcionada y analizada, se ha encontrado elementos en común que comparten los tres grupos investigados. Se ha construido un índice de observación de prensa en géneros informativos; en éste constan cuatro elementos que responden a la forma en que se maneja la información, y dos elementos que tienen que

ver con el contenido de las notas periodísticas. De esta manera se presentan los siguientes parámetros de calidad periodística y un elemento posiblemente reproducido por el periodismo que corresponde a la estereotipización de las personas, el incumplimiento de la protección a víctimas y de la presunción de inocencia.

Índice de observación de prensa en géneros informativos:

- Equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas
- Contextualización de la información
- Precisión de la información
- Uso riguroso del lenguaje
- Estereotipización, incumplimiento de protección a víctimas y de presunción de inocencia

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO DE MEDIOS

3.1 Caracterización del observatorio de medios

La tipología del observatorio de medios es el resultado de un proceso de investigación en torno a organizaciones y personas que estudian el quehacer de los medios de comunicación; el análisis realizado sobre la información recolectada; y la planificación ordenada de los elementos que son pertinentes de implementar a partir de nuestro contexto y realidad. Entre otras cosas, esta tipología permitirá establecer la composición social y la delimitación del objeto de análisis del observatorio de medios. Además, proporcionará los criterios necesarios para distinguir el trabajo de este observatorio con el trabajo realizado por otras organizaciones similares.

Según Susana Herrera (2005, págs. 4-5) los observatorios de medios, particularmente aquellos surgidos en América Latina, presentan una tipología a partir de criterios como: la temática que investigan; su origen y composición social; la cobertura de medios que analizan; el tipo de medios que observan.

La metodología que se desarrolla en esta investigación, corresponde a un observatorio de medios con las siguientes características:

De acuerdo a la temática que investiga, éste es un observatorio de medios de tipo general, pues su trabajo es el monitoreo del ejercicio periodístico como tal. A pesar de que se ha desarrollado un índice de elementos a observar en los medios, no se puede asegurar que está especializado en un temática en particular, como es el caso de los observatorios de medios que se dedican a monitorear los temas como: derechos humanos, publicidad con enfoque de género, etc.

Con respecto a su composición social, el observatorio de medios que se plantea en este trabajo propone estar vinculado a estudiantes y profesionales de comunicación social, específicamente dentro de la carrera de comunicación social de una universidad u otra

institución de educación superior que pretenda realizar estudios sobre medios de comunicación.

A partir del tipo de medios de comunicación que analiza y su cobertura, este observatorio ha tomado como base, el monitoreo de medios impresos con cobertura nacional que son: diario El Comercio y diario El Telégrafo. Estos periódicos publican un aproximado de 142 168 y 18 000 ejemplares los días domingos, respectivamente.

Para el monitoreo de medios se han construido tres matrices en Microsoft Excel, pues la recolección de información será documentada en archivos digitales. Para el levantamiento de la información se ha desarrollado un índice de observación de prensa para géneros informativos compuesta por cinco grandes elementos que encaminan el monitoreo mediático. Se dará preferencia a los reportajes informativos y se omitirán del análisis a las noticias de declaraciones. Además, se ha construido una matriz con información guía y preguntas orientadoras que le permiten a la persona que está codificando la nota periodística tener mayor rigurosidad y organización en su trabajo. Y la tercera y última matriz registrará el monitoreo de diez notas periodísticas y hará una sumatoria de las prácticas observadas para conocer los elementos comunes realizados en el ejercicio periodístico durante el tiempo de monitoreo.

Los objetivos de este observatorio de medios son:

- Aplicar una metodología de observación de prensa para géneros informativos que determine las constantes periodísticas positivas y/o negativas de los diarios El Comercio y El Telégrafo, y eventualmente de otros medios escritos.
- Desarrollar un pensamiento crítico en los estudiantes que se vinculen al trabajo de este observatorio de medios, con respecto a las prácticas periodísticas.

3.2 Índice de observación de prensa para géneros informativos

- Equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas

El primer elemento que se observará en el trabajo realizado por diario El Comercio y diario El Telégrafo será el equilibrio en el manejo de las fuentes periodísticas, pues existe una necesidad fundamental de que los productos periodísticos muestren equilibrio

y contraste en sus fuentes. De este macro tema se desprenden tres subtemas que facilitarán el análisis de la información y que se detallan a continuación.

El primer subtema es el uso de dos o más fuentes en el trabajo periodístico. En la entrevista realizada con Marco Arauz, director adjunto de diario El Comercio, se afirmó que en un reportaje, los periodistas de este medio utilizan cuatro o cinco fuentes. En la entrevista con Orlando Pérez, director de diario El Telégrafo, se estableció que para poder publicar en ese medio se debían presentar por lo menos dos fuentes. Sin embargo, periodistas y expertos en comunicación, como Dimitri Barreto y José Villamarín, consideran que la diversidad de las fuentes no se agota en las versiones de las contrapartes, también es pertinente acudir a personas no involucradas y especialistas en un determinado tema que puedan dar su versión competente sobre un hecho.

Villamarín (2013) sostiene que “frente a una versión sobre un hecho importante, delicado, urge tener no solo la versión de la contraparte, sino también de otros posibles implicados y de analistas que, al no tener intereses creados, puedan dar una versión menos contaminada” (pág. 25).

A partir de estas últimas apreciaciones, se ha desarrollado el segundo subtema de esta primera sección: el uso de fuentes contrastadas o fuentes contrapartes y la presencia de actores no involucrados.

