



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN

PERIODISMO

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL PROGRAMA DE DEBATE
“POLÍTICAMENTE CORRECTO” EN LA CULTURA POLÍTICA DE
LOS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y
DERECHO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL (ULVR-G).**

TUTOR:

MGS. KARLA LÓPEZ C.<

AUTOR:

JOEL JOSIMAR FIERRO PADILLA

GUAYAQUIL, 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

El Sr. Joel Josimar Fierro Padilla, declaro bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente al suscrito y a su vez me responsabilizo de los criterios y opiniones que en el mismo se declara, como producto de la investigación realizada.

Es menester informar que cedo el derecho de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, como lo establece la Ley de Propiedad Intelectual, en su reglamento y normativa vigente.

Este proyecto de investigación se ejecutó con el propósito de analizar la influencia del programa de debate "políticamente correcto" en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

AUTOR:



JOEL JOSIMAR FIERRO PADILLA
C.I. 0927098277

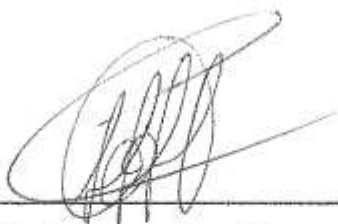
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el proyecto de investigación con el tema: Análisis de la influencia del programa de debate "políticamente correcto" en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: LICENCIADO EN PERIODISMO.



MSc. Karla Carolina López Cedeño

Tutora

Urkund Analysis Result

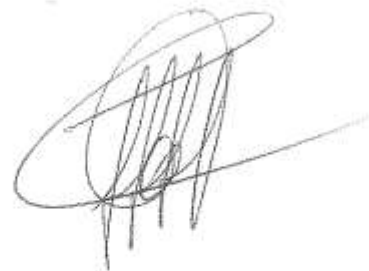
Analysed Document: Tesis influencia de programa de debate 06 DE SEP 2017.docx
(D30556984)
Submitted: 2017-09-15 04:04:00
Submitted By: kclopezc@ulvr.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Tesis final corregida Apa.docx (D18564537)
TESIS DE GRADO , MARIO OROZCO PINARGOTE.pdf (D12960412)
TESIS PARA PASAR URKUND.docx (D29681462)
Tesis tabulada.docx (D24431926)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3701840>
<http://mpolitico.com/2017/03/29/como-afrentar-un-debate-politico/>
<http://concepto.de/docente/#ixzz4ilitoGvi>
<http://www.cordicom.gob.ec/>
<http://www.supercom.gob.ec/es/defiende-tus-derechos/conoce-tu-ley>

Instances where selected sources appear:

18



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis de la influencia del programa de debate “políticamente correcto” en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil (ULVR G).		
AUTOR/ES: Joel Josimar Fierro Padilla	TUTOR: Msc. Karla Carolina López Cedeño	REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	
CARRERA: Periodismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 82	
TÍTULO OBTENIDO: LICENCIADO EN PERIODISMO		
ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación social, periodismo investigativo, programas de debate político, Ley Orgánica de Comunicación.		
PALABRAS CLAVE: Análisis, programas, debate político, influencia, cultura, comunicación, política.		
RESUMEN: Debido a que la televisión es uno de los medios más accesibles para la sociedad y se encuentra presente en la mayoría de los hogares, este proyecto hace un análisis de la influencia que tiene un programa de debate político en la cultura de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Este proyecto de investigación contiene 3 capítulos en los cuales se analiza a través de desarrollo de planteamientos, encuestas y entrevistas las causas por las cuales estos programas influyen en la cultura política de los Docentes. Las entrevistas fueron realizadas a profesionales del medio de radio, televisión y prensa escrita, así mismo las encuestas se realizaron a los Docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Al finalizar este proyecto se puede concluir que el programa “Políticamente Correcto” influye en la cultura política no solo de los docentes que forman parte de la población de interés sino que, según la opinión de los expertos que participaron en este estudio, influye también en los televidentes en general, ya que en estos debates se exponen los candidatos y sus propuestas; y debido a la información que recolectan a través de la atención a estos debates, pueden hacer una mejor decisión electoral, al momento de ejercer su voto.		
No. DE REGISTRO (en base de datos)	No. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR Joel Josimar Fierro Padilla	Teléfono: 0982346555	E-mail: joelfierro_26@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Msc. Econ. Luis Cortez Alvarado	
	Teléfono: 2 596500 EXT. 249	
	E-mail: lcortez@ulvr.edu.ec	

AGRADECIMIENTO

A Jesucristo mi salvador, por acompañarme en cada paso que doy y estar presente en todos mis logros que son resultado de su ayuda.

A mis padres Daysi y Jacinto por ser los principales promotores de mis sueños e inculcar en mí valores como el del servicio, integridad y honradez, los cuales han sido claves al momento de tomar una decisión importante en mi vida.

A mis hermanos mayores Geovanny, Pamela y Leonardo por ser, en parte, responsables de mi crecimiento y educación, ya que con su ejemplo, sembraron en mí conductas que ayudaron a superarme.

A mis amigos, que son la familia que uno escoge, quienes han estado presentes para felicitarme cuando he conseguido un logro y levantarme cuando he estado inmerso en alguna derrota.

A mi tutora Karla López Cedeño, quien me brindó toda su ayuda en este proyecto de tesis y me animó a culminarlo con excelencia.

Finalmente quiero extender mi agradecimiento a las autoridades que estuvieron durante mi periodo como estudiante, con mención especial al Dr. Jorge Torres Prieto, Rector ULVR periodo 2012-2016, quien depositó su confianza en mí e impartió consejos y enseñanzas que hoy llevo conmigo, así mismo a mis profesores quienes fueron responsables de prepararme para ejercer el periodismo.

DEDICATORIA

El presente trabajo de Tesis va dedicado a Dios y a mis padres, por darme la vida y haberme permitido nacer en este hermoso país, Ecuador. Por brindarme su amor día a día y guiarme por el camino de la verdad y justicia.

