



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



## **INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS  
PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL  
CANTÓN VENTANAS.**

**AUTORA:**

**WENDY JOHANNA CEREZO SUAREZ**

**TUTOR:**

**MSC. JAVIER PAGUAY**

**LECTORA:**

**DRA. CUMANDÁ FANNY CAMPI CEVALLOS**

**BABAHOYO - LOS RÍOS – ECUADOR**

**2016**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a Dios por ser mi guía y darme la fortaleza suficiente para resistir, vencer y no desfallecer en cada obstáculo que se presentaban en este arduo camino.

A mi familia por ser, el pilar fundamental en vida, por su amor, y apoyo económico y moral incondicional durante todo este tiempo transcurrido en el lapso de estudio.

A mis amigos con los cuales empezamos nuestra carrera, que siempre estuvieron presentes contribuyendo de diversas formas, se los dedico porque cada meta alcanzada siempre es el resultado de un trabajo en equipo que se obtiene con esfuerzo y constancia, es bueno constar con personas maravillosas.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**

**AGRADECIMIENTO**

A Dios por concederme la oportunidad de llegar a esta etapa y por poner en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi familia por sus consejos, amor, comprensión, y por el apoyo incondicional en los momentos que ya quería desfallecer, ellos son mi motivación para seguir adelante.

A mi Tutor de Proyecto de Investigación MGS. Javier Paguay por el apoyo mutuo, por la paciencia, constancia y perseverancia con la que trabajamos para alcanzar mi objetivo.

Y aquellos compañeros y amigos, a todos nuestros maestros que desinteresadamente nos proporcionaron su ayuda y fueron una guía para la realización de este trabajo con éxito.



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PRESENCIAL**

## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **WENDY JOHANNA CEREZO SUAREZ**, portadora de la cédula de ciudadanía **1207251099**, en calidad de autora del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL CANTÓN VENTANAS.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

---

**WENDY JOHANNA CEREZO SUAREZ**

**CI. 1207251099**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL

PRESENCIAL

## CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.

Babahoyo/7/ 11/ 2016

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 19-S-CS-HT-2016, con fecha 19 de julio del 2016], mediante resolución CD-FAC.C.C.J.S.E- SO-006-RES-002-2016, certifico que el Srta. **WENDY JONANNA CERESO SUAREZ**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**TEMA:**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL CANTÓN VENTANAS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

**JAVIER PAGUAY**  
**DOCENTE DE LA FCJS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

PRESENCIAL

## CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.

**Babahoyo/7/11/2016**

En mi calidad de Lectora del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 20-S-CS-HT-2016, con fecha 19 de julio del 2016], mediante resolución CD-FAC.C.C.J.S.E- SO-006-RES-002-2016, certifico que el Srta. **WENDY JONANNA CERESO SUAREZ**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**TEMA:**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL CANTÓN VENTANAS.**

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

---

**DRA. CUMANDÁ FANNY CAMPI CEVALLOS**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**RESUMEN**

El presente trabajo se lo realizó tomando en consideración aspectos esenciales de la comunicación, especialmente la manera como se maneja la información, por parte de los periodistas en el cantón Ventanas de la provincia de Los Ríos, por ello el tema. “Análisis del impacto del manejo de la información de los periodistas en los medios de comunicación tradicionales del cantón ventanas”.

En síntesis, el problema formulado tuvo una respuesta, para su definición y resultados, sobre la base de las encuestas realizadas, con preguntas reelaboradas y dirigidas a los involucrados en el tema, lo que permite plantear la propuesta de realizar un “Seminario-Taller de capacitación con el título de: “Cómo generar información de calidad”.

Dirigido a los comunicadores sociales y periodistas del cantón ventanas en la provincia de Los Ríos, con la que se pretende solucionar el problema y brindarle a los ventanenses una información de calidad, pero destacando su claridad, honestidad, responsabilidad y contrastación de fuentes, orientadas a la verticalidad y veracidad informativa, por parte de los periodistas y de sus medios.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PRESENCIAL

## RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO:

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL CANTÓN VENTANAS.**

**PRESENTADO POR LA SEÑORITA: WENDY JOHANNA CEREZO SUAREZ**

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

---

EQUIVALENTE A:

---

TRIBUNAL:

---

**MSC. HOLGER FÍLIAN  
DELEGADO DEL DECANO**

---

**MSC. LUIS CADENA  
ESPECIALIZADO**

---

**MSG. AIDA CAMPI  
DELEGADO  
H. CONSEJO DIRECTIVO**

---

**AB. ISABEL BERRUZ MOSQUERA  
SECRETARIA DE LA  
FAC.CC.JJ.SS.EE**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PRESENCIAL

## INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Srta. **WENDY JOHANNA CERESO SUAREZ**, cuyo tema es: **ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL CANTÓN VENTANAS**. Certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[8%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

**MSC. JAVIER PAGUAY**  
**DOCENTE DE LA FCJS**

## INDICE

<b>CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.</b> .....	IV
<b>CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.</b> .....	V
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I.- DEL PROBLEMA</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1. Idea o tema de investigación</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2. Marco Contextual</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2.1. Contexto Internacional</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2.2. Contexto Nacional</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2.3. Contexto Local</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3. Situación problemática</b> .....	<b>9</b>
<b>1.4. Planteamiento del problema</b> .....	<b>10</b>
<b>1.4.1. Problema general</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4.2. Sub-problemas o derivados</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5. Delimitación de la investigación</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5.1. Delimitación Espacial</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5.2. Delimitación Temporal</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5.3. Unidades de información</b> .....	<b>12</b>
<b>1.6. Justificación.</b> .....	<b>12</b>
<b>1.7. Objetivos de investigación</b> .....	<b>13</b>
<b>1.7.1. Objetivo General</b> .....	<b>13</b>
<b>1.7.2. Objetivos específicos</b> .....	<b>13</b>
<b>CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1. Marco teórico</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.1. Marco Conceptual</b> .....	<b>48</b>

<b>Marco referencial sobre la problemática de la investigación</b> .....	51
<b>2.1.2. Postura Teórica</b> .....	53
<b>2.2. Hipótesis</b> .....	55
<b>2.2.1. Hipótesis general</b> .....	55
<b>2.2.2. Subhipótesis o derivadas</b> .....	55
<b>2.2.3. Variables</b> .....	56
<b>2.1.2. Variable independiente</b> .....	56
<b>2.1.3. Variable dependiente</b> .....	56
<b>CAPITULO III</b> .....	57
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	57
<b>3.1.- Resultados de la investigación</b> .....	57
<b>3.1.1.- Pruebas estadísticas aplicadas</b> .....	57
<b>3.1.2 Análisis e interpretación de dato</b> .....	58
<b>3.3.- Recomendaciones específicas y generales</b> .....	64
<b>3.3.1.- Específicas</b> .....	64
<b>3.3.1.- General</b> .....	64
<b>CAPITULO IV:</b> .....	66
<b>PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN</b> .....	66
<b>4.1 Propuesta de aplicación de resultados</b> .....	66
<b>4.1.1 Alternativa obtenida</b> .....	66
<b>4.1.3.2 Justificación</b> .....	69
<b>4.2.2 Objetivos</b> .....	71
<b>4.2.2.1 General</b> .....	71
<b>4.2.2.2 Específicos</b> .....	71
<b>4.3.3.- Estructura general de la propuesta</b> .....	71
<b>4.3.3.1.- Título</b> .....	71
<b>Objetivos Generales:</b> .....	72

<b>Objetivos Específicos:</b> .....	72
<b>4.3.3.2 Componentes del Taller</b> .....	73
<b>Presentación e inauguración del taller</b> .....	73
<b>Asistentes:</b> .....	74
<b>Agenda del taller</b> .....	74
<b>Ejes temáticos:</b> .....	74
<b>Asistencia Técnica:</b> Investigadora.....	75
<b>Convocatoria y coordinación general:</b> Comisión especial.....	75
<b>Participantes:</b> Comunicadores Sociales y Periodistas del cantón Ventanas en la provincia de Los Ríos. ....	75
<b>Duración:</b> Tres días (Viernes, Sábado y domingo).....	75
<b>Horario:</b> 8H00 a 18h00.....	75
<b>Financiamiento:</b> Comunicadores y Periodistas del cantón Ventanas:.....	75
<b>Información general de la actividad</b> .....	75
<b>Tipo de evento:</b> Cantonal .....	75
<b>Lugar:</b> Gobierno Autónomo Descentralizado de Ventanas.....	75
<b>Fecha:</b> A definirse.....	75
<b>Eje temático:</b> .....	75
<b>Asistencia Técnica:</b> Investigadora.....	76
<b>Convocatoria y coordinación general:</b> Comisión especial.....	76
<b>Participantes:</b> Comunicadores Sociales y Periodistas del cantón Ventanas en la ...	76
Provincia de Los Ríos. ....	76
<b>Duración:</b> Tres días (Viernes, Sábado y domingo).....	76
<b>Horario:</b> 8H00 a 18h00.....	76
<b>4.4.- Resultados esperados de la Alternativa</b> .....	76
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	80
<b>ANEXOS</b> .....	86

## INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación tiene como objetivo principal demostrar y analizar la relación de los medios periodísticos, y la manipulación que ejercen los medios de comunicación en el manejo de la información destinada al público masivo, demostrando que los medios de comunicación conforman un vehículo esencial para los sistemas de control político y económico.

Por lo tanto, el manejo periodístico y los medios de comunicación se constituyen en el símbolo de la cultura de masas, esta se convierte en "incultura" cada vez mayor para aumentar su aceptación entre el público. Construyendo un mundo aparentemente neutro, "representando" al mundo real, dándonos una visión aparentemente "objetiva" de la información (Pena de Oliveira, 2009).

Los medios de comunicación han variado sus formas de actuar, dedicándose exclusivamente a ser transmisores y reflectores de ideologías disimuladas a través de su aparato informativo. La estructura mediática, en todas sus formas, ha condicionado la opinión, las prácticas, los gustos, las creencias tradicionales.

Con los avances tecnológicos se ha logrado contar con sistemas de comunicación más eficaces, de mayor alcance, más potentes y prácticos. Un medio de comunicación es un centro emisor a través del cual se transmiten señales mediante un código y facilita la comunicación entre los seres humanos.

Sin embargo, el crecimiento de los medios de comunicación a nivel mundial ejerce un gran impacto para el transmisor de la noticia o información, sobre todo al momento de referenciar a la información transmitida por medio de la *web*, donde muchas personas emiten comentarios, opiniones o percepciones que otras personas las pueden tomar como verídicas por la falta de discernimiento por parte de los receptores que piensan que toda información

que se muestra por cierto canal de comunicación es en su totalidad verídica y confiable (Salaverría, 2016).

Por tal motivo, el marco investigativo del presente trabajo destaca el manejo de la información, y cómo esta puede ser una gran influyente en el manejo de las grandes masas humanas, lo que revela el juego mental que puede ocasionar una o varias personas sobre otro grupo humano para ejercer en su comportamiento y decisiones finales en varios aspectos de su vida.

Este proyecto investigativo desarrolla un espectro crítico a través de los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I.- Se refiere a la situación problemática y planteamiento del problema, el problema general y sub problemas derivados del mismo, la delimitación de la investigación, la importancia y justificación del proyecto, así como el objetivo general y los objetivos específicos que deseamos alcanzar a través de esta investigación.

CAPÍTULO II.- Este capítulo trata acerca de los antecedentes del problema, así como la fundamentación teórica del proyecto que es sustentada a través de definiciones de términos, autores, libros e información documentada que de relevancia y sustento al proyecto. También en el mismo, se expone diferentes hipótesis tratadas.

CAPÍTULO III.- Aborda la modalidad y tipo de investigación, que se realizará a través de técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, lo que permitirá analizar e interpretar los resultados para establecer conclusiones referentes a los medios periodísticos, y la manipulación que ejercen los medios de comunicación en el manejo de la información destinada al público.

CAPITULO IV.- En síntesis el problema formulado tuvo una respuesta, para su definición y resultados, sobre la base de las encuestas realizadas, con preguntas reelaboradas y dirigidas a los involucrados en el tema, lo que permite plantear la propuesta de realizar un “Seminario-Taller de capacitación con el título de: “Cómo generar información de calidad” dirigido a los comunicadores sociales y periodistas del cantón ventanas en la provincia de Los Ríos, con la que se pretende solucionar el problema y brindarle a los Ventanenses una información de calidad, pero destacando su claridad, honestidad, responsabilidad y contrastación de fuentes, orientadas a la verticalidad y veracidad informativa, por parte de los periodistas y de sus medios.

## **CAPITULO I.-**

### **DEL PROBLEMA**

#### **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES DEL CANTÓN VENTANAS.

#### **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

##### **1.2.1. CONTEXTO INTERNACIONAL**

Considerando los riesgos que involucra intentar definir un concepto de identidad cultural, es decir, buscar una identidad en la cultura universal, y siguiendo a M. Castells (1998), la podemos entender como “toda dimensión valórica simbólica que contribuye al proceso de construcción de sentido y experiencia para los miembros de una sociedad, y donde los actores sociales construyen sentido atendiendo a uno o varios atributos culturales a los cuales dan prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido” (pág. 28). La cultura universal incide en el rol que los medios de comunicación del mundo deben optar para formar una buena opinión pública.

Los medios de comunicación social son hoy día la fuente principal de creación de la opinión pública la opinión pública y su creación dinámica son como la conciencia colectiva de la sociedad el influjo de la opinión pública sobre los particulares es, evidentemente, decisivo, máxime en una sociedad masificada como la nuestra. Por ello, una de las mayores potencialidades de manipulación social

actual radica en los centros de producción y control de la información y de la comunicación.

Los profesionales de la comunicación y de la información disponen de numerosos efectos que, aun no directamente pretendidos, pueden provocar una clara manipulación social aludamos con T. M. Garret (10) solamente a algunos: la simplificación, el relieve y el ritmo.

Los medios de comunicación tradicionales participan en un prolongado y desafiante maratón de riesgos estratégicos. Primero, la competencia entre ellos y, luego, la irrupción de los nuevos medios digitales que, además de morder en el tradicional pastel de la economía de la atención (el supermercado del marketing), incorporan nuevas formas y modelos basados en la colaboración y participación de los receptores o usuarios. Los consumidores se convierten en productores, no sólo de atención (generación de audiencia) sino también de información, comunicación y otros contenidos de ocio o conocimiento. No se trata de receptores de un producto sino de usuarios de un servicio con el que deciden interactuar (De Pablos Coello, 2008).

A contramano de la relajación de las normas sobre medios de comunicación que es moda en los países centrales, en América Latina gobiernos de distintos signos políticos impulsan, desde hace una década, nuevas regulaciones para el sector. Estas regulaciones combinan respuestas frente a problemas que en algunos casos son antiguos, como la concentración de la propiedad y su extranjerización, la función del Estado como emisor y gestor comunicacional, la subordinación de los órganos de aplicación de las leyes a los gobiernos o el control de los contenidos; otros, en cambio, son desafíos novedosos, como la convergencia tecnológica y productiva entre el sector audiovisual, la gráfica, las telecomunicaciones e internet. Pero mientras en los países centrales la convergencia tecnológica es invocada como fundamento de regulaciones más flexibles hacia la concentración del sector, en América Latina es la política la que marca el ritmo de normas que promueven controles más estrictos. El modo en que se regula el sector de los medios es un indicador de peso para analizar la configuración del espacio público que se proyecta desde el Estado, toda vez que los medios son dispositivos privilegiados de socialización y

troquelen el ambiente en que se producen, editan, distribuyen y utilizan masivamente las informaciones y los entretenimientos, en una metamorfosis que incluye de manera creciente interacciones mediante redes fijas y móviles. Esta mutación replantea, de raíz, el lugar de los propios medios (BECERRA, 2014).

### **1.2.2. CONTEXTO NACIONAL**

Los medios de comunicación, poseen una gran influencia dentro de la sociedad, es por ello que no puede dejar de considerarse en la formación profesional del comunicador social.

El rol de los medios de comunicación y la generación de opinión pública desde esos espacios se ha convertido, en uno de los elementos dinámicos del juego democrático en nuestro país.

En el Ecuador, los medios de comunicación desde sus inicios hasta la actualidad ha crecido significativamente y varias universidades han tomado la posta en la formación de comunicadores sociales, con destrezas y habilidades en el medio; es así como la Universidad San Francisco de Quito como indican en su portal web que su énfasis está en “las posibilidades narrativas buscando la formación de individuos que tengan una combinación de destrezas y habilidades técnicas con un profundo conocimiento teórico y crítico del medio”. (USFQ, 2014).