Lo ideal en el ejercicio periodístico sería que los trabajos informativos de estos periódicos presenten: fuentes primarias, es decir aquellas que se obtienen a partir de la reportería en la calle o en el lugar de los hechos; fuentes documentales traducidas en datos estadísticos e históricos que puedan proporcionar los documentos de instituciones; fuentes especializadas, como académicos, técnicos, científicos, personas con amplia experiencia y estudios en un determinado tema; y fuentes oficiales, es decir personajes e instituciones que representen a un colectivo o al país por completo, por ejemplo, gremios, ministerios, secretarías, etc.

El tercer y último subtema de la primera parte se refiere a la asignación de mayor o menor espacio mediático en una de las fuentes con respecto a las otras. Este apartado permitirá medir con mayor precisión el espacio igualitario que se le ofrece a las fuentes,

de lo contrario ayudará a evidenciar una posible parcialización del periodista para favorecer o perjudicar a una persona o colectivo. El parámetro a medir será en número de párrafos asignado a cada una de las partes; si éste es marcadamente desigual, entonces se concluirá que existe inequidad de espacio asignado a las partes. En caso de que la nota periodística no contenga partes, este apartado será omitido del análisis.

- Contextualización de la información

El segundo elemento del índice de observación mediática es la contextualización de la información periodística. Es fundamental explicar a los lectores cómo se produjeron los hechos y así posibilitar el entendimiento de la realidad. Este apartado se divide en dos subtemas que aportarán mayor precisión en el ejercicio de observancia.

El primer subtema de este segundo apartado es la narración del contexto a partir de las 6 “W”: ¿Qué?: *what*, ¿Quién (es)?: *who*, ¿Cuándo?: *when*, ¿Dónde?: *where*, ¿Por qué?: *why*, ¿Cómo?: *how*. Para el análisis que se va a realizar es necesario que la nota periodística responda por lo menos a cuatro de estas preguntas para que pueda considerarse como contextualizada.

Las respuestas pueden ir desgranadas a lo largo de la información, y según la importancia que cada una de ellas tengas en su caso. Tradicionalmente, se ha dicho que una noticia debe contener respuesta a esas seis palabras del inglés que coinciden en su escritura con la w: *what*, *who*, *how*, *where*, *when*, *why*. Ciertamente casi todas las informaciones quedarían cojas sin esos datos (Grijelmo, 2001, pág. 34).

El segundo subtema de este apartado será la entrega de data sobre: el entorno, la historia, aspectos sociales, cifras, estadísticas; dependiendo de los temas que se trabajen periodísticamente.

¿Cómo hacer para posibilitar un entendimiento adecuado del entorno? Los hechos no se producen por generación espontánea. Siempre hay una razón de ser, un algo que los explica. Ese algo es el contexto, que es donde adquieren sentido (...) Para John Pavlik, la información

contextualizada ayuda a “garantizar el papel más amplio que el periodismo cumple en la sociedad: el mecanismo por el cual los ciudadanos de una democracia permanecen informados” (Villamarín, 2013, págs. 27-28).

- Precisión de la información

En el ejercicio de un periodismo responsable es necesario que exista la precisión en la narración de los hechos, así como en la exposición de cifras, nombres y todos los datos que se muestren. En las cartas enviadas al director, la ciudadanía lectora de diario El Comercio expresa que la información que la sociedad recibe debe ser veraz, oportuna y contextualizada. Además, que exigen comprobar las aseveraciones que realizan los medios.

El primer subtema en este apartado, estará encaminado a monitorear que en el trabajo periodístico se evite dar por hecho algo que es sólo una posibilidad. El segundo subtema monitorea la coherencia entre el titular y el resto de la nota. En el tercer subtema de este apartado monitorea que los periodistas eviten dar juicios de valor, opiniones, calificativos en notas de carácter informativo.

“Parece innecesario aclarar que en las noticias de un periódico de calidad (insistimos: noticias) no cabe opinión alguna del periodista (...) si se desea expresar sus juicios personales, deberá acudir a los artículos de opinión, editoriales o críticas, diferenciados tipográficamente” (Grijelmo, 2001, pág. 53).

- Uso riguroso del lenguaje

En este cuarto apartado se observará el manejo correcto del idioma español, además de términos escritos en kichwa y/o shuar que son lenguas oficiales del Ecuador. En la matriz de levantamiento de información, se registrará una muestra en caso de existir errores ortográficos y/o gramaticales.

- Estereotipización y protección a víctimas

Al situar esta iniciativa de observatorio de medios en el contexto ecuatoriano, es preciso establecer algunos principios de la Ley de Comunicación (2013) que rige al país. La ley incluye entre sus páginas: respetar el derecho a la presunción de inocencia, abstenerse de proyectar una visión negativa del envejecimiento. No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías, imágenes o cualquier elemento que impida proteger la identidad de cualquier persona que haya sido víctima de un delito de violencia sexual o intrafamiliar.

A partir de estos parámetros legales y otros criterios profesionales se ha desarrollado la quinta parte del índice, que está más relacionada con los contenidos de los trabajos periodísticos. En este quinto y último apartado se observará la posible estereotipización de las personas, la protección a víctimas en relación con sus datos y la presunción de inocencia. Es necesario precisar que esta parte de la matriz está destinada a registrar las posibles prácticas periodísticas que afecten de manera negativa a una persona o colectivo social. De ninguna manera está encaminado a estigmatizar a los medios de comunicación o al trabajo que realizan sus periodistas, sino a determinar algunos elementos que, a partir de varios criterios profesionales y expertos en materia de comunicación, debieran estar exentos en la práctica periodística.

En cuanto a la estereotipización, se observará si hubiera asignación de roles, legitimación o deslegitimación de comportamientos, características físicas o psicológicas determinadas a partir de condiciones de género, de etnia, de edad, condición socioeconómica, orientación y/o identidad sexual, creencia religiosa. Si la nota periodística tuviera uno o más de estos elementos, entonces se considerará que hay estereotipización.