También se lo dedico a mis amados sobrinos, Leonardo, Sebastián y Valeria, quienes han sido el mejor regalo que mis hermanos me han podido dar. Solo los tíos podemos darles abrazos como padres, compartir alegrías como amigos y guardarles secretos como hermanos.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE TABLA	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT.....	XIV
CAPÍTULO I	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema de investigación.....	1
1.3. Formulación del problema	3
1.4. Sistematización del problema.....	3
1.5. Objetivos de la investigación	3
1.5.1. Objetivo general.....	3
1.5.2. Objetivos específicos	4
1.6. Justificación de la investigación.....	4
1.7. Delimitación o alcance	5
1.8. Hipótesis o idea por defender.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO REFERENCIAL, TEÓRICO, CONCEPTUAL Y LEGAL	6
2.1. Marco referencial	6
2.2. Marco teórico	7

2.2.1.	La televisión.....	8
2.2.2.	Programas televisivos	13
2.2.3.	Debate político como formato informativo.....	15
2.2.4.	Programa “Políticamente Correcto”	20
2.2.5.	La relación de la televisión con el poder político	25
2.2.6.	La televisión un medio de comunicación muy útil para los espacios políticos y su mensaje a la ciudadanía.....	26
2.2.7.	Influencia de los programas políticos en los docentes del área de ciencias sociales y derecho.....	28
2.3.	Marco conceptual	29
2.3.1.	Análisis de contenido.....	29
2.3.2.	Calidad.....	31
2.3.3.	Comunicación	33
2.3.4.	Medios de comunicación	34
2.3.5.	Otros términos.....	36
2.4.	Marco legal.....	38
2.4.1.	Ley Orgánica de Comunicación.....	38
2.4.2.	Reglamento de Infracciones Administrativas - CORDICOM	41
2.4.3.	Superintendencia de la Comunicación y la Información	41
2.4.4.	Plan Nacional del Buen Vivir	44
CAPÍTULO III.....		46
MARCO METODOLÓGICO.....		46
3.1.	Tipo y nivel de investigación	46
3.2.	Enfoque de la investigación	47
3.3.	Diseño de la investigación.....	47
3.4.	Métodos y técnicas de investigación.....	48
3.5.	Población y muestra	50
3.5.1.	Criterios para la selección de la muestra de docentes.....	51

3.6	Análisis de resultados.....	51
3.5.2.	Tabulación de encuestas	52
3.5.3.	Conclusión de las encuestas.....	62
3.5.4.	Resultados de la entrevista.....	63
3.5.5.	Conclusión de las entrevistas	66
CONCLUSIONES		67
RECOMENDACIONES.....		69
BIBLIOGRAFÍA		70
ANEXOS		75
ANEXO I: Formato de encuesta		75
ANEXO II: Formato de entrevista		76
ANEXO III: Transcripción de las entrevistas		78

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 : Muestreo no probabilístico – Profesionales del medio.....	50
Tabla 2. Televidentes del programa “Políticamente Correcto”	52
Tabla 3. Consideraciones de libertad de expresión en el programa "Políticamente Correcto"	53
Tabla 4. Transmisión de contenido fiable y fidedigno	54
Tabla 5. Consideraciones sobre linchamiento mediático.....	55
Tabla 6. Influencia del programa "Políticamente Correcto" en la cultura política de los docentes.....	56
Tabla 7. Calificación de los debates del programa	57
Tabla 8. Calificación de los presentadores del programa respecto a su posición durante los debates.....	58
Tabla 9. Calificación del contenido del programa "Políticamente correcto".....	59
Tabla 10. Calificación de los desenlaces del programa "Políticamente Correcto"	60
Tabla 11. Opinión sobre la influencia del programa en la decisión electoral.....	61
Tabla 12. Matriz de los expertos entrevistados.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de los docentes que siguen el programa "Políticamente Correcto"	52
Figura 2. Resultados de opiniones de los docentes sobre libertad de opinión en el programa	53
Figura 3. Resultados de opinión de docentes respecto al contenido del programa.....	54
Figura 4. Resultados sobre opinión de los docentes respecto al linchamiento mediático en el programa	55
Figura 5. Resultados de influencia del programa "Políticamente Correcto" en la cultura política de los docentes	56
Figura 6. Resultados de la calificación otorgada por los docentes a los debates del programa	57
Figura 7. Resultados de la calificación otorgada por los docentes a los presentadores del programa	58
Figura 8. Resultados de la calificación otorgada por los docentes sobre el contenido del programa	59
Figura 9. Resultados de la calificación de los desenlaces del programa "Políticamente Correcto"	60
Figura 10. Resultados de la opinión de los docentes sobre influencia del programa en la decisión electoral	61

RESUMEN

Debido a que la televisión es uno de los medios más accesibles para la sociedad y se encuentra presente en la mayoría de los hogares, este proyecto hace un análisis de la influencia que tiene un programa de debate político en la cultura de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Este proyecto de investigación contiene 3 capítulos en los cuales se analiza a través de desarrollo de planteamientos, encuestas y entrevistas las causas por las cuales estos programas influyen en la cultura política de los Docentes.

Las entrevistas fueron realizadas a profesionales del medio de radio, televisión y prensa escrita, así mismo las encuestas se realizaron a los Docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Al finalizar este proyecto se puede concluir que el programa “Políticamente Correcto” influye en la cultura política no solo de los docentes que forman parte de la población de interés sino que, según la opinión de los expertos que participaron en este estudio, influye también en los televidentes en general, ya que en estos debates se exponen los candidatos y sus propuestas; y debido a la información que recolectan a través de la atención a estos debates, pueden hacer una mejor decisión electoral, al momento de ejercer su voto.

Palabras Claves: Debate, Influencia, televisión, docentes, política, comunicación, cultura.

ABSTRACT

Because television is one of the most accessible means for society and is present in most households, this project analyzes the influence that a program of political debate has on the culture of teachers in the Faculty of Social Sciences and Law of the Laica Vicente Rocafuerte University of Guayaquil.

This research project contains 3 chapters in which it is analyzed through the development of approaches, surveys and interviews the reasons why these programs influence the political culture of teachers.

The interviews were conducted to professionals in the radio, television and print media, and the surveys were conducted to the Faculty of Social Sciences and Law of the University Laica Vicente Rocafuerte Guayaquil.

At the end of this project, it can be concluded that the "Politically Correct" program influences the political culture not only of the teachers who are part of the population of interest but also, according to the opinion of the experts who participated in this study, the viewers in general, since in these debates the candidates and their proposals are exposed; and because of the information they gather through the attention to these debates, they can make a better electoral decision, at the moment of exercising their vote.

Keywords: Debate, Influence, television, teachers, politics, communication, culture.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Tema

Análisis de la influencia del programa de debate “políticamente correcto” en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil (ULVR-G).

1.2. Planteamiento del problema de investigación

Los medios de comunicación son una herramienta utilizada para informar y comunicar de manera masiva algún acontecimiento nacional o internacional. Uno de los medios de comunicación que ha alcanzado mayor transmisión es la televisión, ya que, por medio de su percepción audiovisual, tiene la capacidad de impactar, tener penetración social y poder hipnótico (Cerezo, 1994).

Debido a que la televisión es uno de los medios más accesibles para la sociedad, se encuentra presente en la mayoría de los hogares de la misma, siendo un elemento que influye de cierta manera en nuestro comportamiento, también crea y forma actitudes, dependiendo del contenido y calidad del programa que se presente. En Ecuador, según datos del INEC, cerca del 94% de la población cuenta con televisor en su hogar (INEC, 2011), lo cual muestra la cantidad de accesibilidad en el país de dicho medio de comunicación.

Los programas de televisión abarcan mucho contenido, que puede ir desde programas de farándula, entretenimiento, informativos, educativos, culturales, políticos entre otros, que de una u otra manera pueden influenciar en la formación de hábitos y valores, sean positivos o negativos. Es por ello que la tv conlleva una gran responsabilidad social y por lo tanto se

debe buscar la creación de programas de calidad, que enriquezcan la formación de la población.