La confluencia de nuevas regulaciones con la convergencia tecnológica y la masificación del acceso a internet estimuló una inédita apertura de la discusión sobre la función de los medios de comunicación, sobre sus intereses y alianzas, sobre sus reglas de juego y sobre sus líneas editoriales. Nunca antes los medios fueron cuestionados como ahora. El cuestionamiento es múltiple y proviene de algunos gobiernos, fundamentalmente

los que son aludidos como populismos de nueva izquierda, aunque también hay gobiernos de centro o centroderecha que lo hacen. Incluso más allá del complejo estatal, numerosos grupos de la sociedad civil crearon observatorios que critican el funcionamiento de los medios y presionan en favor de la adopción de regulaciones que modifiquen los rasgos básicos de los sistemas de medios latinoamericanos (BECERRA, 2014).

La comunicación en Ecuador tiene su origen en las llamadas Relaciones que no eran más que manuscritos leídos a viva voz, pasa el tiempo y se crea la primera imprenta fundada en Ambato alrededor de 1750.

En el Ecuador han transcurrido exactamente 208 años de la aparición del primer número del periódico Primicias de la Cultura de Quito, verdadero punto de partida del noble y visionario que hacer que identifica a la prensa nacional, y aún continúan vigentes los magníficos postulados que en este campo legó la privilegiada inteligencia del Dr. Eugenio Espejo (1747-1795).

Así pues, desde el histórico jueves 5 de enero de 1792 resultan incontables las jornadas que a favor de los intereses de la Patria ha protagonizado el periodismo ecuatoriano, empeñado asimismo en exaltar los valores culturales del país y las bondades de su maravillosa geografía, como complemento de toda obra informativa, educativa y de formación ciudadana.

Hacer periodismo en Ecuador, depende de los propios recursos profesionales de los periodistas. La autonomía humana y el compromiso del comunicador social lo deslindan de la falta de espontaneidad, de la frivolidad, superficialidad o sensacionalismo.

El reto y la misión del periodista consisten en transparentar la sociedad y dar indicios para que el público pueda conocerla. Así el periodista no debe buscar figurar y

promocionar su personalidad, sino facilitar información que permita estar bien informado.

El periodista ecuatoriano se ve muy obstaculizado de ejercer su profesión a carta cabal y sobre todo con absoluta imparcialidad, pues si bien es cierto que al egresar de la carrera de comunicación social está saturado de vehemencia para desempeñar su trabajo como teóricamente lo aprendió, se encuentra con la amarga realidad de que su profesión se ve condicionada por varios factores, en especial el económico y el político, pues para muchos constituye un medio de sustento familiar y en el afán de mantener su trabajo se ve sujeto a limitaciones.

Ecuador es un País con suficientes recursos humanos antes que económicos, lo primero no se aprovecha eficazmente por varios motivos, lo que contribuye sumado a lo segundo a aplicar prácticas no éticas que conllevan a involucrarse en la política, el poder, la corrupción, esto en busca de hacer dinero, acto que se convierte en una necesidad primaria en estos tiempos de crisis.

### **1.2.3. CONTEXTO LOCAL**

Las técnicas del manejo de la información por parte de los comunicadores sociales de los medios de comunicación tradicional del cantón Ventanas, pueden estar influenciados por las fuerzas mayoritarias económicas o políticas.

Es de reconocer la existencia de varios medios de comunicación escritos, radiales y televisivos, que de una u otra manera contribuyen a informar de los diversos hechos

noticiosos que se producen en el cantón, lo que da cuenta de una realidad que se traduce en la búsqueda de protagonismo comunicacional, lo que provoca una serie de desfases en la información que se entrega a la población, especialmente cuando está se orienta a una sola fuente que por lo general son las entidades públicas.

Para nadie es desconocido que el tipo de información que se entrega a los Ventanenses es parcializada y sin contrastación, por lo que en muchos casos da lugar a la desconfianza en los medios y desde luego a los comunicadores y periodistas que colaboran con estos medios.

Así la población está constituida por un canal de cable local, Cable 7, dos emisoras de, Radio Sibimbe y Radio Suprema, y por prensa escrita encontramos el semanario Enfoque. En total encontramos 4 medios de comunicación tradicionales en el cantón Ventanas. (Ministerio de Comunicación, 2015)

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

En el mundo entero se debe de tener en cuenta que el manejo de la información a transmitir, por ínfima que sea esta, debe ser manipulada con orden, cautela y claridad, para que el receptor de dicha comunicación pueda comprender realmente lo que se desea transmitir.

Sin embargo, en el mundo entero la manipulación de la información puede ocasionar daños irreparables o puede generar efectos totalmente distintos, los medios de comunicación social, los gobernantes o miembros de los gobiernos, los centros educativos y los sistemas que éstos utilizan, son parte esencial de éste proceso de manipulación (Quintás López, 2001).

Los entes antes mencionados son responsables directos de definir qué transmitir y qué no transmitir al mundo entero, lo que lleva al análisis de la situación educativa de las personas de acuerdo a la zona de estudio, no sólo de los transmisores de dicha información, sino también de los receptores de la misma, para que éste tipo de personas sean capaz de aceptar o rechazar todo en cuanto concierne a la información manipulada (Garret, 1971).

Tomando en cuenta esta problemática, se ha detectado la oportunidad de desarrollar este trabajo para enseñar y comunicar a la sociedad y a los comunicadores sociales del Cantón Ventanas el impacto del manejo de la información de los periodistas de los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas.

#### **1.4. Planteamiento del problema**

La situación de los medios de comunicación en el Ecuador, los gobernantes de turno han minimizado o anulado la función social de la comunicación como dinamizadora de procesos educativos y formadores de opinión pública, distorsionándola o reduciéndola a necesidades e intereses personales y de grupos. Cabe recordar que los medios de comunicación, sean estos privados, constitucionalmente tienen el deber y la responsabilidad de participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. (Arce, 2008)

Existen factores económicos, políticos y culturales que inciden para que la mayoría de ecuatorianos no tengan acceso a los medios masivos de comunicación, lo que genera marginación y discriminación en el cumplimiento del derecho a la libertad de expresión. (Montalbán, 2000)

Bajo estos parámetros, se hace necesario analizar la incidencia que tienen los medios de comunicación en la vida democrática del país, incluido el cantón Ventanas, lo que supone

una reflexión sobre los objetivos que deben perseguir pues su participación en los procesos educativos y culturales es urgente, en condiciones que en el país se habla de una pérdida de valores permanente con gran impacto en el fenómeno de la corrupción que atenta contra la estabilidad democrática. De igual manera, el Estado debe garantizar el acceso a los medios de comunicación, para cumplir el derecho constitucional de los ecuatorianos a la libertad de opinión y de expresión del pensamiento en todas sus formas, a través de cualquier medio de comunicación.

#### **1.4.1. Problema general**

¿Cuál es el impacto del manejo de la información de los periodistas de los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas?

#### **1.4.2. Sub-problemas o derivados**

¿Cuáles son los factores que inciden en el proceso de manipulación de la información de los periodistas de medios de comunicación tradicional del Cantón Ventanas?

¿Cuál es la importancia del buen manejo y manipulación de la información de los periodistas de medios de comunicación tradicional del Cantón Ventanas?

### **1.5. Delimitación de la investigación**

#### **1.5.1. Delimitación Espacial**

Provincia: Los Ríos

Cantón: Ventanas

#### **1.5.2. Delimitación Temporal**

Se estima delimitar en el año: 2015.

### **1.5.3. Unidades de información**

La información se obtendrá del levantamiento de datos secundarios, tomándolos de las entidades reguladoras de la comunicación social del país y del levantamientos de datos primarios por medio de una observación de campo la cual responderá algunas de las interrogantes planteadas en el trabajo investigativo.

### **1.6. Justificación.**

Es importante recibir diariamente todo tipo de observación del manejo periodístico de los medios de comunicación una vez a la semana o más bien disfrutar de las distintas publicaciones periodísticas que llevan en su importancia las mejores investigaciones y texto de divulgaciones científica que son redactados por especialistas en la materia que es importante considerar el buen uso del manejo de la importancia recurriendo muchas veces a la fuente que nos da lugar a la noticia las Redes Sociales donde muchas veces usuarios por meros fines de diversión o por buscar destruir o vulnerar la Credibilidad del Periodismo suelen divulgar informaciones falsas. (Díaz Rodríguez, 2009)

En la observación encontramos los denominados medios de comunicación que conforman distintas compañías que se encargan del negocio de la Prensa y Periodismo, contando con la capacidad de Multimedia cuando abarcan no solo a un Medio Gráfico, sino que también desembarcan en el mundo de la Televisión y, lo que está cobrando mayor importancia en los últimos años, los Medios Digitales de Comunicación, que comprenden la realización de revistas y periódicos que son difundidos únicamente a través de internet. En el trabajo de la información, se suele mencionar a la ética periodística, considerándose dentro de ella a distintas normativas que deben ser respetadas en la actividad periodística, ligadas sobre todo al manejo de la información de las Ciencias de la comunicación y el estudio de los distintos medios informativos. (Velasco M. , 2013)

## **1.7. Objetivos de investigación**

### **1.7.1. Objetivo General**

Analizar el impacto del manejo de la información de los periodistas de los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Conocer deberes y derechos de los periodistas para cubrir la información periodística.
- Observar si los periodistas de los medios tradicionales del cantón Ventanas cumplen con la ética periodística.
- Identificar los protocolos de los periodistas para la cobertura de una noticia.

## **CAPITULO II.-**

### **MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1.MARCO TEÓRICO**

La información, que puede ser una noticia o también puede ser un dato que se necesite comunicar o dar a conocer, en todos los campos de acción, como transcripciones de documentos o declaraciones tomadas a personas testigos de hechos u oyentes de otros, finaliza en la manipulación de dicho contenido informativo. (Romero, 2006)

Según Lourdes Romero en su libro *La realidad construida en el periodismo: reflexiones teóricas*, indica que:

De hecho, debe aceptarse que todo uso de los medios presupone una manipulación. No es posible escribir, o realizar un programa de radio o televisión sin manipular la información. La cuestión no es poner en duda la existencia de la manipulación, sino la manera en que esta se ejerce. En un sentido amplio, el concepto de manipulación significa una intervención consciente, técnica, en un determinado material. En este sentido, es necesario que tanto emisor como lector estén conscientes de esta posibilidad. Así pues, el emisor no debe manipular la información para falsear la realidad, al contrario debe apelar a la racionalidad de su lector a partir de información contextualizada y provenientes de fuentes con nombre, de prestigio y confirmadas, sin valerse de rumores. El lector, por su parte, si en algún momento tiene duda de la verdad de lo dicho en el relato periodístico debe acudir a las fuentes de información no sólo para comprobar la validez del enunciado sino para completar la información proporcionada en el mensaje. (pág. 105).

Es así que, el manejo de la información determina el grado de conocimiento que el comunicador tenga y a su vez el grado ético y moral que éste tenga. Sin embargo, la persona que sea periodista profesional puede tomar sus propias decisiones, teniendo las razones suficientes para creer e indicar de forma objetiva los códigos de ética personales, no siendo estos veraces o aceptados por la sociedad en donde se desenvuelven.

Los medios de comunicación social tienden a simplificar los problemas tanto por las limitaciones de espacio y de tiempo cuanto porque la complejidad y el refinamiento intelectual darían por resultado la eliminación de grandes sectores del auditorio popular. Aun en una nación que haya alcanzado un alto grado de educación, la mayor parte de la población no está preparada para seguir unos análisis de alto nivel. En el caso de los medios de comunicación con proyección comercial esta exclusión de grandes sectores del posible auditorio significaría una reducción de los ingresos, ya que es precisamente auditorio lo que estos medios de comunicación venden a los patrocinadores. La raíz del problema no está sólo en el motivo del lucro sino en la naturaleza misma de los medios y en el nivel del auditorio.

Los medios de comunicación sirven para que destaquen ciertos problemas o individuos, al darles mayor publicidad o relieve. Incluso los comentarios desfavorables a un individuo pueden servir para darle prestigio, y notoriedad. Un gánster o una actriz cinematográfica de vida turbia pueden sacar mucho provecho de esta publicidad o relieve que se les otorga. Esta capacidad de los medios de comunicación les sirve igualmente para apartar la atención del público de otros asuntos. Los gobiernos, por ejemplo, prefieren que las malas noticias salgan a la luz pública cuando los medios de comunicación están dispersando la atención por otros campos. Los jóvenes revolucionarios, por el contrario, tratan de provocar sucesos dramáticos para atraer la atención de los medios de comunicación y, mediante éstos, la del público.

El ritmo de los cambios y la rapidez de las reacciones por el simple procedimiento de acortar el tiempo necesario para transmitir y difundir un mensaje es otro de los efectos a disposición de los medios de comunicación para ejercer su influjo en la reacción del auditorio. El factor tiempo puede ser manejado como un medio de control por quienes desean crear un estado de inquietud social igual que por quienes traten de conseguir que el público aleje su atención de determinados asuntos. (FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, 2016)

El resultado de la manipulación social a través de los medios de comunicación social es sabido la participación en la sociedad y en la marcha de la historia se reparte tan desigualmente que mientras unos se reservan las decisiones y el control, otros quedan reducidos a la única posibilidad de someterse masiva, pasiva e inconscientemente a las consignas dadas desde el poder de la comunicación.

### **Comunicación social**

Abordamos este capítulo con la definición de comunicación y para ello tomamos en cuenta lo que menciona uno de los teóricos en temas sociales, quien da un punto de vista de todo lo que abarca la comunicación, además de cómo tiene una relación con los medios, el lenguaje, los símbolos y la cultura. “La comunicación se toma en un sentido más amplio, que engloba los múltiples circuitos de intercambio y circulación de bienes, personas y mensajes.

Esta definición abarca, a la vez, las vías de comunicación, las redes de transmisión a larga distancia y los medios de intercambio Armand Mattelart en su obra. “La invención de la comunicación” explica como las personas crean formas de interactuar con otras, buscan nuevas herramientas que faciliten la difusión de información, modifican los estilos de vida debido a los nuevos aparatos que sirven de apoyo para el desarrollo social, inventan símbolos a los que les dan un significado y que pueden ser transmitidos de generación en generación. El legado de una cultura anterior permite entender el contexto donde un individuo se sitúa porque lleva consigo

un lenguaje para ello el conocimiento es importante, saber o conocer sobre un tema permite tener bases fundamentadas, esto con el fin de crear nuevas teorías sobre un fenómeno, apoyadas en aparatos tecnológicos como un computador donde se puede albergar datos y tener libre acceso.

La sociedad junto con el desarrollo tecnológico pudo elaborar por medio de varios representantes estudiosos de la comunicación teorías, las cuales permiten ser una guía para comprender a la comunicación como un fenómeno donde intervienen los medios, y las personas. Es decir, el flujo de toda actividad que está dentro de una sociedad es la comunicación a través de ella se puede explicar un hecho, un suceso o un fenómeno. La llegada del Internet transforma la vida social de las personas, pues empieza a legitimar el orden social previamente establecido, y se originan una serie de debates sobre el fin con el cual fue creado, además de determinar su ciberespacio está convirtiéndose en una plataforma sostenida y de mayor alcance.

La información se vuelve una mercancía dentro de un mundo cada vez evolucionado, los nuevos sitios de comunicación brindan la posibilidad de difundir noticias, pero a la vez también generan réditos económicos, a pesar que existen aparatos tecnológicos que disminuyen el tiempo de conexión entre el mundo físico y el virtual, la información se actualiza a cada minuto para lo cual varios sectores mejoran la utilidad del sistema mediante la creación de aplicaciones o nuevos sitios web provocando incrementando su consumo.

Los medios llegaron a conseguir un alto prestigio dentro de la sociedad, de acuerdo con este punto en el campo comunicativo sobre todo en el periodismo la autoridad y el respeto de los medios se funda entre la sociedad, generando credibilidad a pesar que tienen líneas ideológicas definidas (LUNA NOA , 2016).

### **El periodismo.**

La captación y el tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la Información en cualquiera de sus formas y variedades se conoce como: Periodismo. En otras palabras, el periodismo es la actividad profesional que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para cumplir con su tarea, el periodista consulta fuentes verificables o recurre a su propio testimonio. La base del periodismo es la noticia, pero también incluye otros géneros, como la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje. Por eso, el periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión. Los distintos medios de comunicación hacen que el periodismo pueda ser gráfico, audiovisual, radiofónico o digital. Ante la fuerte influencia que el periodismo tiene en la sociedad, hoy por hoy suele ser considerado como el cuarto poder de un Estado.

## **MEDIOS PERIODÍSTICOS: HISTORIA, DESARROLLO EN LA ACTUALIDAD.**

Quienes ejercen el periodismo, emplean varias modalidades, lo que nos induce a reconocer que existen diversas clases de periodismo dependiendo del tema que se toque y de la manera cómo se exprese.

Las tres grandes clases de periodismo existentes son el periodismo informativo, el periodismo interpretativo o investigativo y el periodismo de opinión.