La estereotipización a partir del género de la persona contempla los roles de género, es decir:

Las funciones, acciones y actividades que la sociedad asigna a los hombres y mujeres de forma diferenciada. Las tareas asignadas a las mujeres son aquellas relacionadas con su función reproductiva: cuidado

de niñas, niños y de personas adultas mayores, quehaceres domésticos, atención a personas enfermas, entre otras (...) Las tareas asignadas a los hombres son aquellas que se realizan fuera del hogar, se las conoce como productivas y generalmente son remuneradas (López, Peñaherrera, Pesántez, & Rivera, 2009, pág. 27).

Además de los roles, los estereotipos de género también incluyen a los atributos de género:

Son todas aquellas características físicas, espirituales o psicológicas que la sociedad considera como convenientes o propias de hombres o de mujeres; por ejemplo: las mujeres tendrán por atributos, en nuestra sociedad, la obediencia, la ternura, la pasividad o la abnegación; en cambio, los hombres tendrán, la fuerza, la valentía, la decisión o el coraje. Estos atributos son erróneamente vistos como producto de la naturaleza cuando en realidad son dados por una cultura, en un tiempo y en un lugar específicos.” (López, Peñaherrera, Pesántez, & Rivera, 2009, pág. 28).

También se tomarán en cuenta otros elementos en torno al tema de estereotipización. Para facilitar su análisis, habrá en la matriz de levantamiento de información, una serie de preguntas orientadoras que guiarán a la persona que realice el monitoreo.

La presunción de inocencia es un principio constitucional que persigue defender el derecho de los ciudadanos a no ser acusados mientras no hayan sido sentenciados por las instancias legales respectivas, esto es, por los jueces o los tribunales de la República. Parte del principio de que “todo ciudadano es inocente mientras no se demuestre lo contrario”. Este es un principio que debe estar claramente evidenciado en el periodismo, por las repercusiones sociales que puede traer su transgresión (Villamarín, 2011, pág. 1).

3.3 Levantamiento de información de prensa para géneros informativos

Para aumentar el grado de precisión en el proceso de monitoreo de medios, se ha desarrollado una segunda matriz para el levantamiento de información de prensa para géneros informativos. En esta matriz se desglosa los subtemas del índice de observación de prensa para géneros informativos. Se utilizará una de estas matrices para cada monitoreo que se realice, pues contiene datos individuales y de identificación de cada nota periodística.

Esta matriz, además de ser una guía para que la información sea registrada con mayor rigurosidad, contendrá los datos del periódico, la nota que se va a monitorear, y la persona que codifica la información.

Los datos del periódico y de la persona que está monitoreando a este medio irán en el encabezado de la matriz. La información de este encabezado contiene: el número de monitoreo; el nombre de la persona que está levantando la información, al que se le denomina codificador o codificadora; la fecha de codificación, es decir de levantamiento de información; el nombre del periódico de donde se toma la nota para el monitoreo; la sección del periódico a la que pertenece la nota; el titular de la nota; la fecha de publicación del periódico que se está monitoreando; y finalmente el tiraje de la edición del periódico del día en que se publicó la nota periodística que se observará.

A continuación en la matriz vienen tres columnas: la primera columna detalla el índice de elementos a observar con preguntas orientadoras que facilitarán la recolección de información; la segunda columna está dirigida a documentar las respuestas numéricas a las preguntas orientadoras; en la tercera y última columna de esta matriz se registrarán las muestras cuando hayan juicios de valor o términos que promuevan estereotipos.

En el apartado sobre equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas, se registrará el número total de fuentes utilizadas, se responderá si hay contrastación de fuentes a partir de la presencia de fuentes contrapartes y de actores no involucrados (o especialistas), y se anotará el número de párrafos para cada una de las partes (en caso de que hubiera partes).

En el apartado sobre contextualización de la información se responderá a la siguiente pregunta orientadora: ¿La nota responde a las siguientes preguntas?: ¿Qué?: *what*, ¿Cuándo?: *when*, ¿Dónde?: *where*, ¿Quién (es)?: *who*, ¿Por qué? causas: *why*, ¿Cómo?: *how*. Si la nota periodística responde a cuatro de las seis “W”, entonces se considera que está contextualizada. La pregunta orientadora del subtema concerniente a la entrega de data es: ¿la nota entrega datos del entorno, la historia, aspectos sociales, cifras, estadísticas? Si la nota entrega cualquiera de estos datos entonces se considerará que aquel trabajo periodístico entrega data.

El apartado sobre precisión de la información contiene tres subtemas: Evita dar por hecho algo que es solo una posibilidad, concordancia entre titular y cuerpo de la nota, y ausencia de juicios de valor, opiniones, calificativos en notas de carácter informativo.

Para estos cada uno de estos tres subtemas se han desarrollado una pregunta orientadora que facilitará la respuesta: La nota o el titular, ¿evita dar por hecho algo que es solo una posibilidad?; ¿el titular tiene coherencia con la nota?; ¿la nota informativa evita de los siguientes elementos?: a) Adjetivos calificativos, b) Positivización, c) Negativización. Ésta última pregunta requiere registrar una muestra de texto en caso de que la respuesta sea afirmativa. Si hubiera uno o más elementos en la última pregunta orientadora, se considerará que hay publicación de juicios de valor.

El apartado sobre el uso riguroso del lenguaje presenta un subtema con respecto al manejo correcto del idioma español (además de términos escritos en kichwa y/o shuar que son lenguas oficiales del Ecuador). Para este subtema existe la pregunta orientadora: ¿evita errores ortográficos y/o gramaticales en la redacción de la nota?