En cuanto al ámbito político, el medio de la televisión es uno de los más populares para que la sociedad pueda conocer sobre las actividades políticas. Se han creado programas informativos y de análisis político, con el fin que sea una herramienta para que los ciudadanos obtengan información de estos temas, y a la vez un espacio clave para los hacedores de política, por la facilidad de comunicación entre el gobierno y el pueblo.

A nivel nacional, se ha buscado implementar espacios de análisis y debate para el ámbito político, con el objetivo que la ciudadanía se empodere de conocimiento de estos espacios de coyuntura política e incremente su análisis crítico de la realidad en cuanto a estos temas.

Uno de los programas que abarca estos contenidos es “Políticamente correcto”, que es un espacio de debate, en el cual los tres componentes de dialogo y opinión que se manejan son periodismo, análisis y conclusión. Según el conductor del programa, Carlos Rojas, lo que se busca es analizar la realidad nacional, con el objetivo de obtener mayor cantidad de argumentos, cifras e información para que la ciudadanía pueda entenderlo y proyectarlo para sus decisiones y criterio que se vayan formando.

En la actualidad, varios estudios y críticos del tema han hecho evidente el aporte de estos programas en la convicción e información de los ciudadanos acerca de los asuntos públicos (Carvajal, 2007). En el mismo sentido, la influencia e impacto del programa “Políticamente Correcto” es alto, sea positiva o negativamente para la población, ya que los espacios políticos coyunturales son de interés predominante para el criterio personal.

1.3. Formulación del problema

¿Cuál es la influencia del programa de debate “Políticamente Correcto” en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil?

1.4. Sistematización del problema

En la presente investigación se pretende determinar la influencia del programa “Políticamente Correcto” en los docentes de la facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por lo tanto, se plantea las siguientes interrogantes:

- ¿Qué contenido transmite el programa “Políticamente Correcto”?
- ¿Cómo influyen los programas de ámbito político en el análisis y formación del criterio político en la sociedad?
- ¿Qué elementos se deben considerar en la producción del programa para promover el aumento de televidentes o seguidores?
- ¿Cómo influye el contenido del programa en la cultura política de los docentes?

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Analizar la influencia del programa de debate “Políticamente Correcto” en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos específicos

- Sistematizar los referentes teóricos sobre los programas de debate en la televisión, desde la concepción de la comunicación y el periodismo político.
- Caracterizar el contenido del programa de debate “Políticamente Correcto” y el nivel de aceptación y recepción de sus temas entre los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Determinar la influencia que tiene el contenido del programa político en la formación de los docentes.

1.6. Justificación de la investigación

Los medios de comunicación constituyen una herramienta determinante que permite obtener información, tanto a nivel nacional como internacional, de distintos acontecimientos de la sociedad. La televisión es uno de los medios de comunicación masivos para la ciudadanía, que ha influido en la vida cotidiana de las personas (Rosero, 2008). Es por ello, que se busca que la televisión, a nivel nacional, tenga como objetivo la formación y educación de los ecuatorianos, a fin de que se desarrolle en cada uno de los televidentes capacidades cognitivas, que permitan contribuir al desarrollo del país.

En este sentido, el presente trabajo permitirá analizar el impacto del programa “Políticamente Correcto” en la ciudadanía, especialmente en los docentes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Brindando, a la ciudadanía en su conjunto, la oportunidad de conocer que contenidos televisivos se pueden percibir de manera constructiva.

El programa “Políticamente Correcto” ofrece un contenido educativo, que permita a la audiencia informarse de los acontecimientos de la economía y política actual, mediante un análisis objetivo del mismo. No obstante, si no existe un ente que regule el contenido de estos

programas televisivos, se podría mal interpretar las condiciones del debate y en algunas ocasiones puede denigrar otros sistemas políticos opuestos.

Por lo tanto, en esta investigación, además de mostrarnos un análisis del contenido del programa “Políticamente Correcto” y la influencia que presenta en el ámbito político de los docentes, permite generar una alerta de control de los contenidos de este tipo de programas para que el ente regulador, logre el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación y así evitar que estos programas tengan una baja calidad de contenido tanto educativo, político y cultural y afecte el comportamiento y desarrollo académico de la audiencia.

1.7. Delimitación o alcance

- Campo de estudio: Docentes de la facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Área: Medios Televisivos
- Tiempo: Meses 2017
- Campo Geográfico: Docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.
- Aspecto: Influencia del programa “Políticamente Correcto”.
- Género: Ambos géneros

1.8. Hipótesis o idea por defender

La caracterización del contenido del programa “Políticamente Correcto” promoverá el análisis de la influencia que este ejerce sobre la formación política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL, TEÓRICO, CONCEPTUAL Y LEGAL

2.1. Marco referencial

Propiamente, el marco referencial se refiere a otras investigaciones y estudios relativos al tema de investigación planteado, por lo tanto, a continuación, se citan otros estudios científicos:

En México, Portillo (2004) realizó un trabajo investigativo previo al grado de doctorado, titulado: Cultura juveniles y cultura política, la construcción de la opinión política de los jóvenes, donde se planteó la siguiente interrogante: ¿Cómo es que los jóvenes construyen su opinión política a partir de su biográfica, su pertenencia generacional y su consumo televisivo? Por último, la autora concluyo que el factor televisivo tiene un gran impacto en la construcción de la opinión política de los jóvenes, sin embargo, no es un factor determinante, pues las relaciones sociales y la experiencia influye en su decisión e inclinación política.

Por otra parte, en Madrid, Guerrero (2007) realizó una investigación documental titulada: El análisis sociológico del profesorado, categoría social y agente educativo. Este articulo científico realiza un análisis acerca de la categoría social y el agente educativo, donde resalta que la profesionalización de la docencia influye en el paradigma psicológico de sus estudiantes. En el ámbito político, sus preferencias y tendencias inciden de manera indirecta en sus estudiantes.

Asimismo, en Madrid, Ballester (2012) publicó un artículo científico titulado: Lo políticamente correcto o el acoso a la libertad. Este autor resalta que existe una imposición

dentro de la legislación que incide en el modo de hablar y de actuar entorno a lo que es políticamente correcto.

Finalmente, en Ecuador, Carlos Rojas (2016) publicó en la Revista Vistazo, una nota acerca del programa televisivo *Políticamente Correcto*, pues comenta que “El periodismo no puede estar limitado por una serie de requisitos legales, por lo que cada esfuerzo por crear nuevos espacios de análisis y debate, con visiones críticas de la realidad, le hace bien a la democracia” (p.1). Donde indica que el programa en mención representa un ambicioso trabajo periodístico brinda un espacio al debate político y a la libre expresión.

2.2. Marco teórico

El marco teórico constituye un conjunto de conceptos específicos sobre el tema que se pretende analizar. El marco teórico es fundamental para la realización de la investigación, consiste en desarrollar, investigar y analizar la teoría que va a ser base para el proyecto con fundamentos al problema planteado de la misma (Sautu, Boniolo, Dalle, & Elbert, 2005).