En cuanto al tema sobre el cual hable, el periodismo puede ser cultural, deportivo, político, social, económico y de entretenimiento, entre otros. Hay tantas clases de periodismo como temas en la sociedad.

El periodismo es, entonces, una especie de espejo, en el cual se mira la sociedad, donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, finalmente, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.

La imagen que entrega el espejo adquiere algunas formas distintas según una mayor o menor elaboración o según el uso de ciertas fórmulas de redacción, a estas formas se les llama géneros periodísticos entonces, tal como en una esfera más amplia lo son los géneros literarios, los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien los utiliza.

Así, un género periodístico se define en función del papel que juega el narrador o emisor del mensaje en relación a la realidad observada expresado de una manera más simple y generalizada, diremos que un género periodístico es una forma literaria que se emplea para contar cosas de actualidad a través de un periódico. Sin desconocer que estas mismas formas, con algunas modificaciones obligadas por las características de los medios de comunicación, son las mismas que se usan tanto en radio como en televisión.

Según el nivel de objetividad o de subjetividad que el emisor (el periodista) le imprima al mensaje o texto periodístico hablaremos de tres géneros periodísticos (o clases de periodismo como expresamos anteriormente).

Género informativo: su objetivo es entregar información de actualidad y su función principal es exponer los hechos. Dentro del género informativo encontramos la noticia y la entrevista.

Género interpretativo o investigativo: profundiza sobre la información y su finalidad principal es relacionar la actualidad con su contexto. Su función principal es la explicación. El reportaje, la crónica, la crítica y el ensayo periodístico serían textos interpretativos.

Género de opinión: en estos textos el periodista toma partido por una postura u otra a partir de la información que tiene. Tratará de convencer al lector de que su posición sobre

el tema es la correcta. Su función es persuadir al destinatario. El editorial, la columna o el artículo son expresiones de este género de opinión.

Anotado lo anterior, es necesario agregar que los géneros periodísticos no son una clasificación absoluta o universal como la mayoría de los aspectos del periodismo. La teoría periodística surge como consecuencia del trabajo diario de los periodistas. Por ello, los textos periodísticos no se distinguirán claramente unos de otros, si no que más bien comparten sus características.

En la prensa escrita, fundamentalmente, podemos diferenciar los tres tipos de géneros periodísticos, aunque a veces cuesta caracterizar uno y otro. Los diarios y las revistas incluyen entre sus contenidos páginas reservadas a cada uno de estos géneros. Si se presta un poco de atención, al leer un periódico el lector puede darse cuenta de si el periodista tiene una actitud esencialmente informativa, o una de carácter explicativo, cuando escribe una noticia. También es posible percatarse de que el editorialista o columnista de opinión aboga por unos principios o planteamientos definidos, por lo que tratará de convencernos de sus propias ideas.

Así, la información, la interpretación y la opinión que encontramos en la prensa enriquecen nuestra visión de la actualidad. Son actitudes y géneros que se complementan pues cada uno desempeña sus propias funciones. El problema surge si el lector confunde una opinión personal de un colaborador del periódico con un dato.

A continuación, analizaremos una por una las distintas modalidades expresivas que usa el periodismo para cumplir con sus objetivos dentro del género informativo tenemos la noticia y la entrevista.

La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de narrar con la mayor objetividad y veracidad posibles cómo se han producido esos acontecimientos o hechos la noticia tiene unas funciones claramente delimitadas y el periodista trata de cumplirlas con

el mayor rigor profesional. El lector recibe la información sin ningún tipo de valoración personal u opinión del periodista. El estilo lingüístico utilizado está claramente definido por las siguientes normas: claro, concreto y conciso.

El periodista ordena los datos en la narración de la noticia en orden decreciente a su importancia: parte de los datos más relevantes para llegar hasta aquellos menos significativos que cerrarán el cuerpo de su noticia. Las noticias siguen una estructura de pirámide invertida.

En la noticia se deben incluir los datos esenciales para la comprensión del acontecimiento. Se tiene que proporcionar al público las respuestas a las llamadas cinco W: Quién, qué, cuándo, dónde, por qué (who, what, when, where, why, a las que se puede añadir el Cómo (How).

La redacción de la noticia presenta unas pautas rígidas con escaso margen para la creatividad u originalidad por parte del profesional de la información. Sin embargo, es el género que con mayor eficacia cumple la función que podemos considerar prioritaria para el periodista: la de informar.

Formalmente, la estructura de una noticia se compone de tres partes: titular, lead o entrada y cuerpo.

Los factores o focos de interés de la noticia son:

Actualidad son los hechos que están sucediendo en cuanto al tiempo en una forma cercana. Se refiere a hechos de ayer, de hoy, lo que puede suceder mañana y se da a conocer hoy.

Trascendencia son los hechos que aparentemente no tienen importancia en el momento en que se producen, pero que al cabo de unos días sentimos la importancia que tuvieron.

Prominencia los hechos de prominencia, son los que ocurren a la persona, lugar, cosa o animal y situación, que son relevantes con respecto a los demás en su género.

Proximidad aquellos acontecimientos que nos afectan porque suceden cerca de nuestro lugar de residencia, o bien por cuestiones de raza, ideología, intelectualidad.

Expectación son aquellos hechos que sabemos cómo se han iniciado, pero se ignora cómo va a ser el desenlace y entonces existe expectación por conocerlo.

Rareza son aquellos hechos que suceden fortuita o inesperadamente y que causan risa o extrañeza.

Conflicto cuando se supone el enfrentamiento de dos fuerzas opuestas, pueden ser en el terreno ideológico, deportivo, de armas, etcétera.

Humano o Emotivo son aquellos acontecimientos que mueven los mejores sentimientos del ser humano hacia sus congéneres.

Novedad Científica son aquellos acontecimientos que se refieren al avance científico en beneficio del ser humano, que ayudan al progreso de la humanidad.

Hazaña son aquellos hechos únicos en su género, que se realizan por parte de una o varias personas con el objetivo de lograr un propósito preestablecido.

Magnitud son aquellos hechos que resultan ser los más grandes en su género, limitados muchas veces en cuanto al tiempo y lugar. Pueden ser realizados por la mano del hombre o por la fuerza de la naturaleza.

Trasgresión de la Ley son todos los acontecimientos que tienen como base la violación de la ley.

El profesional de la noticia, el periodista, debe saber estructurar estos focos de interés partiendo por el de mayor relevancia o importancia para los lectores, ciñéndose al esquema de pirámide invertida ya mencionado.

### **La entrevista**

La entrevista es una charla, sobre la base de una serie de preguntas, que sostiene un periodista con otra persona, con el propósito de obtener informaciones que el profesional desconoce pero que desea descubrir para satisfacer los intereses de sus lectores permite al lector un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados, queridos.

Los periodistas que realizan este tipo de entrevistas deben saber persuadir al entrevistado y crear un clima de conversación lo suficientemente agradable para que el personaje se muestre tal y como es en realidad.

Conseguir extraer opiniones interesantes y sinceras del entrevistado depende en gran parte de la destreza y la psicología del propio periodista. La entrevista siempre debe transcurrir como una conversación grata para el entrevistado. En muchas ocasiones el entrevistado parte de una actitud desconfiada pero las preguntas y la conversación del periodista consiguen una disposición mucho más expresiva y sincera de su parte.

Las características de una entrevista son:

1. Lo que es general en la charla, de interés mutuo.

2. Crear un ambiente de confianza; ser agradable al entrevistado.
3. La pregunta puede ser sustituida por una continuidad de movimiento, expresión, etcétera.
4. No hay que tratar de rivalizar con el entrevistado, ya sea en conocimientos o palabras rebuscadas.
5. Romper el nerviosismo que existe en una entrevista concertada previamente. Hallar la confianza.
6. Las preguntas deberán dirigirse al meollo del problema.
7. No dejarse entrevistar por el entrevistado. No convertirse en su secretario.

Corroborando lo afirmado en el sentido de que las distintas formas expresivas periodísticas fluyen con características de uno u otro género, en la práctica vemos que la entrevista puede ser:

**Entrevista noticiosa.** Sirve para sacar información de testigos de un hecho que no presenciamos. La fuente serían todas las personas que tuvieron cierta relación en el asunto o están relacionados con determinado trabajo.

**Entrevista de opinión.** Se pide la opinión de personas que tienen autoridad para hablar sobre algún asunto por cuestión del cargo que ocupan. Generalmente se les hace a personas que destacan en su actividad. Los artistas de arraigo popular o a personas que sean representativas de una forma de vida o que constituyan un problema social.

**Entrevista de semblanza.** Se conversa con el personaje para captar sus características personales y transcribirlas en la misma entrevista.

**Encuesta.** La encuesta es una mezcla de noticia y entrevista. Es noticiosa y de opinión. Se hace a varias personas acerca de un mismo hecho se dice que todo lo que es desconocido para nosotros, es información. Y que toda noticia es información, pero no toda información es noticia.

### **Formas de realizar una entrevista:**

El formato más común para realizar una entrevista es de persona a persona. También está la Conferencia de prensa, que reúne a varios periodistas delante de un entrevistado o expositor.

### **Fases para una entrevista:**

**Preparación.** Puede ser información de tipo documental, remota (ficheros de personas, temas, etc.) y de tipo inmediata (llevar un buen cuestionario).

**Realización.** Se trata de señalar qué dijo el entrevistado, qué no dijo o no quiso decir; dónde y cuándo lo dijo. Para ello es preciso seleccionar bien las preguntas a formular.

**Examen de datos.** Hay que tener un verdadero interés en la entrevista que se está realizando, ejercitar la memoria, no obstante que hay auxiliares como la grabadora en la que no se debe confiar demasiado. Siempre es necesario anotar datos, en función de conceptos y no sólo de palabras algunas veces el tema es más sobresaliente que el entrevistado, a veces son ambos; en este caso hay que explicarle al lector la importancia de ambos.

**Tipos de preguntas:** Presunción, intención, disyuntiva, presunción con disyuntiva, presunción con doble intención, disyuntiva intencionada y presunción disyuntiva con intención.

### **Redacción de una entrevista**

La técnica de redacción de la entrevista consiste en alternar las descripciones o consideraciones que realiza el periodista con las palabras textuales del entrevistado. Esa combinación permite que el lector pueda penetrar en la psicología del personaje. Para lograrlo, el periodista debe incluir aspectos interpretativos en su texto.

Además, deben considerarse algunos aspectos como:

1. Datos de la persona, obtenidos durante la preparación y la realización de la entrevista.

2. El tema o asunto a tratar que dijo o que contestó el entrevistado. Son los datos aportados muy personalmente por parte del personaje y que puede presentarse en estilo directo; es decir, diálogos a base de pregunta-respuesta o con frases entre comillas o por separado, o bien integrados en una explicación. También pueden ser presentados en estilo indirecto, o sea la síntesis de la contestación, presentada con las palabras del reportero.

3. Cómo lo dijo. Son las observaciones acerca de las actitudes, gestos o ademanes, o sobre la forma de vestir del entrevistado. Puede presentarse en forma objetiva o subjetiva, redactados en párrafos aparte o con frases entre guiones en una contestación.

4. Lo que no dijo o no quiso decir. Puede ser presentado en observaciones objetivas o subjetivas. Estas pueden referirse al tema o al entrevistado, en párrafos aparte o frases entre guiones.

5. Dónde lo dijo. Son las descripciones, pintorescas o topográficas del lugar donde se efectuó la entrevista, ya sea en forma objetiva o subjetiva.

Otras recomendaciones a la hora de la redacción son las siguientes:

**Agrupación de temas.** Es muy probable que durante la charla se hayan abordado desordenadamente diferentes asuntos, o bien diferentes aspectos del asunto central.

**Un desarrollo lógico.** Será la agrupación de temas donde se ordene la redacción de la entrevista en: causas, características, consecuencias, soluciones, etc. para ayudar al lector a comprender panorámicamente el tema abordado.

**El desarrollo cronológico.** Después del párrafo de enlace se redacta la entrevista en el mismo orden en que fue realizada. Este desarrollo es propio de aquellas entrevistas, generalmente breves, que se han realizado ordenadamente y no existe posibilidad de confusión para el lector.

### **Comunicación de masas, sociedad red e información organizacional**

Para introducirnos en este capítulo es importante conocer que es la comunicación y como forma parte de la sociedad, además como el lenguaje permite entender las expresiones orales y escritas que tienen las personas para dar a conocer algo. En el caso de esta investigación es necesario transmitir las posturas de diferentes autores que exponen sus propuestas con el fin de entender y contextualizar sus puntos de vista sobre la comunicación y su relación con la sociedad.

La utilización de la teoría de la comunicación de masas, teoría de uso y gratificaciones, y la información organizacional permite conocer el desarrollo de varios lineamientos que tienen sus representantes, quienes se convierten en máximos exponentes para estructurar un marco teórico sólido y fundamentado. Varios escritos tienen relación con el tema expuesto para la presente investigación lo que permite asimilar y exponer de mejor forma el estudio del caso que hemos planteado. Iniciamos este capítulo con la definición de comunicación con el fin de abstraer su concepto y la utilidad que tiene el mismo en un marco social, esto permite tener elementos para introducirnos al estudio de la comunicación de masas donde se expone el tema de los medios de comunicación y sus efectos.

La clave para relacionar los temas expuestos son las propuestas teóricas de los autores que dan un camino para mostrar de forma sólida el contexto social para el desarrollo

de la investigación. Es así como todo estudio en el campo de la comunicación permite conocer familiarizarse con otros enfoques que están vigentes como es el: funcionalismo, estructuralismo y teoría crítica. Cada teoría promueve un enfoque diferente donde la comunicación y la sociedad son el eje conductor para la elaboración de la investigación (LUNA NOA , 2016).

### **El fin de la era de la prensa.**

Es uno de los artículos del escritor Juan Varela y es uno de los principales motivos de la crisis de credibilidad, por la sencilla razón de que califica que el periodismo tiene muchos intereses políticos y empresariales, en segundo lugar la falta de redacción para ejercer correctamente un periodismo de investigación, Varela trata de decir que el periodista no investiga ya que solo se dedica a copiar y pegar o si no recoge una información que no es versátil, que no tiene fundamento o que no tiene credibilidad, y en tercer lugar a la saturación informática en la que vivimos actualmente y en la cual estamos inmersos y la redundancia de muchos comunicadores con voces y mensajes repetidas. (Varela, 2008) .

Varela comenta también que con la aparición de una tecnología sencilla y poderosa supuestamente les permite tener libertad de expresión solo quienes tengan u obtengan un estudio de radio o televisión. En el espacio de la comunicación existen muchos medios tradicionales esta convivencia pone de manifiesto que aunque haya crisis en el periodismo no significa que la democracia corra peligro en el mundo de la comunicación. (López García, 2009)

Ahora los medios de comunicación cualquier persona puede hacer uso de ellos y manifestarse aun estando la frecuencia al aire, mostrar su visión de las cosas, opinar, reclamar, enjuiciar, protestar y dar sus puntos de vista sobre tal o cual evento social o de la actualidad, e inclusive posicionarse en la mente de los oyentes como un experto en alguna materia para así poder contextualizar e informar de una forma ordenada y veraz y poder dar una mejor explicación sobre un asunto de la actualidad. (Gillmor, 2004)

Y la participación de la ciudadanía se multiplica porque el internet además de informar, es una red de comunicación, que son dos cosas muy diferentes, también ofrece un espacio para la crítica, el debate. (Bowman & Willis, 2005)

El periodista no puede hacerse de la vista gorda ni ser ajeno a la realidad si es que desea seguir en el campo de la comunicación pública, los obstáculos que tiene por delante no son irrisorios, el comunicador debe saber escuchar, involucrarse en la conversación si es algo importante para así obtener información valiosa fuera de los medios de comunicación que llene sus conocimientos debe fomentar el debate e incentivar a la participación, ayudar a los ciudadanos a los valores cívicos y convertirse en un ícono dicho de admirar para una comunidad de usuarios. (Flichy, Lo imaginario de Internet, 2009)

**Dentro del género interpretativo o investigativo tenemos las modalidades de crónica, crítica, reportaje y ensayo periodístico.**

### **La crónica**

La crónica es un relato cronológico de un acontecimiento presentado desde su iniciación hasta su culminación con observaciones personales de quien la escribe, sobre los puntos culminantes. Existen varios tipos de crónica, según el asunto que traten. Entre las crónicas más usuales están: la deportiva, la política, la social, la artística y la cultural. En la crónica es indispensable que el periodista haya vivido los hechos.

Aunque la crónica demanda exponer los hechos en orden cronológico, tal y como lo indica su nombre, los hechos pueden interrumpirse de vez en cuando para permitir la aparición de reflexiones sobre éstos o de información necesaria para la comprensión de lo que se acaba de relatar o está a punto de enunciarse.