La segunda parte de la matriz está relacionada con el contenido de las notas periodísticas. El quinto apartado del índice es sobre los estereotipos, el incumplimiento a la protección a víctimas y a la presunción de inocencia.

En cuanto a etnia, nacionalidad o pueblo, se tendrá que responder a las siguientes preguntas: ¿Se menciona la etnia o nacionalidad de una persona o colectivo sin que corresponda al hecho noticioso? ¿Se menciona la vestimenta o accesorios de un grupo

étnico sin que corresponda al hecho noticioso? ¿Se mencionan las costumbres de una persona o grupo étnico sin que corresponda al hecho noticioso?

Lo mismo en cuanto a edad: (infancia: 0-4; niñez: 5-11; adolescencia: 12-17 años; juventud: 18-29; adultez: 30-59; tercera edad: 60 y más). ¿Se asocia infancia y/o niñez con inmadurez, desconocimiento, falta de experiencia e inocencia? ¿Se asocia adolescencia con inmadurez, desconocimiento, falta de experiencia y criterio? ¿Se asocia juventud como futuro, vitalidad, rebeldía? ¿Se asocia adultez con madurez, conocimiento, seriedad y/o responsabilidad? ¿Se asocia a la tercera edad con inutilidad, sabiduría, pasividad?

Condición socioeconómica: ¿Se asocia a la pobreza con violencia, acciones delictivas o grupos fuera de la ley? ¿Se asocia a la pobreza con ignorancia?

Orientación y/o identidad sexual: ¿Se muestra lo heterosexual como lo normal? ¿Hay una connotación negativa de la homosexualidad equiparándola a pecado, depravación, perversión? ¿Se expone innecesariamente la orientación y/o identidad sexual de una persona o colectivo sin que sea parte esencial del hecho noticioso?

Religión: ¿Se generalizan las acciones de un grupo reducido con una comunidad religiosa en su totalidad? ¿Se asocia una religión con violencia? ¿Se muestra al catolicismo y/o cristianismo como la única religión legítima? ¿Se asocia al ateísmo con prácticas satánicas o actividades destructivas?

Sobre el incumplimiento a la protección a víctimas y la presunción de inocencia, se responderán las siguientes preguntas: ¿Se publica los nombres de la víctima (s)?, ¿se publica la edad de la víctima (s)?, ¿se publica las características físicas de la víctima (s)?, ¿se publica los datos domiciliarios de la víctima (s)?

Sobre la presunción de inocencia se responderá a la siguiente pregunta orientadora: ¿se respeta la presunción de inocencia de una persona (s) detenida (s)?

3.4 Resumen de observación de prensa para géneros informativos

La tercera y última matriz corresponde al resumen de observación de prensa para géneros informativos. En este archivo se documentará el monitoreo de diez notas periodísticas y se hará una sumatoria para conocer cuáles elementos del índice de observación mediática son comunes y recurrentes en diario El Comercio y diario El Telégrafo.

A partir de esta sumatoria redactará un párrafo o dos (dependiendo de la cantidad de hallazgos) donde se expongan los patrones comunes del ejercicio periodísticos de estos periódicos. De esta forma se podrá hacer una caracterización, no exenta de error, sobre las prácticas periodísticas de los dos diarios. Con este material se pasará a la siguiente etapa: la elaboración del informe.

A continuación se presentan las tres matrices que se han desarrollado como metodología para la observación mediática. La primera matriz es el índice de observación de prensa para géneros informativos y corresponde a los elementos que se van a observar en periódicos, en este caso, en los diarios El Comercio y El Telégrafo, aunque pueden ser aplicados a otros medios de comunicación impresos. La segunda matriz es una herramienta para levantar información de manera precisa y con recursos orientadores, que facilitarán el trabajo de la persona que realice el monitoreo, además podrá disminuir las dudas que surjan en el proceso de observación. La tercera y última matriz corresponde a un resumen y sumatoria del monitoreo de las notas periodísticas, y será una herramienta para visualizar cuáles elementos del índice se están son comunes en el ejercicio periodísticos de los dos diarios tomados en cuenta para esta investigación. Las respuestas en la última matriz se registrarán de la siguiente manera: SÍ= 1 NO= 0
No hay referencias al tema= X

Tabla 5

ÍNDICE DE OBSERVACIÓN DE PRENSA PARA GÉNEROS INFORMATIVOS
1. Equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas
1.1 Uso de dos o más fuentes
1.2 Uso de fuentes contrastadas
1.3 Espacio equitativo entre partes (si las hubiera)
2. Contextualización de la información
2.1 Contexto en base a las 6 "W"
2.2 Entrega de data
3. Precisión de la información
3.1 Evita dar por hecho algo que es sólo una posibilidad
3.2 Concordancia entre titular y cuerpo de la nota
3.3 Evita juicios de valor, opiniones, calificativos en notas de carácter informativo
4. Uso riguroso del lenguaje
4.1 Manejo correcto del idioma español (además de términos escritos en kichwa y/o shuar que son lenguas oficiales del Ecuador)
5. Estereotipización, protección a víctimas y presunción de inocencia
5.1 Asignación de roles, legitimar o deslegitimar comportamientos, características físicas o psicológicas determinadas a partir de condiciones de género, de etnia, de edad, condición socioeconómica, orientación y/o identidad sexual, creencia religiosa.
5.2 Incumplimiento de protección a víctimas
5.3 Incumplimiento de presunción de inocencia

Nota: Índice de observación de prensa para géneros informativos. Elaborado por Emilia Ramírez