Así en entonces podemos hablar de la creación de la televisión en el año 1926 por John Baird, las primeras transmisiones fueron en la década de los 20, pero no fue hasta más tarde que esta se hiciera popular y lograra observarse desde varios países del planeta. El nacimiento de la misma abre pauta para dar a conocer a los ciudadanos de cada país, temas varios y uno de ellos es la política.

Conocer el significado de la política, como la televisión y esta, se pueden relacionar, para hacerlo la persona invitada al set, debe conjugar el discurso oral con el visual, recordando que la televisión es imagen y sonido. La televisión combina un nuevo lenguaje: claro, directo, lógico en tono moderado, con la fórmula, vieja y nueva a la vez, de acercar la clase política a los ciudadanos a través de su imagen. (Berrocal, 2003)

Por lo tanto, en la presente investigación, empezamos por exponer algunos conceptos básicos que se deben considerar para la realización de la misma. Seguido de las principales teorías que se analizarán para ejecutar la investigación.

2.2.1. La televisión

La televisión es un medio de comunicación, que proviene del griego “tele” que significa lejos y del latín “visio” que quiere decir visión, que permite captar la imagen y el sonido a distancia (Quijada, 1994). Es un medio de comunicación masivo que transmite información, entretenimiento y ocio a la audiencia.

Los seres humanos, por naturaleza deseamos conocer más, informarnos, compartir, experimentar, observar, escuchar y mantenernos actualizados. Que son unos de los beneficios que ofrece la televisión, siendo uno de los medios de comunicación más complejos y fundamentales. Comprende y alcanza a toda la población del mundo, sin discriminación del lugar, idioma, nivel económico o de conocimientos que poseen las personas (Quijada, 1994).

La televisión ha sido un gran aporte para la sociedad, por los contenidos en los programas televisivos que transmite, es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad y ha sido considerada como un medio básico de comunicación social. A su vez, trasciende en el comportamiento de la audiencia (Cerezo, 1994).

2.2.1.1. Antecedentes de la televisión Ecuatoriana

Podemos decir que la Televisión Ecuatoriana se inicia por el sueño José Rosenbaum Nebel de origen judío-alemán y Linda Zambrano de Rosenbaum esposa manabita, los encargados de la Primera Emisión y Transmisión de la Televisión Ecuatoriana.

HCJB TV la primera Televisora en Quito y Telecuatro en la ciudad de Guayaquil (Teletortuga Canal 6 de Televisión en la ciudad de Quito) fue la primera estación comercial de televisión con programación para todos los televidentes, pero al final el sueño comienza el inicio de la señal de prueba se fueron las fechas conmemorativas que coinciden con la época del Día de Trabajo de 1959, época del Día de la Madre de 1959 y los 137 años de la Batalla de Pichincha e Independencia de la Nación.

El primer circuito cerrado y la Primera Señal de prueba fue efectuado en el estudio de Radio Cenit ubicado en el centro de Guayaquil, asimismo, la primera empresa comercial fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión creada y fundada justamente en Guayaquil.

Vicente Bowen fue uno de los primeros camarógrafos en la televisión ecuatoriana, él estaba totalmente sorprendido por su tía, Linda Zambrano, y el esposo de ella, el alemán José Rosenbaum, de lo que habían logrado. Ellos sabían de su afición por la fotografía. Desde ese momento y sin suponerlo, Bowen se convirtió en el primer camarógrafo que tuvo el país, Vicente Bowen comenta que otros fotógrafos hicieron de camarógrafos; los radiotécnicos se convirtieron en operadores y los electricistas hicieron la iluminación.

El lunes 12 de diciembre de 1960 se realiza la primera emisión al aire en la ciudad de Guayaquil. Los primeros programas en transmitirse eran documentales, películas de 16 mm, y dibujos animados todos en blanco y negro.

La noche del lunes 10 de agosto de 1959 se inaugura oficialmente la Primera Emisión y Transmisión de la Televisión Ecuatoriana en Quito conmemorando el sesquicentenario del Primer Grito de Independencia de América en el Ecuador e Independencia de Quito y la fecha del inicio de la Primera Emisión y Transmisión de la Televisión Ecuatoriana en

Guayaquil ocurrió durante el inicio del Primer Circuito Cerrado efectuado en los estudios de Radio Cenit.

La mayoría de ecuatorianos observaron por primera vez la nítida imagen del gobierno ecuatoriano del Dr. Camilo Ponce Enríquez transmitida en vivo y en directo desde el Palacio Presidencial de Carondelet de Quito. La televisión fue inaugurada en agosto de 1959 como un servicio prestado por el Estado, esto en el gobierno del Doctor Camilo Ponce Enríquez.

La señal se recibía en Quito y sus alrededores y en Guayaquil y sus alrededores también, por la señal de los canales 2, 4, 6, 8. Era la ilusión del momento, la señal en vivo estaba en los hogares y vitrinas de almacenes de electrodomésticos y artefactos electrónicos. Comprar un televisor era llevarse el teatro 9 de octubre a casa, sin duda alguna una emoción grata para los ecuatorianos.

Raúl Varela y Enrique Pacheco realizaron varios programas tales como: musicales, telenovelas, entrevistas, culturales, infantiles, variedades, miniseries, largometrajes, cortometrajes, informativos, opinión, entretenimiento, esparcimiento en fin y colaborando en otros departamentos del canal. Vayas donde vayas lo que quieras a donde quieras como quieras. Como no recordar a su romántica trayectoria de lenguaje televisivo que nació una historia que contar merece en el corazón de los ecuatorianos de manera extraordinaria a través de la televisión.

2.2.1.2. Nacimiento de la televisión en el Ecuador

La historia del nacimiento de la televisión en el Ecuador está ligada a los principales personajes que son los esposos Michael Rosenbaum y Linda Zambrano de Rosenbaum. Michael era hijo de inmigrantes judíos alemanes que habían huido de los fragores de la segunda guerra mundial y se habían radicado en Ecuador.

En 1957 la pareja realiza un viaje a varios países de Europa, y antes de regresar a Ecuador compran equipos de televisión de la fábrica alemana Grundig y los traen al Ecuador.

El Primer circuito cerrado realizado en Guayaquil se efectuó el martes 29 de septiembre de 1959, casi paralelamente se realizó: HCJB TV, misión evangélica radicada en Ecuador, a través de su misión en Estados Unidos había recibido en donación unos equipos General Electric.

Para transmitir la señal ecuatoriana era necesario que se elaborara una reglamentación sobre usos de frecuencia de TV, que no existía en el país. Esta se dio y fue el Decreto N° 1917, promulgado por el entonces Presidente Camilo Ponce Enríquez, publicado en el registro oficial con el número 985, el 5 de diciembre de 1959.