Es decir, una crónica contiene también elementos informativos y como no es únicamente un relato profundiza en la interpretación e incluso puede devenir en la crítica

## **Lenguaje y comunicación**

**La crítica** consiste en el análisis y comentario de cualquier clase de tópico, inclusive las actuaciones del gobierno; pero de ordinario sus temas favoritos son artísticos, literarios y deportivos. Es fruto de la cultura y conocimientos del periodista y responde al examen concienzudo que se haga de una obra o de un suceso. La crítica debe ser escrita con objetividad y sin apasionamiento.

La crítica cumple una labor de interpretación de diversos acontecimientos culturales la crítica periodística cumple tres funciones simultáneas: informa, orienta y educa a los lectores.

Hoy en día la producción cultural y artística es altísima. Desde luego esta gran oferta cultural es enriquecedora para la sociedad pero también conlleva una serie de riesgos, probablemente el más importante sea el de la confusión. La crítica adquiere cada vez una mayor importancia, precisamente porque su principal tarea es la de orientar al público y filtrar, en cierto modo, aquellas obras que reúnen unas mínimas cualidades artísticas.

La tarea del crítico es siempre controvertida y no debes olvidar que se mueve en el territorio de la opinión personal, de la valoración subjetiva resulta imprescindible, para el periodista que se dedica a la crítica, una gran especialización en aquella temática que trata el crítico es un especialista, o al menos debería serlo, en la materia que analiza. Debe fundamentar y probar aquello que afirma, sin caer en el dogmatismo ni en la opinión totalitaria.

La crítica periodística es un género algo diferenciado del periodismo por las funciones específicas que cumple y también por una serie de características propias: debe ser breve pero no superficial, ágil y rápida pero al mismo tiempo reflexiva, profunda y

argumentada. Su tono cultural es elevado pero obligatoriamente debe ser inteligible, comprensible para cualquier lector.

El crítico debe ser fiel a elevadas exigencias en cuanto a su ética profesional, no puede dejarse influir por sus propios intereses o debilidades personales a la hora de realizar su interpretación y juicio sobre la obra artística. Ni para elogiar gratuitamente, actuando más de propagandista que de crítico, ni atacando injustificadamente con la intención de ridiculizar y perjudicar a la obra y a su autor. Su actitud debe partir de la ecuanimidad y el respeto a aquello que juzga, aunque exprese las carencias y defectos que bajo su criterio presenta. Debe ser positivo, resaltando las cualidades de lo que juzga en primer lugar y después referirse a las carencias y las valoraciones negativas.

Existen distintos tipos de críticas en función de la temática que abordan: crítica literaria, crítica cinematográfica, crítica teatral, crítica musical, crítica de arte (pintura, escultura y arquitectura). En último lugar debemos destacar la crítica de radio y televisión, que se encarga de valorar sus respectivos programas.

### **El reportaje**

Aunque es un trabajo de interpretación e información que reúne en su desarrollo todas las formas periodísticas, el reportaje es la modalidad periodística interpretativa por excelencia. Es una narración objetiva y subjetiva de un hecho desde su iniciación, pasando por su estado presente, y señalando las consecuencias que puede tener, y si el hecho de que se trata constituye un problema, apunta las posibles soluciones.

Esta modalidad se estructura alrededor de un tema del que se proporcionan antecedentes, comparaciones, derivaciones y consecuencias.

Se pueden distinguir dos tipos de reportajes: el reportaje objetivo y el reportaje interpretativo cada uno de ellos pertenece a un género periodístico. El reportaje objetivo es considerado dentro del género informativo, mientras que el reportaje interpretativo se clasifica dentro del género interpretativo.

El reportaje objetivo cumple en gran parte las mismas funciones que la noticia, pero dispone de un espacio mayor. Presenta bastantes elementos comunes, sobre todo que el periodista mantiene la objetividad en la presentación de los hechos.

El reportaje descansa en dos columnas fundamentales:

- a) La investigación exhaustiva.
- b) La explicación de lo investigado

En el reportaje no es indispensable que el reportero haya estado presente en el lugar de los hechos.

Existen tres condiciones formales para elaborar un buen reportaje:

1. Un comienzo atractivo
2. Un desarrollo interesante
3. Un final concreto

Para hacer un buen reportaje es preciso investigar bien las fuentes de información, verificar que ésta sea fidedigna; recurrir al mayor número de fuentes; contar, inquirir, investigar las causas y el motivo del reportaje el que hace un reportaje es testigo dinámico en un momento dado, no un historiador que colecciona el pasado.

### **Desarrollo del reportaje**

El desarrollo de un reportaje supone fluidez en la prosa y concatenación de las ideas. Debe prevalecer una valorización de la información que se presente en orden decreciente se

debe procurar que la entrada o "lead" no sea un texto aparte, desconectado con el desarrollo o esencia del reportaje; que el campo de éste se construya eslabonada mente.

Si se trata de un reportaje único (no seriado) debe contener el mayor número de información en cambio, si se trata de una serie de notas, se debe planificar el número de reportajes y cuidar que cada uno de ellos tenga interés para el lector.

### **Título o encabezado**

El título debe ser la sustancia del reportaje y dependerá siempre de una buena técnica de composición.

Un buen encabezado en el reportaje, asegura la atención del lector. Es una especie de señuelo o gancho que invita a leer la nota.

### **Entrada o principio**

La entrada, primero(s) párrafos del reportaje deben ser un esquema de los extremos principales de aquel suceso que motivó al reportaje.

Debe redactarse preferentemente abarcando, con sencillez y claridad, lo importante de la nota.

### **¿Para qué sirve el reportaje?**

1. Puede servir para mover la voluntad de los lectores; o sea que al presentar una situación determinada con los datos que se consideran necesarios, se

motiva al lector directa o indirectamente a tomar una decisión y lo mueve a realizarla en el terreno práctico.

2. Puede servir para recordar. Si el reportero está plenamente convencido de lo investigado y hace bien su reportaje, podrá mover a la acción. Puede referirse a costumbres ya desaparecidas o que se han transformado; a la evocación de ciertas situaciones que se vivían antaño en la ciudad o país donde circula la publicación los temas son muy variados y pueden ser dirigidos a un público que los vivió; así como para quienes no los conocían, por haber ocurrido muchos años antes. Sin embargo, la selección del tema y de los datos manifestará su intención de añoranza; en algunos casos dejando entrever lo que va de ayer a hoy, pues no se concibe un reportaje si no tiene conexión con la actualidad.

Mediante el reportaje, el periodista descubre problemas, fundamenta principios sociales, denuncia lacras, va al fondo del asunto, no se queda en la superficie ni se entretiene en los aspectos particulares, sino que profundiza en las causas básicas con el objeto de dar un panorama lo más exacto y completo.

Generalmente, y ante el tema por abordar, el reportaje parte del establecimiento de una hipótesis que el propio periodista se formula. La investigación, la recolección de datos, lo han de llevar a confirmar esa hipótesis o a refutarla.

### **El ensayo periodístico**

El ensayo periodístico es un escrito donde se expone la interpretación de un tema, de un objeto, de una persona o de un hecho en el que pueden considerarse los siguientes aspectos:

1. Tratado generalmente breve donde se dan a conocer las teorías personales del autor.
2. Disertación amena más que investigación severa y rigurosa.

3. Se encuentra en la frontera de la didáctica y la poesía e incursiona hacia uno u otro campo (se dice que enseña deleitando o deleita enseñando algo).

4. Se escribe de los hechos como el autor los ve, los razona y los siente.

5. No profundiza en un tema formalmente, suele tocar todos los que el autor considere necesarios para la exposición de sus ideas.

El ensayo periodístico es un escrito inacabado en cuanto no agota las posibilidades del tema, ni las posibilidades ideológicas del autor. En los medios de comunicación los periodistas se especializan en alguna de estas modalidades dentro de los diversos géneros, y así tenemos periodistas llamados reporteros, entrevistadores, cronistas, columnistas, editorialistas, ensayistas, científicos, redactores, etc.

### **Medios de Comunicación Masiva (MCM)**

Los MCM han evolucionado más rápido en los últimos veinte años que toda la comunicación a lo largo de la historia, salvo las regiones marginadas físicamente de las zonas de influencia de la civilización contemporánea. Su impacto está presente en los niveles consciente e inconsciente, individual y colectivo, tanto en la vida personal como social.

Los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos: medios masivos, medios auxiliares o complementarios y medios alternativos.

**Medios Masivos:** También se conocen como medios medidos y son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. Entre los que se encuentran:

**La televisión:** medio audiovisual que permite a los profesionales de esta rama desplegar toda su creatividad ya que pueden combinar imagen, sonido y movimiento, convirtiéndose en una ventaja y un atractivo para los sentidos. Posee una buena cobertura de mercados masivos, costo bajo por exposición aunque, tiene limitaciones como: costos absolutos elevados, saturación alta, exposición efímera y menor selectividad de público.

**La Radio:** es un medio "solo-audio". Según Lamb, Hair y McDaniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Es un medio adaptable con buena aceptación local, selectividad geográfica elevada y demográfica, costo bajo, además, es bastante económico, su ventaja de ser solo audio se le convierte, en comparación con otros medios, en una limitación, exposición efímera; baja atención; audiencias fragmentadas.

**Los Periódicos:** son medios visuales, espléndidos para anunciantes locales. Goza de flexibilidad, actualidad, buena cobertura de mercados locales, aceptabilidad amplia, credibilidad alta, son accesibles y de precios bajos. Posee limitaciones como: corta vida, baja calidad de reproducción, pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

Las revistas constituyen otro medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales, admiten la realización de gran variedad de anuncios, selectividad geográfica y demográfica alta, credibilidad y prestigio, reproducción de calidad alta, larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico. También posee limitaciones como: larga anticipación para comprar un anuncio y costo elevado.

**Internet:** es otro medio de tipo audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. La selectividad alta, costo bajo, impacto inmediato, capacidades interactivas constituyen sus ventajas. Sus limitaciones reflejan un público pequeño que controla la exposición y un impacto relativamente bajo.

**El Cine:** Es otro medio audiovisual que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad, mayor nitidez de los anuncios de color. Entre sus limitaciones tenemos que es poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro.

**Medios Auxiliares o Complementarios:** También conocidos como medios no medidos. Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. Entre estos se encuentran:

**Exteriores o Publicidad Exterior:** medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Según Lamb, Hair y McDaniel, “es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran cantidad de formas. Los ejemplos incluyen: Escritura en el cielo, globos gigantes, mini carteles en centros comerciales, paradas de autobuses y aeropuertos, anuncios en los costados de los autos, camiones, autobuses y en los enormes depósitos o tanques de agua.” Por otra parte no son selectivos en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no tiene profundo efecto en los lectores, se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque arruina el paisaje natural.

**Publicidad Interior:** consiste en medios visuales, y en algunos casos incluye audio. Colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen libremente. Esta publicidad se coloca en interiores de estadios deportivos, plazas, autos, trolebuses y tranvías urbanos, la parte inferior de pantallas cinematográficas. Son publicidad de bajo costo, audiencia cautiva, selectividad geográfica. Tiene algunas desventajas como: no dar seguridad de resultados rápidos, no llega a profesionales ni a empresarios, son muy numerosos y tienden a parecerse tanto que se confunden.

**Publicidad Directa o Correo Directo:** consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, “la publicidad directa emplea muchas formas por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios,

boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera. La más usual es el folleto o volante”. Entre sus ventajas está la de poseer selectividad de público alta, no hay competencia publicitaria dentro del mismo medio, permite personalizar. Asume limitaciones de costo relativamente alto por exposición, imagen de “correo basura”.

**Medios Alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. Son medios que pueden ser muy innovadores. Según Lamb, Hair y McDaniel, dentro de este grupo se encuentran: faxes, carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales, protectores de pantallas de computadoras, discos compactos, kioscos interactivos en tiendas departamentales, anuncios que pasan antes de las películas en los cines, en las videocasetes rentadas, etc.

Se considera que todos los medios de comunicación en su inicio son alternativos ya que representan una nueva forma de comunicación, cabe mencionar que con el paso del tiempo se han ido perfeccionando, un ejemplo, el teatro, que hasta hoy existe, con el avance tecnológico, se pudo transformar: en cine; una hoja volante en un periódico, y así en todos se demuestra el continuo desarrollo de la comunicación y el periodismo que como parte de esta, y dentro de los medios de comunicación masiva cumple la tarea de captar y entregar información a través de los medios.

### **Periodismo y Medios de Comunicación Masiva en Ecuador**

En la época presente, donde los medios masivos de comunicación juegan un papel importante en la creación de opinión pública y debate público y en la generación de imaginarios sociales, son de fundamental importancia los medios escritos, la radio, la televisión, Internet, pues los mismos tienen importantes implicaciones en la vida social y en la construcción de la realidad social que vivimos.

Aquellos periódicos que día a día en la mañana o la tarde llegan a las manos de los lectores para informar de los acontecimientos sucedidos se denominan medios escritos,

siendo los más sobresalientes en Ecuador: “El Comercio” y “Hoy” en Quito, el “Expreso” y el Universo de Guayaquil, las ciudades medianas disponen de 2 a 3 periódicos locales.

El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la voz de los Andes. Pocos años después en 1935, en la ciudad de Guayaquil, el profesional alemán Juan Behr promueve que el diario “El Telégrafo” ponga al aire una emisora que llevaría el mismo nombre de la empresa: Radio El Telégrafo, en 1935. En el transcurso del tiempo se crearían nuevas estaciones de radio en todas las regiones del país.

En el año de 1954 un norteamericano de apellido Hartwell encontró un equipo abandonado en bodegas de General Electric en Syracuse, New York, y fue hasta 1959 que dichos equipos llegaron hasta Quito, en ese mismo año fue que la televisión pasa a manos de los protestantes, es ahí cuando la Unión Nacional de Periodistas lleva esos equipos a la HCJB, para realizar una feria celebrada en el Colegio Americano y ver la televisión en blanco y negro.

En 1960 la televisión llega al puerto de Guayaquil tras convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, Hoy Red Tele sistema (RTS), obtiene el permiso de operar, así es como nace la televisión en el Ecuador. En este país la televisión crece a ritmo acelerado, con lucidez y capacidad de ofrecer al público entretenimiento, información con credibilidad, veracidad y educación.

### **Un periodismo diverso**

Para conseguir un funcionamiento correcto de la opinión pública, es preciso garantizar la libertad de prensa, exigir la actitud moral de los periodistas.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece normas para la libertad de expresión y de prensa. Además de las normas jurídicas que regulan la profesión de los periodistas, éstos mantienen un compromiso ético con la sociedad.

Para acogerse a estas regulaciones no importa la modalidad de periodismo que desarrollen sus profesionales, siempre que la actividad sea coherente con la ética del periodista. No obstante, es vital conocer sus clasificaciones teniendo en cuenta que cada tipo de periodismo tiene sus características y exigencias y a partir de estas se toman importantes decisiones.

El periodismo ha tenido múltiples clasificaciones, entre las que se encuentran el periodismo turístico, ambiental, de investigación, satírico, científico, cultural, económico, de guerra, político, social, literario, deportivo etcétera.

### **Periodismo turístico**

El periodismo turístico es la recolección de datos, el análisis y la elaboración de la información referida a las actividades turísticas. Significa estudiar, interpretar y redactar la noticia turística que se brindará a los diferentes actores que integran una sociedad que quiere ser turística o que ya lo es. Esta nueva rama del periodismo tiende a informar sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística.

### **Periodismo ambiental**

Es la especialidad periodística que se ocupa de la actualidad y la información relacionada con el medio ambiente, la naturaleza y el desarrollo sostenible, en especial en todo lo que tienen que ver con el deterioro del medio natural (suelos, atmósfera,

biodiversidad). Es el periodismo que se ocupa de la captación y el tratamiento periodístico, escrito, oral, audiovisual de los temas ambientales de carácter noticioso. Su objetivo es: Ofrecer información ambiental nueva y útil que permita al ciudadano decidir con conocimiento de causa

## **Ciberperiodismo**

Es aquella modalidad del periodismo cuyo principal medio para la investigación, elaboración y, sobre todo, la difusión de la información es el ciberespacio, con internet como principal exponente. El ciberperiodismo ha recibido múltiples denominaciones en los últimos años: 'periodismo electrónico', 'periodismo multimedia', 'periodismo en internet' y, sobre todo, ' periodismo digital'.

Aunque la claridad en la información se busca en cualquiera de los medios escritos, en los contenidos de la Web se debe tener un cuidado más especial. La idea es manejar un lenguaje universal, claro, espontáneo, sencillo, fresco y llamativo.

## **Periodismo participativo**

Es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de recolectar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere.

El periodismo participativo se apoya en medios digitales para permitir la verdadera democracia electrónica. También ha sido llamado *periodismo 2.0* , que se apoya en medios tecnológicos.