Tabla 6

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PRENSA PARA GÉNEROS INFORMATIVOS		
Monitoreo N°:		
Codificador/a:		
Fecha de codificación:		
Periódico:		
Sección del periódico:		
Titular de la nota:		
Fecha de publicación:		
Tiraje de la publicación:		
ÍNDICE	RESPUESTA	REGISTRO DE MUESTRA: frase, palabra y/o pie de foto
1. Equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas		
1.1 Uso de dos o más fuentes		
Número total de fuentes utilizadas:		
1.2 Uso de fuentes contrastadas/ fuentes contrapartes – actores no involucrados		
¿Hay contrastación de fuentes?		
1.3 Asignación de espacio equitativo a las partes (si hubiera partes)		
Número de párrafos para cada una de las partes		
Parte 1:		
Parte 2:		
Parte 3:		
2. Contextualización de la información		
2.1 Nota completa en base a las 6 "W" ¿La nota responde a las siguientes preguntas? (por lo menos debe responder a 4 de las seis para considerarse contextualizada)		
¿Qué?: <i>what</i>		
¿Cuándo?: <i>when</i>		
¿Dónde?: <i>where</i>		
¿Quién (es)?: <i>who</i>		
¿Por qué?: <i>why</i>		
¿Cómo?: <i>how</i>		
2.2 Entrega de data		
Pregunta orientadora: ¿la nota entrega datos del entorno, la historia, aspectos sociales, cifras, estadísticas?		
3. Precisión de la información		
3.1 Evita dar por hecho algo que es solo una posibilidad		
Pregunta orientadora: La nota o el titular, ¿evita dar por hecho algo que es solo una posibilidad?		
3.2 Concordancia entre titular y cuerpo de la nota		
Pregunta orientadora: ¿el titular tiene coherencia con la nota?		
3.3 Ausencia de juicios de valor, opiniones, calificativos en notas de carácter informativo		
Pregunta orientadora: ¿la nota informativa evita de los siguientes elementos? (registrar muestra) (si hay uno o más elementos, se considera que hay publicación de juicios de valor)		
a) Adjetivos calificativos:		
b) Positivización:		
c) Negativización		
4. Uso riguroso del lenguaje		
4.1 Manejo correcto del idioma español (además de términos escritos en kichwa y/o shuar que son lenguas oficiales del Ecuador)		
¿Evita errores ortográficos y/o gramaticales en la redacción de la nota?		

CONTENIDO		
5. Estereotipización, protección a víctimas y presunción de inocencia		
5.1 Asignación de roles, legitimar o deslegitimar comportamientos, características físicas o psicológicas determinadas a partir de condiciones de género, de etnia, de edad, condición socioeconómica, orientación y/o identidad sexual, creencia religiosa. (si hay uno o más elementos, se considera que hay estereotipización. Lo mismo con la protección a víctimas)		
Género:		
¿Se asocia a las mujeres con la maternidad?		
¿Se asocia a las mujeres con los cuidados infantiles?		
¿Se asocia a las mujeres con los quehaceres domésticos?		
¿Se presenta a las mujeres como débiles físicamente?		
¿Se asocia a las mujeres con la inestabilidad emocional?		
¿Se relaciona a los hombres con la fuerza física?		
¿Se le atribuye exclusivamente al hombre los gastos económicos del hogar?		
Etnia, nacionalidad, pueblo:		
¿Se menciona la etnia o nacionalidad de una persona o colectivo sin que corresponda al hecho noticioso?		
¿Se menciona la vestimenta o accesorios de un grupo étnico sin que corresponda al hecho noticioso?		
¿Se mencionan las costumbres de una persona o grupo étnico sin que corresponda al hecho noticioso?		
conoc		
Edad: (infancia:0-4; niñez: 5-11; adolescencia: 12-17 años; juventud: 18-29; adultez: 30-59; tercera edad: 60 y más)		
¿Se asocia infancia y/o niñez con inmadurez, desconocimiento, falta de experiencia e inocencia?		
¿Se asocia adolescencia con inmadurez, desconocimiento, falta de experiencia y criterio?		
¿Se asocia juventud como futuro, vitalidad, rebeldía?		
¿Se asocia adultez con madurez, conocimiento, seriedad y/o responsabilidad?		
¿Se asocia a la tercera edad con inutilidad, sabiduría, pasividad?		
Condición socioeconómica:		
¿Se asocia a la pobreza con violencia, acciones delictivas o grupos fuera de la ley?		
¿Se asocia a la pobreza con ignorancia?		
Orientación y/o identidad sexual:		
¿Se muestra lo heterosexual como lo normal?		
¿Hay una connotación negativa de la homosexualidad equiparándola a pecado, depravación, perversión?		
¿Se expone innecesariamente la orientación y/o identidad sexual de una persona o colectivo sin que sea parte esencial del hecho noticioso?		
Creencia religiosa:		
¿Se generalizan las acciones de un grupo reducido con una comunidad religiosa en su totalidad?		
¿Se asocia una religión con violencia?		
¿Se muestra al catolicismo y/o cristianismo como la única religión legítima?		
¿Se asocia al ateísmo con prácticas satánicas o actividades destructivas?		
5.2 Incumplimiento de protección a víctimas		
¿Se publica los nombres de la víctima (s)?		
¿Se publica la edad de la víctima (s)?		
¿Se publica las características físicas de la víctima (s)?		
¿Se publica los datos domiciliarios de la víctima (s)?		
5.3 Incumplimiento de presunción de inocencia		
¿Se incumple la presunción de inocencia de una persona (s) detenida (s)?		