Expiden reglamento para televisoras en él se determina que se entiende por televisión un sistema de telecomunicaciones para la transmisión de imágenes. En esta pugna por llegar primero, el Estado otorgó la primera frecuencia de televisión a nombre de Linda Zambrano de Rosenbaum, para el funcionamiento de Canal 4, Teletortuga y Primera Televisión Ecuatoriana Canal 4 de Televisión con sede en Guayaquil, mediante decreto ejecutivo emitido con fecha miércoles 1 de junio de 1960.

Doña Linda recibió de manos del entonces Ministro de Obras Públicas Sixto Durán-Ballén el documento histórico que la convertía en la primera concesionaria de un canal de TV en la historia del país. El Canal fue inaugurado oficialmente el lunes 12 de diciembre de 1960.

2.2.1.3. Influencia de la televisión

Los medios de comunicación se consideran una empresa informativa una dominación ya reconocida de forma general para abarcar el estudio y la realización profesional del conjunto de entidades organizadas en forma de empresas de prensa como lo es la radio, la televisión, el cine, la publicidad, el editorial, etc. (Nieto & Iglesias, 2000)

Es considerado un medio que otorga información positiva y negativa, ocupa gran parte del ámbito familiar, desplazando así la rutina ejercida por la familia mucho antes que la televisión se introdujera en sus casas, se maneja con mucha responsabilidad por parte de los televidentes como de los medios (Aguaded, 1999).

Su influencia es más fuerte en los más pequeños, como lo indica Benavides Moncada (2013) la televisión es el medio que influye, y ahora más en los niños debido a que los integrantes mayores que conforman las familias están ausentes en los hogares en el momento en que los infantes se encuentran solos, donde tienen la oportunidad de aprovechar su tiempo libre viendo televisión sin la presencia de un adulto.

Otros grupos sociales evalúan como prioridad la información que se presenta en la televisión: esta constituye su mayor preocupación en relación con la influencia cultural. Los géneros informacionales noticiarios, reportajes, documentales son considerados como los más importantes.

El personal que trabaja en estos departamentos, sustancialmente periodistas, se lo considera como el agente profesional decisivo. Se siente gran temor a la distorsión que pudiere introducir la televisión, a la disuasión o a la persuasión en un sentido determinado, a la construcción de información positiva y negativa. (Fuenzalida, 1987)

La televisión es un medio que está a la vista de todos se debe tener normas, reglas dentro del hogar como establecer un horario permitido o la clasificación que presente cada uno de los espacios permitidos por las familias, para Valeria Rojas (2008) es necesario también que se establezcan ciertas normas de carácter ético para la publicidad; hay que promover políticas, planes y programas relativos al rol de la familia ante los medios, al mismo tiempo que formular políticas públicas que garanticen la calidad de los programas dirigidos especialmente a los niños y al resto de integrantes de la familia.

2.2.2. Programas televisivos

Los programas televisivos se emiten desde un canal, se conocen como un producto global que se encuentra fragmentado en bloques donde se intercalan programas y notas publicitarias. Por otro lado, estos programas se transmiten de acuerdo con franjas horarias y hábitos de la audiencia.

El Departamento TIC del Centro Regional de Innovación y Formación (CRIF) “Las Acacias” (2008) publicó un manual acerca de la Televisión que indica que “se entiende por *prime time* el periodo del día en que más gente se reúne frente a la televisión. Los programadores reservan para esas horas sus programas estrella con el objeto de atraer al mayor número de públicos” (p.8). Es decir, que la presentación de los programas televisivos puede variar según la franja horaria y demanda de la audiencia.

2.2.2.1. Clasificación de los programas televisivos

Cerezo (1994) refiere que la televisión es un medio de comunicación que ofrece diferentes contenidos para su audiencia. Los programas de televisión son espacios audiovisuales que contienen un contenido específico que lo identifica, se los puede clasificar de la siguiente manera:

- *Programas informativos:* Es un espacio informativo, que tiene como objetivo dar a conocer a la ciudadanía sobre los acontecimientos que están ocurriendo.
- *Programas de entretenimiento:* Su objetivo principal es entretener a su audiencia. Lo que busca el espectador en estos programas, es conseguir un disfrute al ver el programa, sea una serie, concurso o cualquier programa no informativo. (Grandío, 2007)
- *Programas Infantiles:* Son programas para niños y se caracterizan por contenidos con caricaturas.
- *Telenovelas:* Son programas de entretenimiento.
- *Documentales:* El contenido de estos programas contiene espacios de alguna novela literaria, de cinematografía, historia, tecnología, entre otros.
- *Programas Deportivos:* Se enfocan en dar información sobre las prácticas deportivas de todo el mundo.
- *Programas Culturales:* Estos programas, contienen contenidos formativos sobre el propio país o de alguna otra región.
- *Programas Educativos:* Programas didácticos, pedagógicos, que buscan el aprendizaje de la audiencia.

2.2.2.2. Estructura de un programa televisivo

La televisión tiene un alto componente tecnológico y de recursos técnicos que definen su estructura. Como elementos básicos nos encontramos:

- Cámaras para captar las imágenes, ya sean de estudio o de exteriores.
- Sistema de microfónica para captar el sonido.
- Sistemas de grabación de la imagen y el sonido.
- Mesas de Edición, donde mezclar las diversas fuentes de imágenes y sonidos y componer los documentos audiovisuales.
- Mesas de Postproducción, donde se puede editar y agregar efectos especiales tanto a la imagen como al sonido.

También se compone de un equipo humano con perfiles profesionales muy especializados, así como de espacios de trabajo muy definidos.

2.2.3. Debate político como formato informativo

El debate político establece un marco de diálogo entre personas que exponen sus ideas que buscan compartir y orientar temas a través de argumentos verídicos y con pruebas del tema a tratar. Pueden existir otros tipos de debates políticos, un debate político social, político económico, político ambiental, político electoral etc. Las variantes dependerán del tema a surgir. (Pol Comp, 2012).

La palabra debate político proviene del verbo debatir es decir entrar en discusión de un tema político entre dos o más personas, este debe ser estudiado, argumentado, contando con información verídica a relatar, por lo general estos debates es más utilizado por personas que pertenecen en el área de la política que se enfocan a debatir temas económicos del País, en mostrar teorías, rendición de cuentas a la ciudadanía.

Afrontar un debate en el ámbito de una campaña política, no es algo fácil y menos si no se cuenta con la eficiente información para cumplir con este. Se dice que los debates no se ganan, pero si se pueden perder cuando no se está preparado lo suficiente, lo que conlleva igualmente a ceder terreno en la contienda electoral.

El debate es el ambiente donde se da a conocer la fortaleza, la astucia y la capacidad el argumento de cualquier candidato; no obstante, igualmente se convierte en el espacio donde se presenta la inseguridad, debilidad, temores y errores del mismo. (Chica, 2016)

Un debate político es considerado un patrimonio público como lo menciona José Cisneros (2006) “en tiempos de manifiesta descapitalización del patrimonio público resulta estimulante la reivindicación del debate político como tal” (p.55).