### **Periodismo científico**

Es el enlace sistemático y profesional entre el conocimiento científico y la sociedad; su objetivo principal es transformar a la ciencia en un saber general con carácter informativo y educativo. Manuel Calvo Hernando, periodista español, apunta que el periodismo científico divulga el conocimiento científico a la sociedad a través de diferentes mensajes y medios de comunicación social.

### **Periodismo cultural**

Iván Tubau, en su libro Teoría y práctica del periodismo cultural, define el periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación. El periodismo cultural pretende también promocionar eventos cuya esencia sean las artes y la artesanía.

### **Periodismo económico**

Es una rama del periodismo enfocada a informar sobre los hechos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, banca o el mercado bursátil. Además, muestra cómo analizar, interpretar y redactar la información. Trata de dar a conocer el estado económico del país, el estado de la inflación del peso, el estado del peso ante el resto de las monedas extranjeras.

### **Periodismo de guerra**

Ésta es una de las especialidades más peligrosas de la profesión, puesto que requiere cubrir las noticias que se producen durante un conflicto bélico, y esto implica que los periodistas enviados para realizar dicha misión tengan que poner en grave riesgo

su vida o su integridad física. Muchos reporteros han perdido la vida en la realización de esta labor.

### **Periodismo infográfico**

El periodismo infográfico es aquel que combina elementos visuales y textuales. Su aplicación más específica en principio sirvió para colocar mapas, y gráficos. En el periodismo digital, la infografía adquiere otras características propias: la interactividad, la posibilidad de animación, el despliegue de textos, la incorporación de sonido e imagen en movimiento, etcétera.

### **Periodismo político**

Se refiere al análisis y a la información referida a las actividades relacionadas con la política (tanto nacional como internacional), el Parlamento, los partidos y todos los componentes del poder formal en la sociedad. Practicar la independencia frente a cualquier inclinación política.

### **Periodismo preventivo**

El periodismo preventivo es una disciplina periodística que pretende analizar las crisis y conflictos desde un punto de vista integral, desde sus orígenes hasta su estallido y posteriores repercusiones. El enfoque del periodismo preventivo también busca dar mayor relevancia mediática a aquellos actores que propongan soluciones a las crisis.

### **Periodismo social**

El periodismo social es un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones. Se propone la articulación del eje social con los temas de la política y la economía en la agenda de los medios de comunicación.

### **Periodismo literario**

Es aquél que no ficcionaliza la realidad, sino que la hace aún más real, al apartarse de las convenciones informativas. Un importante impulsor de este tipo de periodismo es el escritor colombiano Gabriel García Márquez (Premio Nobel de Literatura), quien lo bautizó como “Nuevo periodismo”. En el periodismo literario debe haber, por parte del periodista, más inmersión y más compromiso. Además, debe tener una riqueza narrativa capaz de rozar la literatura, pero sin apartarse de la sencillez y la precisión del estilo periodístico.

### **Periodismo de investigación**

Es aquél que busca revelar hechos de interés público a través de investigaciones periodísticas que profundicen en aquellos hechos que afecten el bien común, para lo cual se necesita recabar datos, realizar entrevistas, contrastar fuentes y contar con antecedentes fidedignos y documentos que permitan denunciar o publicar un reportaje.

### **Periodismo satírico**

Es el que utiliza la sátira, normalmente en tono de humor, para referirse a hechos noticiosos. En otras ocasiones presenta hechos ficticios como noticias, dando siempre claves para identificarlos como unos textos ficcionales cuyo objetivo es evidenciar una realidad a través

de la exageración, el absurdo o la parodia. Su intención no es la de informar sino la de criticar o hacer denuncias indirectamente.

**Dentro del género periodístico de opinión tenemos la columna, el artículo y el editorial.**

### **La columna**

La columna es un escrito periodístico que bajo un mismo título, firmado siempre por el mismo autor, presentado en igual forma y generalmente en un mismo lugar de la publicación, tiene por objeto entregar informaciones varias redactadas brevemente, comentarios breves o informaciones sin comentarios. La columna aparece periódicamente en la publicación la utilización de seudónimos no libra de cargos en que incurra el autor de la columna la columna puede ser de juicio o crítica o especializada.

La columna es un género más liberal, no en su esencia sino en su estructura, por lo que demandará en principio inventiva y creatividad su extensión está sujeta al interés de la misma y permite toda serie de variaciones que no están sancionadas por la escolástica periodística.

Sin embargo, siempre hay que evitar el vulgarismo y los adjetivos de mal gusto la columna requiere el manejo de los adjetivos que se consideran como neologismos o adjetivos de moda, para propiciar una más sencilla o modesta comunicación con los lectores la integración de la columna debe ser vertebrada, debe guardar una concatenación o ilación, no importa la extensión que tenga, pues debe garantizar un procedimiento de atracción permanente.

En todo momento se deben evitar los adjetivos redundantes e innecesarios la columna se mueve entre dos peligros: represión y manipulación, que pueden afectar a terceros.

## **El artículo**

El artículo es el juicio presentado por una persona identificada, acerca de un hecho que puede ser de actualidad o no se trata, por lo general, de un artículo de fondo, no necesariamente de actualidad algunas otras definiciones técnico-académicas, conforme a las ciencias de la comunicación nos dicen lo siguiente:

a) Artículo es la corrección de formas y expedición de ideas para despertar la atención de los lectores (Martín Alonso).

b) Artículo es un trabajo breve y fugaz que llena una o dos columnas del diario; emociona, hace pensar al momento del desayuno, pero a la tarde se ha desvanecido como el humo de un cigarrillo (Manuel Becerra Acosta).

c) Por su parte, la Sociedad Interamericana de Prensa, nos marca como condiciones de un buen artículo: que despierte el interés desde la primera palabra, ya que la vida moderna nos obliga a ahorrar nuestra atención. No existe motivo justificado para redactar un artículo de lo que todo el mundo conoce, por lo que el lector lo espera ligero y dotado de algunos asuntos en cierta forma nuevos, pues lo pasado interesa en función de lo actual.

d) En su modernidad, el artículo ha de ser ágil e impresionable. No faltan escritores que lo prefieran aparentemente arbitrario y un poco desconcertante (anónimo).

e) Artículo es lo que está fuera de lo usual, lo que supone contraste de fuerzas y pasiones o incertidumbre y misterio en el desenlace; lo patético, sin extremos de cursilería, aquello que nos toca más de cerca por nacionalidad o reciprocidad de sentimientos (Academia de la Lengua).

El artículo debe ser refinado, sin llegar a ser rebuscado. Su desarrollo debe contener información abundante con relación al tema que se va a abordar. Sin embargo, no requiere, en forma rígida, los elementos de la noticia hay libertad en la entrada, con tendencia literaria, pero se debe buscar que tenga el máximo de interés y concentración.

Para esto se debe hacer un balance y análisis de los elementos informativos que se van a manejar, en función de los lectores el aspecto conceptual es muy importante en el artículo; el articulista no debe caer en una excesiva pedantería, porque se corre el riesgo de romper con la comunicación, el artículo puede considerarse como un mensaje informativo, conceptual y analítico con figuras literarias, ya que tiene la pretensión de detectar los elementos de divulgación de cierta calidad.

Para la construcción del artículo se recomienda un principio de método, mismo que no será rígido sino flexible, pero será un auxiliar para un trabajo profesional la temática es de amplitud sin límite, pero en tanto no se haya proyectado un tema no se puede pensar en la estructura las características del artículo se pueden resumir en: brevedad, claridad, honestidad, convicción e interés de servir.

### **El editorial**

El editorial aborda hechos de actualidad es un juicio acerca de un hecho de actualidad donde se presenta el pensamiento del periódico, que generalmente se relaciona con la nota principal del periódico o publicación para calibrar la importancia del editorial, se ha insistido en que el periodista ayuda a los lectores a saber, mientras que el editorialista los ayuda a entender.

El editorial posee tantos vestuarios como rangos de noticia existen en la práctica del periodismo así, el editorialista asumirá un tono aleccionador, contextualizado, reflexivo o de denuncia, según lo dicta el carácter de la noticia. (Montalbán, 2000)

Los géneros periodísticos son los instrumentos de trabajo del periodista en su labor comunicacional con la sociedad, a través de los distintos medios de comunicación masiva, por lo que su dominio es fundamental para el efectivo cumplimiento de esta tarea de enorme compromiso social que exige invariablemente: responsabilidad, profesionalismo, honestidad y ética periodística a pesar de lo abstracto que pueda resultar el término, la realidad es que la función periodística siempre ha de tener como premisa básica a la verdad la verdad que el periodista está obligado a buscar en base a sus valores morales y civiles, su preparación profesional y su libertad de conciencia.

Por tal motivo, se empiezan a emitir un sinnúmero de conceptos sobre ética y moral en la comunicación, implicando en muchas ocasiones la subjetividad que impide un pensamiento realmente objetivo y real. (Restrepo, 2001)

### **Marco Conceptual**

Montero Sánchez, María Dolores (1993) dice que la información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento (pág. 67).

El periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información, las cuales se pueden sintetizar o jerarquizar para ser publicadas o difundidas, con la finalidad de que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor.

De esta forma se puede deducir que la información cuando es utilizada por los distintos medios de comunicación se transforma en información clasificada y por ende manipulada por el periodista o también conocido como comunicador social, quien de se supone debería mantener una objetividad al momento de decidir qué informar y qué no, lo cual lleva al cuestionamiento de qué influirá sobre esta toma de decisión del comunicador, el

cual puede estar sujeto a las tendencias sociales existentes en el momento o la línea ética, moral o política de la entidad donde está laborando. (Sanmartín, 1967)

También se considera el significado de comunicación, del cual se derivan todas las demás denominaciones o conjugaciones con las distintas ramas en el periodismo. Según la Real Academia Española de la Lengua indica que la palabra comunicar proviene del latín *comunicare* de la cual se deriva la palabra que expresa la acción, comunicar, donde indica “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. “Descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa”, “conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito”. (Larousse, 2013)

Otro de los términos que aparecen en la investigación es el de manipulación, cuyo origen etimológico proviene del latín *manipulus* que se empleaba para referirse a aquel comando militar que era dirigido por un mando determinado. (Soto Acosta, 1985)

La comunicación es una de las realidades y categorías fundamentales de la sociedad avanzada moderna la comunicación se inserta en el primer puesto de los valores de la dinámica social hoy día ha adquirido unas proporciones hasta ahora desconocidas los recursos técnicos puestos a su alcance han llegado a convertirla sociedad moderna en una conversación continua, una comunicación incesante.

La comunicación facilita ante todo la información esta se ha convertido a su vez en uno de los valores más cotizados y prestigiosos no se puede decir que se pertenece realmente a esta sociedad si no se está en posesión de una fuente de información constante y abundante para cualquier cosa, para la más pequeña opción es preciso y necesario disponer de la más copiosa información posible.

En esta situación, todos los pensadores están cada vez más de acuerdo en que el punto neurálgico de influencia y control de nuestra sociedad y de la sociedad del futuro radicará, durante mucho tiempo, en los centros de producción y control de la información. Y con la influencia y el control viene, aparejada inevitablemente, la

manipulación social, los medios de comunicación social actuales han invadido la vida social y personal.

Por lo tanto, al tener más claro el concepto de comunicación, información y manipulación, podemos desarrollar el trabajo investigativo con mayor claridad, teniendo en cuenta que la transmisión de la información dependerá del comunicador social y de la sociedad que será la receptora, y dependerá de ellos si la aceptarán como real o irreal, e incluso calificarán a la entidad que emite dicha información como veráz o la conceptualizarán como prensa amarillista, que es la catalogada como aquella prensa que exagera la información adquirida o le da un tratamiento erróneo a los datos que tienen para llamar la atención de los usuarios. (García Avilés, 2015)

Así, dependiendo del tipo de periodismo que se esté desarrollando será la información adquirida y el manejo de la misma, por lo que tenemos el periodismo turístico que es “la rama del periodismo tiende a informar sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística, sobre el acontecer en los diferentes destinos turísticos y sobre la realidad que viven turistas, poblaciones locales, gobiernos y empresas. También denuncia o investiga aquellos hechos donde los derechos de los turistas o de las comunidades receptoras pueden verse avasallados”. (Rodríguez Rubial, 2009)

En cambio el periodismo ambiental es la especialidad periodística que se ocupa de la actualidad y la información relacionada con el medio ambiente, la naturaleza y el desarrollo sostenible, en especial en todo lo que tienen que ver con el deterioro del medio natural (suelos, atmósfera, biodiversidad). Es el periodismo que se ocupa de la captación y el tratamiento periodístico, escrito, oral, audiovisual de los temas ambientales de carácter noticioso. Su objetivo es: ofrecer información ambiental nueva y útil que permita al ciudadano decidir con conocimiento de causa. (Rodríguez Rubial, 2009)

## **MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1.1.1.ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

El desarrollo de la investigación se basa en demostrar que el manejo de la información por parte de los medios de comunicación tradicionales existentes en el cantón Ventanas, de acuerdo a la época puede ser bien manejada o dirigida a dar un mensaje subliminal político, según el medio y como se indicó antes la época que se esté viviendo en el lugar.

Se realizará una investigación de campo mediante la observación de campo en lo correspondiente a la forma de recopilar y clasificar la información obtenida por los periodistas de la zona para luego transmitirla a la población y entrevistas dirigidas a pobladores del sector sobre la pureza de la información que transmiten los medios de comunicación de la zona. (Delgado, 2013)

Por otra parte, se realizará una investigación bibliográfica donde se consultará en base a documentos sobre temáticas relacionadas como punto de inicio al proceso de investigación, con la cual se pretenderá observar la forma de recopilación de la información por parte de los periodistas del cantón Ventanas y la manipulación de dichos datos antes de la transmisión y replica a la población de la zona. (de los Angeles Bacigalupe, 2013)

Desde tiempos remotos el hombre se ha enfrentado con el problema de vencer las distancias y para resolverlo empezó a utilizar sus propios medios de comunicación. La comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos, a lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha creado diversos medios de comunicación, los cuales son muy variados y útiles.

Con la modernización de la tecnología, y la era de la información, los medios masivos, han adquirido un nivel de alcance descomunal. La cotidianeidad de la vida está tan dominada por los medios, que arma rutinas y acciones en función de lo que se desea obtener de ellos. No yendo muy lejos escucha manifestaciones sobre el efecto de creencia de los medios, siendo la misma población quien termina dando credibilidad al aparato mediático.

Los medios no transportan la información verdadera u original de los mensajes adquiridos en el levantamiento de la información, sino que los modifican. Los medios de comunicación tienen una gran capacidad de amplificación social. Lo cabe destacar en este ámbito; los medios al presentar la información, van desde la supresión de la noticia, hasta la presentación de hechos contrarios. La razón primaria se devela al sobresalir los intereses y lineamientos a los que responden los medios de comunicación.

Los medios transforman a la sociedad, convirtiéndola en una un masa inseparable, creando una ilusión de pluralismo y representación igualitaria, que en realidad es limitado y controlado, por los sectores de fuerza y poder que ahí lideran, sea estos políticos o económicos.

Según lo antes mencionado, con la observación de campo realizada y la entrevista llevada a cabo a los pobladores de la zona, quienes son los directamente perjudicados o beneficiados, se ha logrado detectar que los periodistas de la zona mantienen una moral y ética profesional aceptable, más en ocasiones, son las entidades emisoras de la información que los limitan a entregar la totalidad de los datos recabados.

Los pobladores al final receptorán la información clasificada y fraccionada, en otras palabras reciben la información editada, por lo cual si están conscientes de lo receptado sabrán discernir si ésta es original o tendrán que investigar más al respecto para conocer a profundidad el hecho mencionado.

Adicional, se realizará la entrevista a profundidad a pobladores de la zona para saber su opinión sobre la veracidad de la información que reciben, qué experiencia han tenido durante el tiempo que han vivido en Ventanas en relación a la información recibida y si en algún momento han obtenido datos erróneos o noticias falsas ocasionadas por una manipulación antiética de la información primaria.

#### **2.1.1.2.CATEGORÍAS DE ANÁLISIS**

En lo concerniente a la categoría de análisis, el enfoque está basado en los medios de comunicación existentes en el cantón Ventanas, siendo estos medios tradicionales como la televisión, prensa escrita y radiodifusoras.

#### **2.1.2. POSTURA TEÓRICA**

#### **TEORÍA GENERAL DE SISTEMA**

La idea de sistema cuenta con una larga tradición, que se remonta a los orígenes de la filosofía, la lógica y las matemáticas: en las sentencias de Aristóteles, Anaxágoras, Heráclito y muchos otros aparece ya encubierta una noción vaga de sistema como conjunto de elementos relacionados que componen un todo. (Aguado, 2004)

Se propone sustituir la idea de objeto por la de sistema: las ciencias estudian sistemas y relaciones de sistemas, no objetos aislados. Con esta teoría se puede demostrar que la

información recabada influirá no de manera individual ante los integrantes de esa población, sino que puede generar una reacción en masa dejando indefensos a los pobladores ante la información mal manejada.