Nota: Levantamiento de información de prensa para géneros informativos. Elaborado por Emilia Ramírez

Tabla 7

RESUMEN DE OBSERVACIÓN DE PRENSA PARA GÉNEROS INFORMATIVOS											SUMATORIA
	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	NOTA 4	NOTA 5	NOTA 6	NOTA 7	NOTA 8	NOTA 9	NOTA 10	
Sí= 1 NO= 0 No hay referencias al tema= X											
1. Equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas											
1.1 Se usa dos o más fuentes											
1.2 Se usa fuentes contrastadas/ fuentes contrapartes – actores no involucrados											
1.3 Se asigna espacio equitativo a las partes (si la hubiera)											
2. Contextualización de la información											
2.1 Hay contexto en base a las 6 "W"											
2.2 Hay entrega de data											
3. Precisión de la información											
3.1 Se evita asumir por hecho algo que es sólo una posibilidad											
3.2 Hay concordancia entre titular y cuerpo de la nota											
3.3 Se evitan juicios de valor, opiniones, calificativos en notas de carácter informativo											
4. Uso riguroso del lenguaje											
4.1 Se maneja correctamente el idioma español (además de términos escritos en kichwa y/o shuar que son lenguas oficiales del Ecuador)											
5. Estereotipización, protección a víctimas y presunción de inocencia											
5.1 Se asigna roles, se legitima o deslegitima comportamientos, características físicas o psicológicas determinadas a partir de condiciones de género, de etnia, de edad, condición socioeconómica, orientación y/o identidad sexual, creencia religiosa.											
Género											
Etnia											
Edad											
Condición socioeconómica											
Orientación y/o identidad sexual											
Creencia religiosa											
5.2 Se incumple la protección a víctimas											
5.3 Se incumple la presunción de inocencia											

Nota: Resumen de observación de prensa para géneros informativos. Elaborado por Emilia Ramírez

3.5 Elaboración de informe

Una vez que se recopile y analice el material obtenido de los medios de comunicación, se procede a redactar un informe en el que se presenten los resultados del trabajo del equipo que conforma el observatorio de medios. En este documento se expondrá cuáles elementos del índice de observación mediática son comunes en la práctica periodística y en qué medida son reiterativos.

Para tomar las muestras que serán observadas, se ha propuesto un plan de muestra aleatoria “Con el fin de obtener una muestra representativa, el plan asegura que, dentro de las limitaciones impuestas por el conocimiento disponible acerca de los fenómenos, cada unidad tiene la misma probabilidad de estar representada en el conjunto de unidades de muestreo. Esto garantiza que no haya tendenciosidad alguna en la inclusión de unidades de muestra” (Krippendorff, 1990, pág. 95).

Una vez definido el modo de extraer la muestra, hace falta delimitar el tamaño de la misma. Un número muy elevado de unidades para observar no conducirá necesariamente a un trabajo más eficiente “Debido a que es muy difícil evaluar todos los ejemplares que edita un diario en un año, es conveniente conformar una muestra que permita inferir los hallazgos de la investigación” (Paláu & Larrosa, Manual para la observación de medios, 2014, pág. 1429).

Aunque cada unidad adicional de la muestra aumenta la dificultad del análisis, hay un punto en que ningún aumento posterior mejorará apreciablemente la generalizabilidad de los hallazgos. Ese es el punto en que resulta más eficiente el tamaño muestral. Es una cuestión relacionada con la dificultad-beneficio, que depende en gran medida de la forma en que se distribuye en la muestra el atributo que se desea generalizar. STEMPEL (1952) comparó muestras constituidas por seis, doce, dieciocho, veinticuatro y cuarenta y ocho números de un periódico con los números aparecidos a lo largo de todo un año, y comprobó, utilizando como medida la proporción media de materias tratadas, que el aumento del tamaño de la muestra más allá de doce no producía resultados significativamente más precisos (Krippendorff, 1990, pág. 100).

A partir de estas consideraciones, se ha establecido que el informe será construido una vez al año, con el análisis de veinticuatro notas periodísticas de cada diario, cuarenta y ocho notas en total. Se monitorearán cuatro notas por mes de manera aleatoria, dos de diario El Comercio y dos de diario El Telégrafo.

Este tipo de muestreo y la metodología de observación de prensa para géneros informativos propuestos en este trabajo, han sido inicialmente construidos a partir de la realidad del trabajo periodístico de diario El Comercio y de diario El Telégrafo, pero también podrían ser aplicados a otros medios de comunicación escritos.

Uno de los ejes de los observatorios de medios es la socialización de los resultados de su trabajo. A partir de esta práctica, los informes que se desarrollen en el observatorio de medios propuesto en este trabajo debieran ser socializados con la comunidad universitaria y con las personas que tengan interés en conocer sobre las prácticas periodísticas de estos medios. Las formas de socialización de la información serán: conversatorios y estrategias digitales para difundir el documento.

En la práctica del ejercicio de monitoreo de medios se podrán visualizar estrategias para perfeccionar la metodología y para socializar los resultados de la observación mediática.

El informe contendrá los siguientes elementos:

Antecedentes, ficha metodológica, universo analizado: (notas revisadas), método de selección, período de análisis, muestra seleccionada, análisis de la información, hallazgos cuantitativos y cualitativos con respecto al equilibrio en el manejo de fuentes periodísticas, contextualización de la información, precisión de la información, uso riguroso del lenguaje, estereotipización, protección a víctimas y presunción de inocencia, hallazgos cualitativos, conclusiones sobre las prácticas periodísticas de los medios observados y finalmente recomendaciones para la academia.