2.2.3.1. Influencia de los programas políticos

Los programas políticos han venido implementando varias ideologías, dentro del ámbito político y social, todo se debe a un planteamiento que promuevan los problemas civiles para dar soluciones políticas, este factor se debe a la inmensa competencia de varios grupos políticos de izquierda vs. Derecha, capitalismo vs. Socialismo. (España Espinoza, Aya, & Naher, 2012)

La influencia política de los medios de comunicación puede ser estudiada no solo sobre la base de las conversiones efectivamente realizadas como efecto de la campaña, sino también sobre la base del poder de los medios en la configuración de las opciones electorales como alternativas válidas, dignas de ser tomadas en consideración a la hora de poder elegir por quién votar. (Bello, 1995)

Las ideas planteadas en el marketing político se basan en el principio ideológico que no sea el mercado, sino de imagen y prestigio, dando a conocer en el ámbito social el nuevo proceso evolutivo y de conocimiento de un candidato que debate ideas, discursos y programas de gobierno, manifestando un rol comunicativo de una entidad política. (Cubillo Pinilla & Cerviño Fernandez , 2007).

Los programas políticos que son transmitidos por la televisión pueden ser considerados un marketing político que se da a conocer la imagen, postura, el perfil del personaje, venden su imagen para darse a conocer en la televisión esto influye mucho en las personas donde se puede informar un poco más de lo que se relata tanto en lo que expresa en su forma verbal como en sus movimientos físicos se puede obtener una breve idea de quien se está presentando. Es en eso lo que se basa “Políticamente Correcto” mostrar una imagen que llegue al televidente y poder obtener sus propias ideas y poderlas relacionar con las demás personas.

2.2.3.2. Descripción del marketing político

Al hablar de marketing se refiere en conocer un bien o servicio para la satisfacción de la sociedad la comparación de lo político y electoral se debe al alcance o acción, producto, precio promoción y distribución, como se lo explican los autores España & Aya (2012) de la siguiente manera:

- **En la política**

Alcance o acción: es el desarrollo de los partidos políticos.

Producto: la ideología que los promueve.

Precio: la militancia política, se encuentra involucrada las acciones y el tiempo para poder hacer llegar el mensaje.

Promoción: los medios de comunicación, voz a voz, relaciones públicas, etc.

Distribución: los integrantes del partido intercambian las ideas en los encuentros políticos para promoverlas y distribuirlas.

- **En lo electoral**

Alcance o acción: circunscrita a la época preelectoral (tres meses antes de las elecciones)

Producto: espacio televisivo de gobierno asociado a un precandidato.

Precio: el elector interviene el voto y el costo de oportunidad de poder votar.

Promoción: la aparición de los candidatos en los medios de comunicación, en reuniones y mítines políticos, etc.

El objetivo de un partido político, al igual que el de cualquier organización empresarial, industrial o de servicios, es lograr un lugar alto en el mercado, en este caso del mercado electoral, ya que este le permitirá destacar sobre sus competidores.

El marketing político o marketing electoral se conoce como un conjunto de tácticas y de técnicas que presenta los deseos y necesidades que tiene el mercado electoral, y establecer un programa ideológico que llene de expectativas, ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoye e impulse y este se aproveche a través de la publicidad política. (Barranco Saiz, 2003)

Aunque la teoría del marketing político indica que dar a conocer la ideología de los programas es saber identificar las necesidades que quiere ver, escuchar el televidente, para que así tanto los partidos y los políticos diseñen programas para satisfacerlas, implicando conocer un gran beneficio.

2.2.3.3. Programas de cultura política a nivel nacional

Ecuador presenta varias alternativas de programas que tratan temas políticos en si se lo puede ver como una libre expresión, esto ha motivado que desde agosto 2016 se inauguren programas como Políticamente Correcto, en Ecuavisa; Hora 25, de Teleamazonas; Pulso Político, de EcuadorTV; Candidato a Bordo, de Canal Uno. Incluso estaciones internacionales como Telesur estrenaron, en septiembre del 2016, En Clave Política, programa que analizó sobre el proceso electoral que vivió nuestro país. (El Telégrafo, 2016)

Cada uno de estos programas debe cumplir normas establecidas para poder transmitir un programa con cultura política especialmente si hablamos de democracia y elecciones presidenciales como lo indica Juan Pablo Pozo Presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE), que la equidad es fundamental en los programas de corte político que proliferan en tiempos de elecciones estos no deben tener relación de preferencia con los participantes políticos, pero recordó el artículo 205 del Código de la Democracia, el cual este indica que

todos medios de comunicación sea televisión, radio, periodismo “no pueden manifestarse a favor o en contra de determinado candidato”. (El Telégrafo, 2016)

2.2.4. Programa “Políticamente Correcto”

Este programa, se transmite a Ecuador, por la señal de Ecuavisa, todos los domingos. Es un espacio de diálogo y opinión, en el cual se consideran tres componentes como el periodismo, debate y análisis de la situación económica y política del país y del mundo.

La televisión es uno de los medios más influyentes en la sociedad, con el fin de informar diferentes espacios que ayudan a la población mantenerse comunicado, uno de los temas que hoy en día se ha incrementado en nuestra cultura es la Política, ha revolucionado los espacios televisivos a nivel nacional de jóvenes y adultos.

Una nueva plataforma que pretende analizar la realidad nacional, para que la audiencia pueda obtener argumentos, cifras e información para saber la evolución tanto económica como política del País, entenderlo y proyectarlo, en los diferentes espacios que se presenta en el programa, se tiene como espectador a jóvenes y adultos interesados en la Política y economía del País, no se da la necesidad de tener una profesión para visualizar al programa ya que su contenido es amplio, fácil de entender y poder llegar al televidente.

Este programa televisivo influye mucho en la cultura política de los docentes de la facultad de derecho y ciencias sociales de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, se puede decir que ambas carreras tienen mucha relación con todo el entorno del programa una se caracteriza por las diferentes políticas que trabaja y la trasmisión que se permite a ofrecer a sus espectadores, y la otra al manejo de la información que se trabaja en conjunto con el presentador y el entrevistado.

Otro tema que influir basándose a los docentes es el análisis que ellos llegan hacer en los debates que presenta el programa de enriquecer el conocimiento de su cultura política, poder opinar los temas a tratar y como profesionales, poder ampliar el tema gracias a la información recetada en el programa “Políticamente Correcto”.

2.2.4.1. Aportación del Programa “Políticamente Correcto”

“Políticamente correcto” se estrenó el 21 de Agosto del 2016 surge con una idea de temas políticos dando énfasis a las noticias más importantes del Ecuador las Elecciones Presidenciales 2017 y de todo su Gabinete de trabajo, así lo comunica el director del programa, que como presentador, este se maneja sobre la base y evidencia periodística, para hacer estudios, observaciones y análisis con los principales actores políticos invitados al programa, donde se establecen los temas que importan a la gente y se otorga el espacio de manera equitativa a todos los candidatos.