## **TEORÍA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA DE J. HABERMAS**

Según Aguado, Juan Miguel (2004), habla sobre la teoría mencionada diciendo:

“Hemos aludido con anterioridad a las teorías macro-sociológicas como aquellas teorías que tratan de responder al dilema de la relación individuo/sociedad centrándose esencial y globalmente en esta última, en la sociedad. La necesidad de recurrir al individuo como elemento social en las teorías macro-sociológicas se explicita en la preferencia que éstas muestran por el concepto de acción social.

Con todo, parece existir, en el contexto de las teorías macro-sociológicas, un acuerdo general sobre el hecho de que, entre todas las acciones sociales humanas, la comunicación tiene un lugar de especial importancia. Existen, sin embargo, desacuerdos fundamentales acerca del papel de la comunicación con respecto a las acciones que constituyen nuestro mundo social. Dicho desacuerdo se ha centrado en torno al papel de la comunicación en tanto acción social y al carácter comunicativo de las acciones sociales. Habermas parte de la pregunta fundacional de toda teoría sociológica: ¿Qué es lo que constituye la base de la sociedad, aquello que la mantiene unida? Para alcanzar una respuesta, desarrolla una teoría de la acción social, es decir, un análisis crítico de las acciones típicas del contexto social. Paralelamente, Habermas reconoce que la reflexión acerca del concepto de verdad racional se encuentra también relacionada con la cuestión de las bases de lo social” (pág. 74).

## **2.2.HIPÓTESIS**

### **2.2.1. HIPÓTESIS GENERAL**

Es importante saber discernir y manejar la información en los diferentes medios de comunicación social, sobre todo en los medios tradicionales existentes en el cantón Ventanas, para conocer a cabalidad cuando dicha información no tiene un trasfondo político o económico que pueda repercutir negativamente en la población mencionada. (Scolari, 2015)

### **2.2.2. SUBHIPÓTESIS O DERIVADAS**

Los medios de comunicación social tradicionales del cantón Ventanas, tienen como limitante la experticia de sus profesionales.

Si el comunicador social aprovechara al máximo sus conocimientos, entonces manejaría la información de manera limpia y correcta antes de influenciarse por las fuerzas mayoritarias.

Un comunicador social, formado con bases éticas, estará preparado para ser un comunicador social veraz, comprometido y listo para informar sin temer a represalias.

### **2.2.3. VARIABLES**

#### **2.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Los manejos periodísticos.

#### **2.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Los medios tradicionales de comunicación existentes en el cantón Ventanas.

## CAPITULO.-III

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

##### 3.1.1.- PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS

Para Arias (2006) “que la población o universo como conjunto de unidades de investigación se refiere a personas, instituciones, documentos, hechos, entre otros, a los cuales hace referencia la investigación y para las que serán válidas las conclusiones que se obtengan” (pág. 81).

El universo investigado está determinado como emisor a los medios de comunicación tradicional del Cantón Ventanas y como receptor a los pobladores de la zona.

$$n = \frac{N(Z)^2(p)(1-p)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(1-p)}$$

$$n = \frac{71.093(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,05^2(71.093-1) + 1.96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 384$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

e: error de muestreo (e= 0,05)

p: probabilidad a favor (p= 0,5)

q: probabilidad en contra (q=0,5)

z: nivel de confianza ( $Z_{0,95}=1.96$ )

N= Población 71.093 (Habitantes Cantón Ventanas)

De acuerdo al tamaño de la población referente a la población perteneciente al cantón Ventanas, se debe realizar 384 encuestas.

El modelo de encuestas se encuentra en los anexos, estas preguntas pretenden responder al segundo objetivo de la investigación y respaldar la hipótesis referida anteriormente.

En lo concerniente a la entrevista se pretende con las preguntas a realizar responder el tercer objetivo de la investigación considerando que el primer objetivo lo responde el levantamiento de datos secundarios y mediante la observación directa que se realizará.

Así la población está constituida por un canal de cable local, Cable 7, dos emisoras de radio, y Radio Suprema, y por prensa escrita encontramos el semanario Enfoque. En total encontramos 5 medios de comunicación tradicionales en el cantón Ventanas. ( Ley Orgánica de Comunicacion Art 35, 2013).

### **3.1.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATO ENCUESTA**

“La interpretación de datos encuesta hace parte de cualquier procedimiento o técnica donde se utilice la interrogación como medio de obtener información.” (Cerda, 2002, pág. 311)

Este método es un procedimiento de recolección de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes, con esto responderemos a parte de los objetivos planteados de la investigación propuesta. (Salazar Mora & Prado-Calderón, 2013)

Se la utilizará para la obtención de información acerca del tema, se la realizará a los pobladores del cantón Ventanas para conocer su opinión con respecto a la ética que perciben en la información otorgada por los medios de comunicación tradicional existentes en la zona.

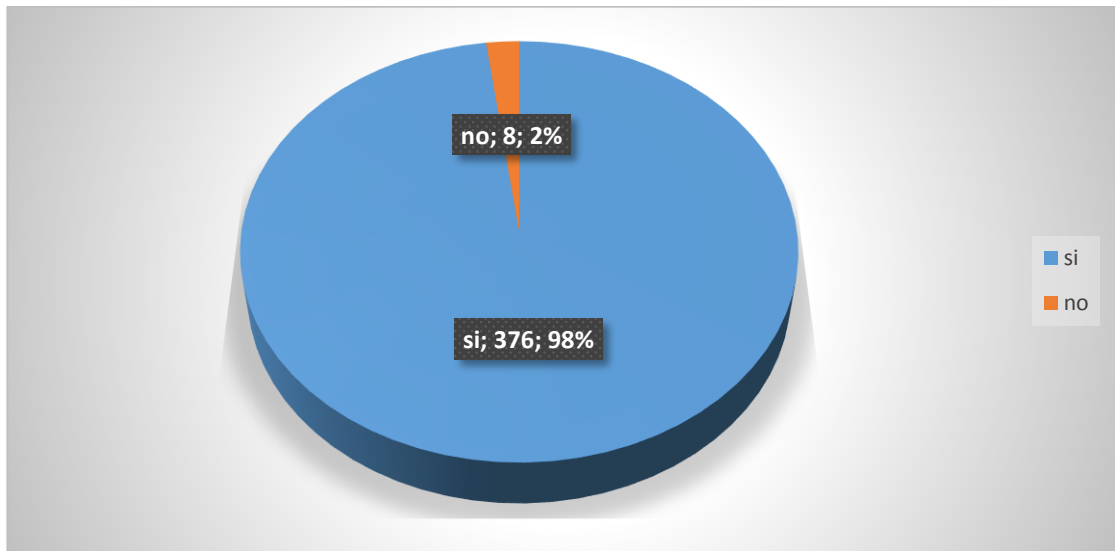
1 ¿Le gusta escuchar, ver programas o leer notas emitidos por los medios de comunicación locales?

Cuadro 1

SI	%	NO	%
376	98	8	2

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

Gráfico 1



Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

**Análisis:** De acuerdo con los datos encontrados se observa que el 98% de la población del cantón Ventanas sí receptan información de los medios de comunicación de la zona y tan sólo el 2% no lo hace por diversos factores.

**Interpretación:** Con apenas un 2% de contradicción, la gran mayoría de encuestados consideran que si receptan la información que les entregan los medios de comunicación.

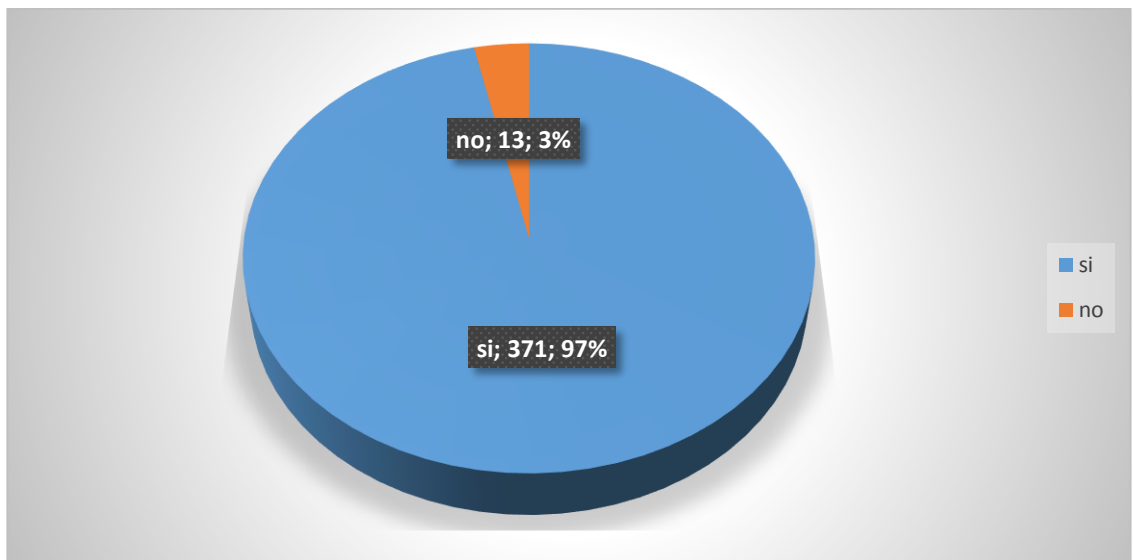
2 ¿Le gustaría que los comunicadores que trabajan en los diferentes medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas reciban capacitaciones?

Cuadro 2

SÍ	%	NO	%
374	97	13	3

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

Gráfico 2



Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

**Análisis:** De los encuestados el 97% les gustaría que los comunicadores sociales y periodistas reciban capacitaciones, mientras que el 3% manifiestan lo contrario.

**Interpretación:** Para los encuestados, en su mayor porcentaje, es necesaria una capacitación adecuada, para los comunicadores y periodistas del cantón.

## **3.9 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.9.1 ESPECÍFICAS**

En la actualidad los Ventanenses pueden conocer la verdad de un hecho o suceso utilizando varias opciones, además puede discutir y reflexionar sobre ciertos aspectos comunicacionales: políticos, educativos, económicos, deportivos, culturales y religiosos través de medios comunicación no tradicionales,

Como hemos anotado en el desarrollo de la investigación, hoy más que nunca el periodista es esencial en las sociedades. El periodista tiene la misión de conversar con la sociedad para saber qué problemas tienen y qué es necesario investigar. Por eso debe retomar los conceptos básicos de comunicación en donde se plantea que debe haber retroalimentación para ir construyendo contenidos importantes y que tengan impacto.

El internet no significa que la información ya es de todos y por ello podríamos decir que sabemos de todo. Al contrario, hoy en día existe una saturación de información, mucha de ella innecesaria, pero que sin embargo perdemos tiempo en leerla y analizarla. Por ello también es importante el periodista ya que su labor se centrará en catalogar las miles de fuentes de información que hay en internet. Para ello se deberá recurrir a las tradicionales técnicas de verificación que las ciencias de la información han emitido desde hace 100 años atrás: es decir entrevistas, reportería y demás.

### **3.9.2 Generales**

- ✓ En el medio periodístico del cantón Ventanas, de la provincia de Los Ríos, tal ,cual ha ocurrido en todos los medios de comunicación del país la tecnología ha revolucionado la manera de recoger, procesar y entregar

información a la colectividad, producto del desarrollo de las tecnologías, especialmente de la Información y la Comunicación, revolución que los medios periodísticos tradicionales no han sabido dimensionar ni entender: que ya no existe aquella brecha tecnológica de la cual se venía quejando determinado sector periodístico. Este crecimiento ha ocasionado que los medios periodísticos tradicionales no siguen pensando que la verdad que ellos emiten a través de sus páginas, canales u ondas, es la única y la más aceptada por la sociedad.

- ✓ No hay que confundir las cosas y determinar que todo lo que se produce en las redes sociales son hechos dignos de publicación. Insisto, las técnicas del periodismo tradicional nunca han perdido vigencia y hoy más que nunca el periodista debe ser riguroso con su trabajo para no perder credibilidad. Vale recordar que en la Constitución del Ecuador se establece que para publicar una información esta debe ser veraz y verificable, caso contrario la ley se encargará de dichos medios. - Los medios tradicionales impresos se encuentran en una grave crisis por no saber entender las potencialidades que ofrecen las plataformas digitales. Están perdiendo lectores de manera rápida y hasta el momento no existen medidas que les oriente a recuperar las audiencias perdidas.

### **3.3.- RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

#### **3.3.1.- ESPECÍFICAS**

- Es importante involucrar a los comunicadores sociales y periodistas en el nuevo entorno comunicacional, entorno bajo el cual la información que se difunda a través de los medios debe ser contrastada y categorizada en función de la importancia que tenga para la colectividad.
  
- Conocer y transmitir con veracidad, puntualidad, claridad y responsabilidad al bienestar colectivo las informaciones que atañan o contribuyan al bienestar social.
  
- Los comunicadores y periodistas que ejercen su profesión en el cantón ventanas deben adaptarse a las nuevas tecnologías digitales, por su facilidad de y múltiples usos, además de la rapidez para generar información detallada y oportuna.

#### **3.3.1.- GENERAL**

Es importante la asistencia a cursos de capacitación donde se traten temas específicos, que contribuyan al conocimiento de las nuevas tecnologías de la información y otros tópicos del nuevo concepto informativo, la misma que tiene repercusiones en el periodismo actual generado por la sociedad del conocimiento, que invita a ejercer la actividad periodística con seriedad, verticalidad, responsabilidad informativa a la ciudadanía. Está manos de los medios cumplir con su obligación de mantener a la ciudadanía informada, para que cada uno de los

ciudadanos pueda superar la indignación individualizada y aislada con este tipo de omisiones y manipulaciones, y reclamar colectiva y públicamente un tratamiento informativo más acorde con los postulados de una sociedad democrática.

## **CAPITULO IV.-**

### **PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN**

#### **4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

Luego de haber realizado la investigación en el Cantón Ventanas y a través de la información se ha determinado que el nivel de conocimiento periodístico es muy bajo y no está de acuerdo con el estándar nacional, al contrario, se encuentra por debajo de la media, por lo que se hace necesario la implementación y realización de un taller de capacitación “Cómo generar información de calidad” direccionado a los comunicadores sociales del Cantón Ventanas Provincia de Los Ríos.

El taller que se propone servirá, además de actualizar sus conocimientos, integrarlos a las nuevas propuestas y desafíos que presenta la actividad periodística, con la incursión de nuevos modelos comunicacionales en el mundo de la internet, con el desarrollo de sofisticadas herramientas digitales, a partir de la internet y los beneficios que brinda a los comunicadores sociales en el siglo 2021.

##### **4.1.1 ALTERNATIVA OBTENIDA**

Producto del trabajo investigado, realizado y sus resultados, se ha podido lograr obtener la información adecuada, con ello detectar las falencias en los medios de comunicación del cantón Ventanas, determinándose que es indispensable y urgente la capacitación a los profesionales de la comunicación, en aras de resolver los problemas que

se presentan en los medios de comunicación del cantón Ventanas, al momento de entregar la información.

Actualmente el cantón Ventanas no cuenta con una coordinación de apoyo del colegio de Periodista de los Ríos, ni de la UNP, para programar una capacitación, a través de la SECOM.

La implementación de un Seminario-Taller sobre periodismo ayudará a mejorar y/o refrescar conocimientos, para demostrará la existencia de periodistas capaces y responsables de su rol, en la Ciudad de Ventanas como en otras ciudades del Ecuador.

Los temas de capacitación incluirán temas de la actualidad periodística como herramienta digital (twitter, Facebook, integran, video, live) que hacen que los medios de comunicación tengan mayor expansión en esta era.

Una capacitación representa que el periodista pueda competir a nivel nacional internacional con su medio de comunicación.

La presente alternativa pretende abarcar a todos los comunicadores sociales, periodistas y medios de comunicación del cantón ventanas, considerando la importancia que tiene el cantón ventanas en el área agrícola, turística y comercial, no sólo de la provincia, si no del país, aspectos que van de la mano con la labor informativa de los profesionales en la comunicación por todo ello su alcance tiene un objetivo social, el mismo que se fundamenta al considerar que la población de Ventanas la conforman 71.093 habitantes, por lo que se tomará una media de 382 personas, las mismas que nos permitirán con sus criterios y conocimiento de que tipo de información se está generando y difundiendo en el cantón y si la misma goza de credibilidad y confianza, dado el valor que se le brinda a la informativo, por parte de la población, en sus distintos estratos sociales...

La media según la investigación es de 834 de la cual el 60% serán beneficiarios directos, considerando la relación que este grupo tiene con los comunicadores sociales, periodistas y medios de comunicación y el 40% restante, habitantes de la zona rural, se constituyen en beneficiarios indirectos.