CONCLUSIONES

La importancia de los sistemas de comunicación a nivel mundial ha propiciado el estudio de su trabajo. Las investigaciones que se realizan en torno a los medios de comunicación pueden partir desde diferentes estructuras, como la academia, las instituciones estatales y la organización de la sociedad civil como es el caso de los observatorios de medios.

A partir de la investigación realizada, se advierte que los observatorios de medios en América Latina surgen del reconocimiento de la comunicación como un derecho y como un eje fundamental de las democracias; y del pensamiento crítico con respecto a la ética periodística, a los contenidos mediáticos y a la libertad de expresión.

La mirada crítica de los observatorios de medios contribuye, entre otras cosas, a la calidad periodística y a la ética en el quehacer de los medios de comunicación, pues aunque la mayor parte del estudio de los observatorios se centra en el periodismo, también existe monitoreo y análisis de publicidad, libertad de expresión y práctica deontológica.

Otra de las contribuciones de los observatorios de medios es la participación de la ciudadanía a ejercer su derecho a la crítica constructiva con el fin de generar conciencia para recibir información veraz y contextualizada. Además, promueven en la sociedad una comunicación que sea plural, dialógica e íntegra.

En Ecuador han existido varias iniciativas de observatorios de medios, cada uno con sus particularidades en cuanto a composición social y objeto de observancia. Sin embargo, se ha encontrado que, además del LABCYD, no existe un observatorio de medios vinculado a la academia, particularmente a una universidad, lugar principal de formación del pensamiento crítico. A partir de esta necesidad se ha propuesto que esta metodología esté encaminada a implementarse en una institución de educación superior y que sean los y las estudiantes las personas que trabajen en el monitoreo y análisis de la prensa.

En este trabajo de investigación se concluye que el periodismo es una actividad humana de gran trascendencia social, cuyo ejercicio está destinado a entregar de manera

responsable información útil a la sociedad. La ética con que se debe ejercer el periodismo es fundamental porque los periodistas también generan opinión pública, y su trabajo ayuda a las personas a entender su realidad y a tomar decisiones en la sociedad.

Para desarrollar esta propuesta metodológica para un observatorio de medios se ha tomado en cuenta a diario El Comercio y diario El Telégrafo. El primero es un medio de comunicación privado, mientras que el segundo es público. Se han tomado en cuenta tanto un medio privado como uno público pues no debiera existir diferenciación de esta clase en el proceso de observación crítica sobre los contenidos mediáticos.

Estos medios son dos de los periódicos más grandes y con mayor influencia en Quito. Parte de este trabajo fue conocer los criterios de los lectores de estos diarios con el fin de establecer su percepción sobre el ejercicio periodístico que realizan. Se revisaron minuciosamente las cartas enviadas a los directores de los dos periódicos y se pudo observar la reiteración de elementos que los lectores consideran que debieran ser parte del ejercicio periodístico, entre estos se encuentran: información veraz y contextualizada, imparcialidad, desligamiento de posturas políticas, precisión en los datos.

Por otra parte, los criterios profesionales que han sido consultados en esta investigación, consideran que además de observar la calidad del ejercicio periodístico, es necesario también observar el tratamiento periodístico que se le da a los grupos de atención prioritaria. Por esta razón se ha incorporado en esta metodología el tema de los estereotipos, la protección a víctimas y la presunción de inocencia.

Finalmente, los elementos de observación mediática que presenta esta metodología están encaminados a determinar los parámetros de calidad que debieran ser potenciados en el ejercicio periodístico, y también algunos elementos que son recurrentes en el periodismo ecuatoriano y que necesitan ser evitados en el periodismo para que esta actividad cumpla con su deber de responsabilidad social.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alfaro, R. (2007). *Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos*. Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y A.C.S. CALANDRIA .
- ANDES. (16 de febrero de 2013). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/actualidad/diario-tel%C3%A9grafo-cumple-129-a%C3%B1os-fundaci%C3%B3n.html>
- Arauz, M. (25 de noviembre de 2014). Observatorios de medios y ejercicio periodístico. (E. Ramírez, Entrevistadora)
- Arroyo, C. (2011). Escuela Latinoamericana de Comunicación y el pensamiento crítico de Antonio Pasquali. *ALAIC*, 26.
- Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi y Quito .
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito.
- Avilés, E. (2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Enciclopedia del Ecuador: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1730&>
- Avilés, E. (2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Enciclopedia del Ecuador: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=797&Let=>
- Avilés, E. (s.f.). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de Enciclopedia del Ecuador: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=797&Let=>
- Ayala, E. (2012). La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general. *Boletín Informativo Spondylus*, 5.
- Checa, F. (2011). Observatorios: fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación del derecho a la crítica . *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 48-54.

- Cultura multimedial. (20 de abril de 2010). *Cultura multimedial*. Obtenido de Cultura multimedial: <http://culturamultimedial.blogspot.com/2009/04/la-teoria-de-los-efectos-limitados.html>
- El Comercio. (7 de octubre de 2014). Electricidad y energía renovable. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com.ec/cartas/electricidad-energia-renovable.html>.
- El Comercio. (26 de octubre de 2014). La Ley de Comunicación y la SIP. *El Comercio*, pág. 11.
- El Comercio. (18 de octubre de 2014). Las cartas de un diario. *El Comercio*, pág. 11.
- El Comercio. (10 de octubre de 2014). Rectificación a pedido de Diego Fuentes, coord. de Asesoría Jurídica del Ministerio del Interior. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/rectificacion-ministeriodelinterior-colegiomejia-estudiantes-juicio.html>.
- El Comercio. (24 de octubre de 2014). Rectificación a pedido de Foro de los Comunes. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/rectificacion-pedido-foro-comunes.html>.
- El Comercio. (17 de octubre de 2014). Rectificación a pedido de Gustavo Merino, del Consejo de Participación. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/rectificacion-pedido-gustavo-merino-consejo.html>.
- El Comercio. (14 de octubre de 2014). Visión apocalíptica. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com.ec/cartas/cartas-direccion-opinion-7.html>.
- El Telégrafo. (24 de octubre de 2014). ¿En dónde está la investigación en los medios de comunicación? *El Telégrafo*, pág. 13.
- El Telégrafo. (2014). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/quienes-somos.html>