La aportación que hace políticamente correcto es enriquecedora para la cultura política en la sociedad, enfocada especialmente para los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte en la Ciudad de Guayaquil así como ellos y una sociedad entera se informan con los programas televisados , por ende la iniciativa del programa se dio a conocer por uno de los hechos más importantes a tratar en el País, Elecciones 2017, este hizo conocedor a los candidatos y sus planes de trabajo. Muy aparte de mostrar sus perfiles, se dio a conocer una serie de debates entre los ex precandidatos presidenciales aportando su conocimiento económico del País.

Es un programa de libre expresión, este llevó todos los inicios de las elecciones 2017 hasta su culminación, muy aparte una vez terminado el proceso electoral, el programa “Políticamente correcto” sigue analizando temas coyunturales en la política del País.

En la actualidad el programa analiza el plan de trabajo del actual presidente electo Lenin Moreno sobre todo en temas como enderezar la economía ecuatoriana, así lo menciona el presentador en uno de los programas transmitido donde da a conocer las promesas y proyectos del siguiente mandatario para determinar si las medidas tomadas son políticamente correctas (Ecuavisa, 2017):

- Mantener la dolarización
- Consejo consultivo productivo
- Reestructuración de la deuda publica
- Generar empleo
- Aumentar el bono de desarrollo humano
- Crear el banco del pueblo
- Créditos para varios sectores

Información que es captada por los televidentes donde ellos podrán sacar sus propias conclusiones, ideas, análisis, y esto es lo que hace “Políticamente correcto” llegar con información y que sea relatada por los propios protagonistas en el espacio y tema que se dé a presentar en el programa, llenando la cultura política de sus televidentes y de las personas con mayor interés que son especialistas en el tema como en el caso de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

La teoría del marketing político tiene como capacidad dar a conocer los ideales y los programas de un partido, en saber identificar las necesidades sociales para que los partidos y los políticos diseñen programas para satisfacerlas, para poder obtener un gran beneficio sociable para la democracia y esta puede ser una de las razones en que aparece en la

televisión “Políticamente correcto”, como lo indica Juárez Gámiz (2003) considera que de este modo el marketing político toma la forma de un proceso racional al que partidos políticos y candidatos acuden antes de alcanzar sus propias metas. Así mismo, el marketing político son métodos utilizados para producir un conocimiento que determinará futuras acciones de un determinado grupo de actores políticos.

2.2.4.2. Aspecto psicológico

De acuerdo con Aguaded (1999) todo formato televisivo sea formativo, deportivo, entretenimiento entre otros, estos inciden de manera positiva o negativa en la audiencia, por lo tanto, los efectos de estos programas televisivos se evidencian en el comportamiento de las personas, además que se puede considerar que la televisión puede modificar la personalidad individual.

En ese sentido, la calidad del programa televisivo debe ser un referente importante, pues se entiende que este contenido es consumido por los televidentes y podría alterar su conducta. En el caso del programa Políticamente Correcto, muestra su preocupación por la libre expresión de los invitados dentro del conversatorio y debate político, pero sobretodo, este espacio formativo promueve el desarrollo del criterio propio acerca de las decisiones o inclinaciones políticas.

2.2.4.3. Aspecto sociológico

Para esto Vilches (Vilches, 1993) refirió que la televisión “tiene diferentes formas de uso, pero es la sociedad quien elige que tipo de uso le asignará” (p.86). Es decir, que, a pesar de los diferentes géneros y formatos televisivos, hay que tomar en consideración las necesidades e interés de la audiencia ante estos contenidos televisivos.

En otras palabras, se podría decir que la influencia sociológica de la televisión es tal, que podría cambiar o modificar la sociedad. Por tal motivo, el programa en mención genera de manera positiva la promoción de una cultura política en sus televidentes, pues invita al debate y a la reflexión de ciertos partidos políticos que causan impacto en la sociedad.

2.2.4.4. Aspecto formativo

Dentro de este ámbito Gutiérrez (2011) refiere que la televisión tiene mucha influencia en el área educativa, puesto que a medida que la televisión se ha popularizado se dice que existe una enseñanza de la televisión misma que no contiene recursos didácticos, y otra enseñanza que utiliza la televisión como complemento.

Dentro de este marco formativo, el programa Políticamente Correcto fomenta el pensamiento crítico y reflexivo de los televidentes entorno a una realidad social que se encuentra inmiscuida en muchas decisiones cotidianas, lo que indica que este espacio sirve como complemento ante la metodología de educación que utiliza los medios televisivos como medidas complementarias ante una educación más activa.

2.2.4.5. Aspecto comunicativo

Para esto, los autores Charles y Orozco (1990) refirieron que “a los medios de comunicación se les debe realizar un análisis crítico que permita establecer en qué medida se están cumpliendo los principios de la comunicación” (p.20). Es decir, que las medidas a considerar sean el lenguaje claro y directo, así como tomar conciencia ante situaciones que priven la libre expresión o vulneren los derechos de otras personas.

Este aspecto, se relaciona a los productos, presentadores y elementos que conciernen a la producción del programa televisivo Políticamente Correcto, pues es necesario que los debates y conversatorios políticos se direccionen con transparencia, respeto y responsabilidad, acatando las normas establecidas en Ley Orgánica de Comunicación. Lo que a simple vista se cumple, no obstante, se han transmitidos debates bastante fuertes que muestran actitudes y discursos impetuosos de parte de los invitados.

2.2.5. La relación de la televisión con el poder político

En la actualidad, la televisión mantiene un grado de autonomía frente al poder político, dando énfasis a todos los programas políticos y, sin embargo, no se puede verificar que existan canales opositores, como sí se presenta en algunos diarios opositores en prensa escrita y en radios también.

Lo que se ve en la televisión son algunos programas de corte político que mantienen su independencia editorial e informativa. En muchos programas se denuncian ciertos actos de corrupción, por ejemplo, pero no se sostiene una línea general de fiscalización, porque la relación es muy compleja, especialmente, cuando hablamos de la televisión.

Para los políticos, la televisión tiene un gran, por la influencia que ofrece con relación a la prensa escrita (PUCP, 2010). En las presentaciones políticas se presentan variedades de comentarios que son criterios, interpretaciones, explicaciones, análisis de los presentadores es considerada una información independiente que no tienen relación con la producción ni con la edición que se trabaja en ciertos canales televisivos.

En este medio de comunicación se juega un papel importante tanto la información a ofrecer como de quien la va a interpretar y de la persona que la recibe así lo menciona Fernando Huertas, ya que para él la comunicación política desencadena toda una serie de complejas y articuladas relaciones entre los profesionales de los medios y los políticos. Unos y otros buscan el difícil equilibrio en el que cada uno pueda aprovechar los efectos positivos del medio y evitar los negativos.