La población a la cual está dirigida la encuesta tiene una media de Ventanenses de 18 a 45, aplicando mayor énfasis en las que brinden los que tienen una edad aproximada de 20 a 35 años, considerando que este sector poblacional contribuye de mejor manera en el desarrollo de la actividad periodística del cantón.

El 10% restante de comunicadores se los puede considerar como población externa en razón de su potencialidad comunicacional en materia de actualización.

### **4.1.3 ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA**

#### **4.1.3.1 ANTECEDENTES**

“La comunicación es un elemento clave en la gestión de procesos de desarrollo, porque permite la interacción entre diversos actores sociales y plantea la puesta en común de agendas, acciones y proyectos de los diferentes sectores de la sociedad, de los gobiernos locales y nacionales, de las agencias e instituciones estatales, y además genera procesos de participación activa de las comunidad en la gestión de su propio desarrollo. Sin embargo, en la práctica, no se aprovecha al máximo ese enorme potencial de la comunicación” (<http://www.comunidadandina.org>)

Al considerar la implementación de un Seminario-Taller dirigido a los comunicadores sociales y periodistas del cantón Ventanas, se quiere, además de entregar

nuevos conocimientos comunicacionales, establecer aspectos relacionados con “el Buen Vivir, puesto que este supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno -visto como un ser humano universal y particular a la vez- valora como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente y sin producir ningún tipo de dominación a un otro)”. (Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013).

Con estos antecedentes es necesario destacar que la funcionalidad y aplicación de nuevos conocimientos va en relación con la pérdida del tradicionalismo informativo, que en los actuales momentos y debido a la inmediatez de la información y la comunicación, no tiene razón de ser, por ello es necesario una capacitación constante de los comunicadores y periodistas en este proceso de cambio de modelo y de estrategias comunicacionales, de la llamada Sociedad del Conocimiento, Razón ésta que el Seminario –Taller, propuesto, cuente con la participación de profesionales o expertos que conozcan de la temática y que hayan sido participes directos de la actividad comunicacional en diferentes medios de comunicación: nacionales e internacionales.

#### **4.1.3.2 JUSTIFICACIÓN**

El seminario–taller, como estrategia pedagógica combinada, refiere cuatro instancias en su desarrollo o despliegue: • Una primera fase preliminar de lectura individual de material sobre la temática del taller, escogido al efecto. • Un segundo momento, de naturaleza expositiva, en el que el organizador-coordinador moderador enriquece y profundiza el tema objeto de tratamiento, con aportes teóricos y el estado del arte. • El tercer momento está centrado en el intercambio y la discusión de los participantes con proyección a una construcción colectiva de la temática, donde se ponen en juego acuerdos y diferencias de enfoque con las argumentaciones disciplinares pertinentes.

En la cuarta etapa los participantes analizan, revisan, reelaboran sus prácticas de investigación en un ejercicio de meta análisis, poniendo en acto las lecturas efectuadas y los debates sostenidos a lo largo del proceso, en orden a resultados que podrán direccionar las aplicaciones relacionadas a las necesidades que motivaron el seminario – taller o al propio Plan de Trabajo del Proyecto. Significamos y resaltamos que esta modalidad debe ser aplicada cuando los grupos están constituidos en equipo, es decir cuando sus integrantes han alcanzado la madurez necesaria para asumir apreciaciones e interrogantes e internalizar/externalizar cuestionamientos sobre el campo propio, desde argumentaciones fundadas.

La propuesta se considera factible dado que se cuenta con todos los recursos económicos, los mismos que bajo ningún concepto serán onerosos y materiales, es decir con el equipamiento necesario para las diferentes charlas que se brindarán a los comunicadores sociales y periodistas que asistan al evento y por último el recurso humano indispensable y capacitado para desempeñar el rol que se le asigne durante el evento.

La presente se justifica con la Ley de Comunicación derecho al acceso universal a las tecnologías de información y comunicación: todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo ( Ley Orgánica de Comunicación Art 35, 2013).

Los resultados que se obtengan de las diferentes charlas temáticas, servirán para entregar nuevos conocimientos, del quehacer periodístico, en los diferentes medios de comunicación, donde los beneficiados serán los comunicadores sociales y los periodistas del cantón Ventanas y desde luego los medios de comunicación de ese cantón Riosense. Y los beneficiarios indirectos serán los miembros de la comunidad Ventanenses que son os encargados de recibir la información oportuna y de calidad que tanto demandan,

## **4.2.2 OBJETIVOS**

### **4.2.2.1 GENERAL**

Diseñar un plan de capacitación y actualización de conocimientos periodísticos dirigidos a los comunicadores sociales del Cantón Ventanas.

### **4.2.2.2 ESPECÍFICOS**

- Analizar la información levantada sobre los medios de comunicación del cantón Ventanas.
- Mejorar los conocimientos periodísticos de los comunicadores sociales del Cantón Ventanas.
- Reducir las falencias periodísticas existentes en los medios de comunicación del Cantón Ventana.

## **4.3.3.- ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.3.1.- TÍTULO**

Seminario-Taller de capacitación “Cómo generar información de calidad” dirigido a los comunicadores sociales y periodistas del cantón Ventanas en la provincia de Los Ríos.

## **OBJETIVOS DEL TALLER**

### **OBJETIVOS GENERALES:**

Contribuir al posicionamiento del valor de la actividad periodística, sobre la base de una información de calidad y compromiso social en el quehacer de los medios y acciones de comunicación.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ✓ Sensibilizar sobre la responsabilidad y el rol de los diversos medios de comunicación, a través de sus comunicadores y/o periodistas, como actores principales en la construcción de una sociedad que privilegie su gestión en beneficio ciudadano.
- ✓ Ampliar los conocimientos de los comunicadores sociales y/o periodistas sobre conceptos básicos que nacen a partir del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.
- ✓ Intercambiar conocimientos y experiencias entre especialistas, periodistas y comunicadores sociales en torno al papel de la comunicación social en la gestación de un nuevo de sociedad.
- ✓ Proporcionar recursos de información a periodistas y comunicadores sociales para su trabajo aplicado a los intereses comunitarios

## **METODOLOGÍA**

El proceso de enseñanza-aprendizaje, a aplicarse en el Taller, se apoyará en el trabajo de los participantes sobre realidades comunicacionales constituidas en objeto de estudio para la práctica personal y grupal de los asistentes. Este punto de partida permitirá incorporar los aportes teóricos en un marco comprensivo que los ubique en todas sus conexiones.

### **EL TRABAJO SE DESARROLLARÁ:**

- Atendiendo a los diferentes ámbitos y experiencias sociales y comunicacionales.
- Presentando distintas alternativas metodológicas de planificación y cuidando de mantener el carácter y la especificidad comunicacional de la propuesta.
- En la medida de las posibilidades, se buscará partir de casos reales y generar, junto con el grupo, proyectos de planificación de procesos comunicacionales y movilización social desde la comunicación que resulten socialmente útiles.

#### **4.3.3.2 COMPONENTES DEL TALLER**

##### **Presentación e inauguración del taller.**

A cargo de los organizadores, facilitadores e invitados especiales

## **Asistentes:**

Comunicadores Sociales y Periodistas del cantón Ventanas en la provincia de Los Ríos

## **Agenda del taller**

### **Ejes temáticos:**

1. ¿Cómo generar información de calidad?

1.1.- Nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información.- Su utilización en el periodismo del Siglo XXI.

1.2.- Los nuevos modelos comunicacionales y el rol del comunicador.

1.3.- Comunicación y sociedad.

2.- Realidad informativa vs Sensacionalismo

2.1.- La contratación de fuentes informativas

2.1.1.- ¿Cómo contrastar?

3.- Resultados de una información oportuna, clara y veraz.

**Asistencia Técnica:** Investigadora

**Convocatoria y coordinación general:** Comisión especial

**Participantes:** Comunicadores Sociales y Periodistas del cantón Ventanas en la provincia de Los Ríos.

**Duración:** Tres días (Viernes, sábado y domingo)

**Horario:** 8H00 a 18h00

**Financiamiento:** Comunicadores y Periodistas del cantón Ventanas:

## **INFORMACIÓN GENERAL DE LA ACTIVIDAD**

**Tipo de evento:** Cantonal

**Lugar:** Gobierno Autónomo Descentralizado de Ventanas

**Fecha:** A definirse

**Eje temático:**

1¿Cómo generar información de calidad?

1.1.-Nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información.- Su utilización en el periodismo del Siglo XXI.

1.2.- Los nuevos modelos comunicacionales y el rol del comunicador.

1.3.- Comunicación y sociedad.

2.- Realidad informativa vs Sensacionalismo

2.1.- La contratación de fuentes informativas

2.1.1.- ¿Cómo contrastar?

3.- Resultados de una información oportuna, clara y veraz.

**Asistencia Técnica:** Investigadora

**Convocatoria y coordinación general:** Comisión especial

**Participantes:** Comunicadores Sociales y Periodistas del cantón Ventanas en la Provincia de Los Ríos.

**Duración:** Tres días (Viernes, Sábado y domingo)

**Horario:** 8H00 a 18h00

#### **4.4.- RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA**

- ❖ Con el desarrollo del taller se espera que los participantes tengan un espacio de discusión y reflexión en torno al papel que juegan los comunicadores sociales y periodistas, a través de los medios de comunicación y/o redes sociales en la entrega de información oportuna y contrastada. Se espera que los participantes logren con el Seminario-Taller: adquirir conocimientos básicos del desarrollo de la comunicación a partir de las tecnologías de la información y comunicación (Tics) dejando de lado el pasado, donde la información se la entregaba desfasada, sin clarificar las fuentes, sin contrastar los hechos con sus actores y sin claridad en su redacción.

- ❖ Estar sensibilizados sobre la responsabilidad que tienen los comunicadores sociales y periodistas en el proceso de información y vigilancia periodística para evidenciar las condiciones de riesgo en una sociedad e incorporarlas en la agenda pública para una intervención conjunta de los actores políticos y sociales.
  
- ❖ Conocer las diversas herramientas informativas y fuentes de información, sobre los diferentes aspectos socioeconómicos, educativos, culturales, políticos y deportivos que interesan a la colectividad.
  
- ❖ Se espera que en el lapso de un año al Diseñar un plan de capacitación y actualización de conocimientos periodísticos dirigidos a los comunicadores sociales y periodistas del Cantón Ventanas, se logrado pulir el 70% de la información transmitida a la población del cantón Ventanas, generando mayor credibilidad a los medios de comunicación social existentes en la localidad y creando más fuentes de ingresos ya que al generar actualización de conocimientos se aumentarán las plazas de trabajo tanto en la entidad municipal depurada como en los medios de comunicación existente, obtendrán que generar más reportajes y no sólo retransmitir noticias que aparecen por internet o algún otro medio de comunicación sin tener un verdadero filtro de la información expuesta.

## EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

<b>PARAMETROS PARA EVALUAR LA PROPUESTA</b>	
<b>¿Qué evaluar?</b>	Las mejoras en el manejo de la información de los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas.
<b>¿Para qué evaluar?</b>	Para determinar el nivel de eficiencia y conocimiento de los periodistas y comunicadores sociales.
<b>¿Con qué criterios?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eficiencia</li><li>• Eficacia</li><li>• Adaptabilidad</li><li>• Objetividad</li><li>• Uniformidad</li><li>• Realización</li></ul>
<b>¿Quién evalúa?</b>	La evaluación de la propuesta será efectuada por los autores del proyecto.
<b>¿Cuándo evaluar?</b>	Considerando el tiempo disponible por los periodistas, la evaluación se realizara anual.
<b>¿Cómo evaluar?</b>	Evaluación comparativa, es decir análisis de un periodo en comparación con el otro.

<b>¿Con qué evaluar?</b>	Documentos periodísticos.
<b>Fuentes de información</b>	Miembros de la comunicación.

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

## BIBLIOGRAFÍA

- Ley Orgánica de Comunicación Art 35. (2013). *Asamblea Nacional*. Quito: Ministerio de Comunicación.
- RITUAL Productora. (2014). Obtenido de Producción audiovisual:  
<http://www.ritualproductora.com/#!/audiovisual/c1p9k>
- DefiniciónABC. (2015). Obtenido de Definición de cinematografía:  
<http://www.definicionabc.com/general/cinematografia.php>
- Aguado, J. M. (2004). *INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS de la comunicación y de la información*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Ander, E. y. (s.f.). Obtenido de  
[https://books.google.es/books?id=y\\_743kfk2sC&pg=PA81&dq=concepto+cientifico+de+que+es+muestreo&hl=es&sa=X&ei=ugn3VLHGCuOwsATrplGIBg&ved=0CEIQ6AEwBg#v=onepage&q=concepto%20cientifico%20de%20que%20es%20muestreo&f=false](https://books.google.es/books?id=y_743kfk2sC&pg=PA81&dq=concepto+cientifico+de+que+es+muestreo&hl=es&sa=X&ei=ugn3VLHGCuOwsATrplGIBg&ved=0CEIQ6AEwBg#v=onepage&q=concepto%20cientifico%20de%20que%20es%20muestreo&f=false)
- Arce, T. G. (15 de 07 de 2008). *EbscoHost*. Obtenido de Alpha: Revista de Artes, Letras y Filosofía: <http://www.revista-alpha.cl>
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. (5ta edición)*. Caracas: Editorial Episteme.
- Balán, J. (05 de 11 de 2006). *La foto informativa*. Obtenido de Mesa de trabajo:  
<http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110501-la-foto-informativa.php>
- Barthes, R. (1995). *De lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.
- Bazin, A. (2012). *¿Qué es el cine?* Madrid: Rialp S.A.
- Cable7. (2016). *Cable7*. Obtenido de [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- Castells, M. (1998). *La era de la información*. Madrid: Alianza.
- Cerda, H. (2002). Capítulo 7: Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información. En *Los elementos de la Investigación* (págs. 235-339). Bogotá: El Búho.

- Cisne, G. (03 de 06 de 2015). *managuafuriosa.com*. Obtenido de Taller de iniciación al cine de vanguardia y cine experimental: <http://www.managuafuriosa.com/taller-iniciacion-cine-vanguardia-experimental/>
- CJ, G. (05 de agosto de 2013). *CJGBSE*. Obtenido de Televisión Análoga Vs Televisión Digital Terrestre TDT: <http://cjgbse.blogspot.com/>
- CJ, G. (05 de 08 de 2013). *CJGBSE*. Obtenido de Televisión Análoga Vs Televisión Digital Terrestre TDT: <http://cjgbse.blogspot.com/>
- Cué, J., Santizo, J., & Velásquez, M. (2007). *Colegio de Postgraduados, FES Zaragoza UNAM*. Obtenido de Estadísticas: <http://goo.gl/T3yNtA>
- Cueva, J. M. (2014). Y la nave va: El cine nacional, viento en popa. *Carton Piedra*, 22-27.
- de los Angeles Bacigalupe, M. (15 de julio de 2013). *EbscoHost*. Obtenido de Liberabit: <http://revistaliberabit.com/es/>
- Delgado, A. (02 de 01 de 2013). *EbscoHost*. Obtenido de Psicothema: <http://www.psycothema.com/>
- Díaz Rodríguez, E. (01 de 12 de 2009). *EbscoHost*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/>
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. (01 de abril de 2016). *EbscoHost*. Obtenido de Revista Española de Investigaciones Sociológicas: <http://www.cis.es/>
- Gallardo Izurieta, S. M. (noviembre de 2012). *Universidad Técnica de Cotopaxi*. Obtenido de Elaboración del reglamento de uso del laboratorio de cine y televisión de la Universidad Técnica de Cotopaxi, durante el periodo 2012-2013: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1231/1/T-UTC-0858.pdf>
- Gallardo Izurieta, S. M. (11 de 2012). *Universidad Técnica de Cotopaxi*. Obtenido de Elaboración del reglamento de uso del laboratorio de cine y televisión de la Universidad Técnica de Cotopaxi, durante el periodo 2012-2013: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1231/1/T-UTC-0858.pdf>

- García Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la Sociedad Red: Teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: UOC.
- García Sánchez, J. E., Trujillano Martín, I., & García Sánchez, E. (25 de octubre de 2005). Medicina y cine ¿Por qué? *Revista de Medicina y Cine, Vol.1, n.1, 1-2*. Obtenido de Medicina y cine ¿por qué?: [file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/Rar\\$DI05.219/RMC2005\\_V1N1\\_p1.pdf](file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/Rar$DI05.219/RMC2005_V1N1_p1.pdf)
- García Sánchez, J. E., Trujillo Martín, I., & García Sánchez, E. (2005). Medicina y cine ¿Por qué? *Revista de Medicina y Cine, Vol. 1, n.1, 1-2*.
- Garret, T. (1971). *Manipulación y Medios de Comunicación*. Scranton: Concilium.
- Larousse, P. (2013). *Diccionario Larousse*. Madrid: Larousse.
- León Salas, T. (08 de 2015). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de La educucomunicacion en la formación de los docentes de la carrera de comunicación social de la facultad de comunicacion social. Elaboración de un módulo interactivo: [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8004/1/EDUCOMUNICACION\\_TRABAJO\\_FINAL%20.%20FINAL%20.%20FINAAL.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8004/1/EDUCOMUNICACION_TRABAJO_FINAL%20.%20FINAL%20.%20FINAAL.pdf)
- Linares Cardoso, C., & Hevia Artime, I. (07 de septiembre de 2012). Obtenido de Educacine: competencias y posibilidades del uso del cine: [http://www.oei.es/congresolenguas/comunicacionesPDF/Linares\\_Covadonga.pdf](http://www.oei.es/congresolenguas/comunicacionesPDF/Linares_Covadonga.pdf)
- Marco, E. (22 de 12 de 2012). *Ileon*. Obtenido de La relevancia del cine en la actualidad: <http://www.ileon.com/cultura/024426/la-relevancia-del-cine-en-la-actualidad>
- Montalbán, M. V. (01 de 06 de 2000). *EbscoHost*. Obtenido de Chasqui (13901079): <http://www.comunica.org/chasqui/>
- Montero Sánchez, M. D. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Labor.
- Núñez, M., & Tamara, M. (2010). *Proyecto de evaluación sobre la creación e implementación de un cine para la proyección de piezas audiovisuales*

*independientes nacionales.* Obtenido de Dspace ESPOL:  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/10379>

Organo del gobierno del Ecuador. (martes 25 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. *Registro Oficial, Tercer Elemento.* Quito, Pichincha, Ecuador: Gobierno Nacional del Ecuador.