- El Telégrafo. (16 de febrero de 2014). EL TELÉGRAFO refleja la historia de sus 130 años y materializa el reto de servir con humildad a un gran país. *El Telégrafo*, pág. 02.
- El Telégrafo. (16 de enero de 2015). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/el-telegrafo-ep-primer-diario-publico.html>
- El Telégrafo. (14 de enero de 2015). Rectificación. *El Telégrafo*.
- Fontcuberta, M. d., & Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Argentina: La Crujía.
- Fundamedios. (s.f.). *Fundamedios*. Obtenido de Fundamedios: <http://www.fundamedios.org/mision-y-vision>
- Gallegos, D. (05 de enero de 2014). *El Ciudadano*. Obtenido de El Ciudadano: <http://www.elciudadano.gob.ec/el-periodismo-en-el-ecuador-tras-el-legado-de-eugenio-espejo/>
- Grijelmo, Á. (2001). El estilo del periodista. En Á. Grijelmo, *El estilo del periodista* (pág. 609). Madrid: Taurus.
- Grupo El Comercio. (2014). *Código deontológico Grupo El Comercio y Ecuadoradio*. Quito: Geupo El Comercio.
- Grupo El Comercio. (2014). *Grupo El Comercio*. Obtenido de Grupo El Comercio: <http://grupoelcomercio.com/index.php/medios-impresos>
- Grupo El Comercio. (s.f.). *Estatuto social reformado y codificado*. Quito: Grupo El Comercio.
- Herrera, S. (octubre de 2005). *Sala de Prensa*. Obtenido de Sala de Prensa: <http://www.saladeprensa.org/art638.htm>
- Herrera, S. (2005). Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica. *Palabra Calve*, 4-5.

- Herrera, S. (2006). El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2.
- Herrera, S. (2008). Vigilando a los medios: observatorios y defensores de la audiencia en el contexto. *Anagramas*, 45.
- Herrera, S. (2006). Los observatorios de medios en Latinoamérica. *Revista electrónica de difusión científica CIVILIZAR*, 4.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Paidós.
- La Historia. (30 de diciembre de 2014). *La Historia*. Obtenido de La Historia: <http://lahistoria.ec/2014/12/30/cronica-venta-anunciada/>
- Laboratorio de Comunicación y Derechos. (2014). *Índice de vulneración de derechos en los medios*. Quito.
- Larrosa, J. (2014). *Página personal de Juan Larrosa*. Obtenido de Página personal de Juan Larrosa: www.juan-larrosa.com
- López, S., Peñaherrera, S., Pesántez, N., & Rivera, A. (2009). *Medios de Comunicación. Una enorme oportunidad*. Cuenca: Observatorio Ciudadano de la Comunicación de Cuenca.
- MacBride, S., & otros. (1987). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Maigret, É. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica Ltda.
- Martínez, O. (12 de febrero de 2014). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/RichardPastorHernandez/24-del-periodismo-a-la-comunicacion-politica-omar-raul-martinez>
- Moraes, M. (2002). *Tejiendo una red, pero ¿con qué paradigma?* Campinas: Unicamp.

- Paláu, S., & Larrosa, J. (2014). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu: http://www.academia.edu/8406990/Los_observatorios_de_medios_como_espacios_de_investigaci%C3%B3n_formaci%C3%B3n_comunicaci%C3%B3n_participaci%C3%B3n_e_incidencia_p%C3%BAblica_2014_
- Paláu, S., & Larrosa, J. (2014). *Manual para la observación de medios*. Guadalajara: ITESO.
- Pérez, O. (09 de diciembre de 2014). Observatorios de medios y ejercicio periodístico. (E. Ramírez, Entrevistadora)
- Rey, G. (2003). *Ver desde la ciudadanía: Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Friedrich-Ebert-Stiftung, fesmedia Latin America.
- Torrice, E. (06 de enero de 2014). *Observatorio Nacional de Medios ONADEM*. Obtenido de Observatorio Nacional de Medios ONADEM: http://onadembolivia.blogspot.com/2014/01/los-observatorios-de-medios-como_6.html
- Unicef. (2006). *Comunicación, desarrollo y derechos humanos*. Buenos Aires: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
- Ure, M. (2010). Filosofía de la comunicación en tiempos digitales. En M. Ure, *Filosofía de la comunicación en tiempos digitales* (pág. 283). Buenos Aires: Biblos.
- Villamarín, J. (1997). *Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo*. Quito: Radmandí.
- Villamarín, J. (2011). *Los errores comunes de nuestro "presunto" buen periodismo*. Quito: Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador CORAPE.
- Villamarín, J. (2013). Estándares de calidad de la información y democracia de calidad. *Chasqui*, 25-29.

Villamarín, J. (27 de noviembre de 2014). Observatorios de medios y ejercicio periodístico. (E. Ramírez, Entrevistadora)

Villamarín, J. (27 de 11 de 2014). Observatorios de medios y ejercicio periodístico. (E. Ramírez, Entrevistador)

Zarzalejos, J. (17 de septiembre de 2006). *ABC.es*. Obtenido de ABC.es: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-17-09-2006/abc/Opinion/el-buen-periodismo_1423338818564.html