Pardo, A. (1998). Cinema and Society in David Puttnam. *Communication & Society* 11(2), 53-90.

Pena de Oliveira, F. (2009). *Teoría del Periodismo.* Sevilla: Comunicación Social.

Pla Vall, E., & Torrent Fuentes, K. (2012). *INTEF - Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado.* Obtenido de El cine, un recurso didáctico:

<http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/24/cd/autoria.htm>

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013 - 2017). *Ministerio Nacional del Buen Vivir.* Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/herramientas>

Ponce, P., Romero, S., & Recalde, D. (11 de diciembre de 2011). *El comunicador.* Obtenido de Cinematografía: Fantasías que ganan terreno: <http://elcomunicadorpucesi.blogspot.com/2011/12/cinematografia-fantasias-que-ganan.html>

Quintás López, A. (2001). *La Tolerancia y la Manipulación.* Madrid: RIALP.

Radio Sibimbe. (2015). *Gobernación de Ventanas.* Obtenido de [www.ventanas.gob.ec](http://www.ventanas.gob.ec)

Radio Suprema. (2015). *Radio Suprema.* Obtenido de [www.radiosupremafm.com](http://www.radiosupremafm.com)

Restrepo, J. D. (2001). La objetividad periodística: Utopía y realidad. *Chasqui*, 3.

Rodríguez Rubial, A. (2009). *Periodismo turístico: Análisis del Turismo a través de las portadas.* Barcelona: UOC.

Romero, L. (2006). *La realidad construida en el periodismo: reflexiones teóricas.* México: UNAM.

- Ruíz, M. (2012). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Obtenido de Eumed: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Latinoamérica*. Sevilla: Ariel.
- Salazar Mora, Z., & Prado-Calderón, J. E. (02 de 01 de 2013). *EbscoHost*. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales: <http://www.campus-oei.org/cr2.htm>
- Sanmartín, I. (1967). *Introducción a las ciencias de la comunicación social: periodismo, relaciones públicas, publicidad*. Chile: El voto nacional.
- Scolari, C. (01 de 12 de 2015). *EbscoHost*. Obtenido de Palabra Clave: <http://palabraclave.unisabana.edu.co>
- Semanario Enfoque. (2015). *Enfoque*. Obtenido de <https://es-la.facebook.com/semanario.enfoque>
- Sevilla, J. J. (01 de 02 de 2015). *El cine como forma de comunicación social*. Obtenido de La Tribuna: <http://www.latribuna.hn/2015/02/01/el-cine-como-forma-de-comunicacion-social/>
- Soto Acosta, W. (1985). *La manipulación de la información: Polonia en la prensa dominante costarricense*. Costa Rica: Alma Mater.
- Soto Alvarez, A. (05 de 11 de 2011). *Creatividad Inernacional*. Obtenido de El cine como medio de comunicación: <http://www.creatividadinternacional.com/forum/topics/el-cine-como-medio-de-comunicaci-n>
- Tang. (1951). Obtenido de [https://books.google.es/books?id=-\\_gr5l3LbpIC&pg=PA23&dq=concepto+de+poblacion+en+estadistica&hl=es&sa=X&ei=6wD3VI2hF5OwsATupoHwCA&ved=0CEoQ6AEwBw#v=onepage&q=concepto%20de%20poblacion%20en%20estadistica&f=false](https://books.google.es/books?id=-_gr5l3LbpIC&pg=PA23&dq=concepto+de+poblacion+en+estadistica&hl=es&sa=X&ei=6wD3VI2hF5OwsATupoHwCA&ved=0CEoQ6AEwBw#v=onepage&q=concepto%20de%20poblacion%20en%20estadistica&f=false)
- Uranga, W. (2006). El cambio social como acción como accion transformadora. En A. Enz, R. Fantin, & I. Laharrague, *Comunicar para el cambio social* (págs. 39-46). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

- USFQ. (2014). *Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de Carrera de Licenciatura en Cine y Video: [https://www.usfq.edu.ec/programas\\_academicos/colegios/cocoa/carreras/Paginas/cine\\_y\\_video.aspx](https://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/cocoa/carreras/Paginas/cine_y_video.aspx)
- Veintimilla, K. (2014). *Análisis comparativo de la cobertura mediática sobre "Fuga de reos del centro penitenciario La Roca" en los diarios "El comercio" y "El Telégrafo"*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8314>
- Velasco, A. E. (08 de 2002). *Razón y Palabra*. Obtenido de Seducción: <http://www.razonypalabra.org.mx/seduccion/2002/agosto.html>
- Velasco, M. (01 de 03 de 2013). *EbscoHost*. Obtenido de Chasqui: <http://www.comunica.org/chasqui/>
- Villa, M. I. (2008). Particularidades de la fotografía informativa en los medios online españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 303-312.

# **ANEXOS**

## **CUESTIONARIO DE PREGUNTAS**

### **Cuestionario de preguntas para entrevistar a pobladores del cantón Ventanas**

- ¿Cree usted que la información que transmiten los medios de comunicación del cantón Ventanas son veraces?
- ¿Cree usted que los comunicadores sociales que trabajan en estos medios mantienen una ética sobre la información a transmitir?
- ¿Cree usted que tienen un contenido amarillista los noticiarios de la zona?
- ¿Cambiaría en algo la forma de informar de los comunicadores sociales de la zona ya sea en prensa escrita, televisión y radio?
- ¿Qué tipo de medio de comunicación prefiere usted?

## **ENCUESTA**

1 Le gusta escuchar, ver programas o leer notas emitidos por los medios de comunicación locales?

SI	%	NO	%
376	98	8	2

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

2 ¿Conoce con cuántos medios de comunicación cuenta el cantón Ventanas?

SI	%	NO	%
260	32	124	68

3 ¿Le parece que toda la información que transmiten éstos medios de información es verás

SI	%	NO	%
207	54	177	46

4 ¿Cree que el manejo de la información que transmiten los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas debe de ser mejor manipulada por los comunicadores sociales y periodistas?

SÍ	%	NO	%
289	75	95	25

5 ¿Le gustaría que los comunicadores que trabajan en los diferentes medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas reciban capacitaciones?

SÍ	%	NO	%
374	97	13	3

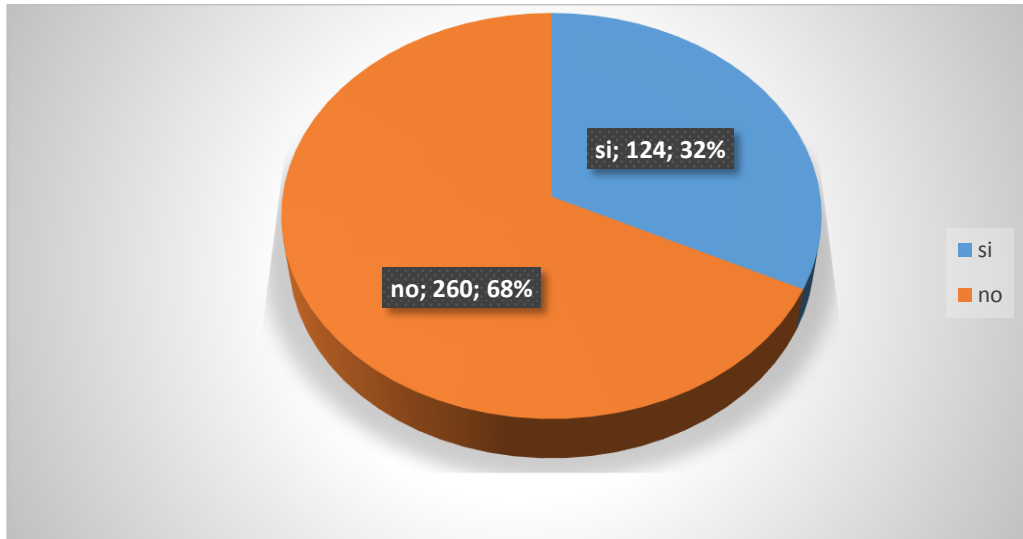
2 ¿Cree usted que los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas pierden credibilidad versus la información online?

Cuadro 3

SI	%	NO	%
124	32	260	68

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

Gráfico 2



Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

**Análisis:** Se evidencia que el 68% de los pobladores de la zona creen que es mejor y no pierde credibilidad la información transmitida por los medios tradicionales del Cantón Ventanas versus la información online mientras que el 32% de los encuestados piensan lo contrario.

**Interpretación:** La mayoría de los Ventanenses dice que es la información transmitida por los medios de comunicación tradicionales de Ventanas no pierde la credibilidad versus la información de la nueva era.

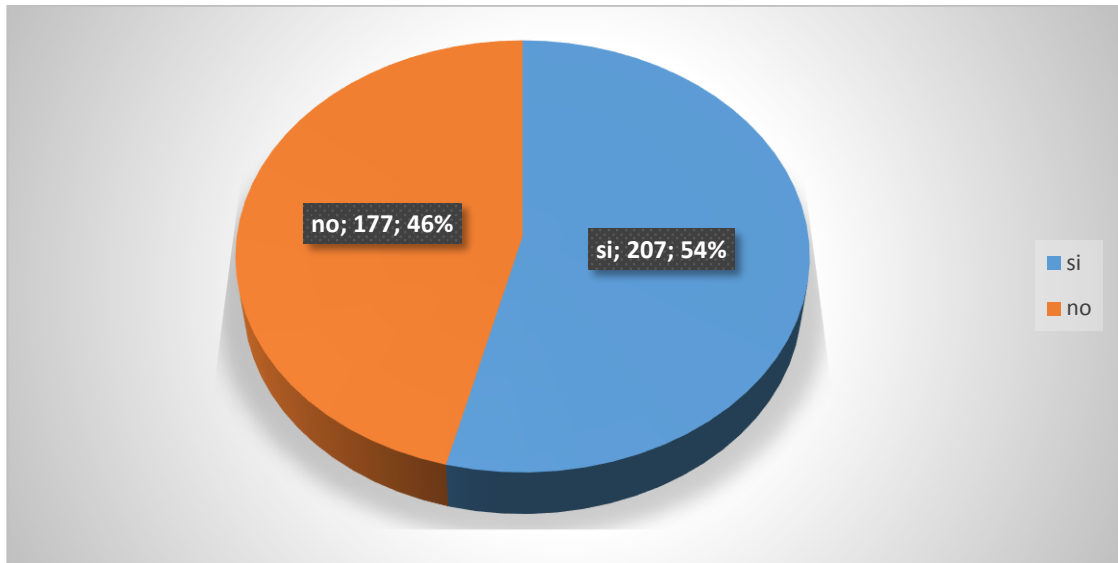
3 ¿Le parece que toda la información que transmiten éstos medios de información es veraz

Cuadro 3

SI	%	NO	%
207	54	177	46

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

Gráfico 3



Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

**Análisis:** Se observa que el 54% de los encuestados indican que sí creen en la veracidad de la información emitida por los medios de comunicación de la zona, mientras que el 46% mantienen un criterio de duda ante lo expuesto.

**Interpretación:** La mayor parte de la población encuestada estima estar de acuerdo con la información que le entregan los medios de comunicación en la ciudad de Ventanas, mientras que la minoría no lo considera de esa manera.

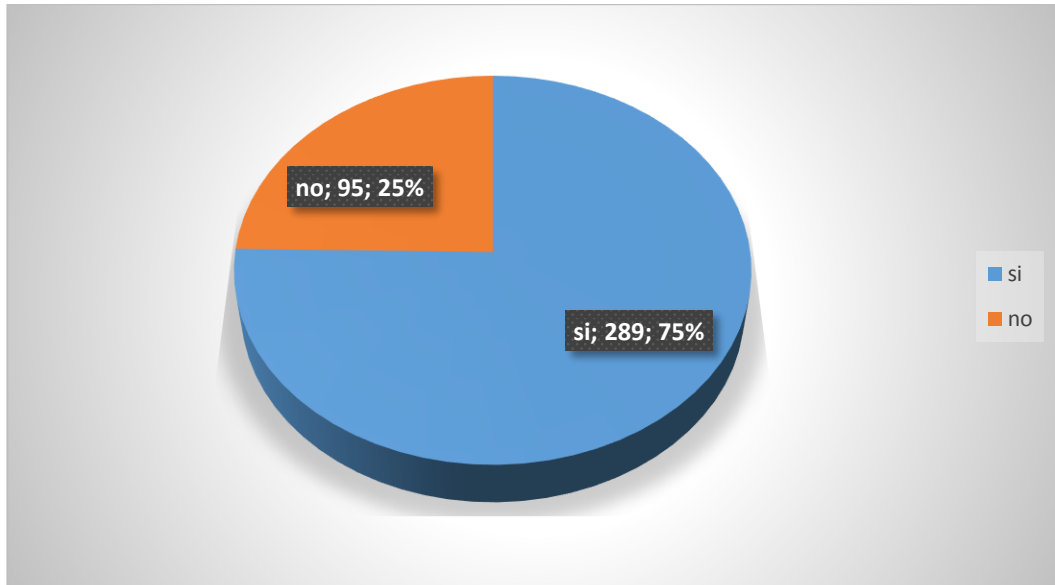
4 ¿Cree que el manejo de la información que transmiten los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas debe de ser mejor manipulada por los comunicadores sociales y periodista?

Gráfico 4

SÍ	%	NO	%
289	75	95	25

Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

Gráfico 4



Elaborado por Wendy Cerezo. Investigadora

**Análisis:** Del número de encuestados, a nivel de porcentaje, 75% consideran que el manejo de la información que transmiten los medios de comunicación tradicionales del Cantón Ventanas si debe ser mejor manipulada mientras que un 25% considera que no es necesario.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados Ventanenses están de acuerdo con el manejo de la manipulación de la información por parte de los medios tradicionales.

## MODELO DE FICHA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO

Ficha N#001

**Fecha:** 00/00/0000

**Nombre del observador:**

**Provincia:** Los Ríos

**Cantón:** Ventanas

**Lugar:**

**Puntaje:**

6.Totalmente de acuerdo	3.En desacuerdo
5. De acuerdo	2.Totalmente desacuerdo
4. Medio	1.Inservible

ID	Pregunta	Calificativo		Puntaje						Observaciones
		SI	NO	6	5	4	3	2	1	
1	¿El comunicador social anota todos los detalles de la fuente de información de donde ha tomado los datos?									
2	¿La fuente de información que utilizan los periodistas de la zona son fidedignas?									
3	¿Utilizan fuentes primarias de información?									
4	¿Utilizan fuentes secundarias de información?									
5	¿Al momento del tratamiento de la información, los periodistas se apegan al código de ética del comunicador social?									
6	¿Existe un supervisor que verifique el contenido y veracidad de la información?									

---

**FIRMA DEL OBSERVADOR**

Ilustración 1 Logo del canal Cable 7 de Ventanas.



(Cable7, 2016)

Ilustración 2 Radio Sibimbe de Ventanas



(Radio Sibimbe, 2015)

Ilustración 3 Logo Radio Suprema de Ventanas



(Radio Suprema, 2015)

Ilustración 4 Radio Suprema de Ventanas



(Radio Suprema, 2015)

Ilustración 5 Semanario Enfoque de Ventanas



(Semanario Enfoque, 2015)

Ilustración 6 Inicios de Cable7 Ventanas



(Cable7, 2016)