Las emisiones informativas de carácter político están marcadas por las relaciones revolucionarias que el poder político tiene con la televisión. Es por ese motivo, que recae esa responsabilidad en los profesionales, de decidir la importancia de la información y su tratamiento, tienden a minimizar la incidencia de los medios sobre la audiencia. Nadie, sin embargo, parece dudar del importante papel que desempeñan los medios de comunicación y especialmente la televisión en la creación de estados de opinión. (Huertas , 1994)

2.2.6. La televisión un medio de comunicación muy útil para los espacios políticos y su mensaje a la ciudadanía

La televisión es la más visualizada por la ciudadanía es el que representa diariamente la discrepancia de opiniones sobre la actualidad. A través de este, el periodista, comunicador, presentador es quien juega un papel importante en especial si se refiere a temas políticos este

tiene que dar una imagen y un criterio neutral, así lo menciona Yanes Mesa Doctor en Ciencias de la Información (2007) donde explica que los periodistas han pasado de ser testigos de la actividad política para dar fe de lo que ocurre, a convertirse en actores principales en una sociedad participativa.

Los comunicadores políticos manejan técnicas de comunicación persuasiva dirigidas a los entrevistadores, para que éstos decodifiquen un mensaje que no dé lugar a distintas interpretaciones ni malos comentarios por parte de los televidentes. De esta forma, el periodista se caracteriza como la herramienta que utilizan los políticos para poder transmitir su mensaje a la ciudadanía.

La prensa en relación con el proceso político se divide en tres funciones principales: observadora, participante y como catalizadora. Como observadora es narradora y comentarista de conflictos en que no se involucra como empresa; como participante es actora de conflictos cuando la firma periodística es parte involucrada, y como catalizadora influye mucho sobre los actores no gubernamentales del proceso político. (Barranco Saiz, 2003)

Toma asunto cada vez más la idea, de que la televisión sirve más bien poco para garantizar el éxito electoral, ante unos eventuales comicios y bastante para perderlas, particularmente para llevar la derrota a la formación política contraria, especialmente en aquellas campañas en las que las encuestas ya dan como vencedora virtual a una determinada formación. (Huertas , 1994)

El mundo de la televisión es considerado un cambio en los criterios personales de las personas al momento de observar a los participantes políticos en el cual en este se refleja el criterio de las decisiones de los ciudadanos.

2.2.7. Influencia de los programas políticos en los docentes del área de ciencias sociales y derecho

Un docente es la persona que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza. Es aquella persona que se prepara todos los días para transmitir sus conocimientos al alumno.

Las ciencias sociales se relacionan a la economía de un país, al comportamiento de la sociedad y los distintos sectores económicos de un país. Los docentes de esta área deben de estar informados de la situación actual del país.

En el caso de docentes del área de ciencias sociales y derecho que imparten sus conocimientos en las diversas universidades del Ecuador, sus conocimientos deben ser mucho más profundos, para poder debatir entre los estudiantes temas de actualidad económica.

La televisión influye mucho en estos conocimientos, gracias a los programas políticos, y a las noticias que día a día se manifiestan los docentes pueden ir aclarando desde su punto de vista como se encuentra la situación económica o política del país, claro está que para hablar de temas de Economía o Leyes aplicadas, aprobadas o por aprobar, los programas de más interés serían los de debates políticos, ya que en estos el lenguaje y la terminología que usan es la indicada para los expertos en esta rama.

2.3. Marco conceptual

Para el presente trabajo es relevante detallar terminologías que se han empleado a lo largo del desarrollo de la investigación, entre estos términos se detalla:

2.3.1. Análisis de contenido

La Real Academia de la Lengua (2016) refiere que el *análisis* es el estudio de elementos o las partes de un todo, para obtener conclusiones sobre la naturaleza de los mismos.

Por otra parte, para los autores Garriga, Lubín, Merino & otros (2010) indican que *análisis*, como tal, es mecanismo por el cual se pueden identificar los elementos que componen determinado sistema, estructura o problemática y que la finalidad de realizar este análisis es conocer la funcionalidad de sus elementos primarios. También, es necesario resaltar que el presente estudio no se deriva de un análisis de datos sino más bien que buscan analizar factores que componen un programa televisivo.

2.3.1.1. Tipos de análisis

El análisis como técnica es muy utilizado en fragmentos de análisis de datos estadísticos, así como análisis críticos de elementos cualitativos. Por lo tanto, los autores Garriga & otros (2010), refirieron que existen dos tipos de análisis que pueden darse según la ciencia, como son el análisis de datos de encuesta y análisis de datos de contenido, mismos que exponen a continuación:

- El Análisis de Datos de Encuesta se refiere explícitamente al análisis de los resultados que se obtienen luego de implementar un formulario de encuesta. Es más bien la estratificación de las variables, mediante la tabulación de los resultados recogidos en instrumentos como los formularios estructurados compuesto por preguntas cerradas.
- El Análisis de Datos de Contenido tiene un enfoque diferente, pues se basa en la descripción que presentan los contenidos o las teorías de su investigación. Este presenta una clasificación basada en las características que poseen los contenidos en cuanto a fondo y en cuanto a forma.

2.3.1.2. Análisis de contenido televisivo

De acuerdo con el análisis de lo que se conoce como contenido televisivo, mismo que contiene aspectos cualitativos, Heinemann (2003) refiere que los contenidos que son aplicados dentro de la comunicación social se pueden determinar como:

- Las tendencias y los cambios en la comunicación.
- La evolución de los intereses y de las actividades del pensamiento.
- La revelación de diferencias a nivel internacional en el contenido comunicacional.
- Las comparaciones que existen entre medios de comunicación y sus respectivos niveles comunicacionales.
- El análisis del contenido de forma objetiva.
- La elaboración y vigencia determinados estándares comunicacionales.

- Las operaciones técnicas y el decodificado de información.
- Las relaciones que existen entre fuentes y mensajes difundidos.
- La relación de la audiencia con el contenido que se ha elaborado de forma específica para esta.

Por otra parte, también se pueden identificar dos formas de aplicación de los contenidos:

- La implementación de técnicas de persuasión o publicidad.
- La medición de interés o legibilidad de contenido impreso.

2.3.2. Calidad

La Real academia de la Lengua (2016) refiere que la *calidad* es la propiedad o grupo de cualidades pertenecientes a algo que le asignan determinado valor. Además, cabe indicar que la palabra Calidad procede del latín *qualitas*, lo que hace referencia a los atributos o aspectos que permiten que un producto o servicio logre satisfacer determinadas necesidades. En otras palabras, el término de calidad puede ser considerado como un atributo positivo que puede incidir de manera directa o indirecta en el consumidor. En el caso, de la cantidad de contenido televisivo la calidad se refiere a la veracidad y responsabilidad con la que se emite la información.

Asimismo, este ámbito de la calidad abarca un campo más cualitativo que está ligado a la percepción del consumidor, en este caso, hacia la audiencia, pues los contenidos que se

emiten dentro de este medio comunicativo influyen en la sociedad, una sociedad que es muy demandante ante atributos de contenidos, valores y celeridad.

De tal manera que la calidad de contenido o de servicio, se relaciona a la excelencia en niveles de servicio, lo que repercute en un impacto positivo, además, de considerar que los servicios, productos e incluso los contenidos periodísticos buscan cubrir necesidades bajo parámetros de eficiencia y eficacia que facilita la resolución de problemas, la reflexión e incluso el entretenimiento. No obstante, estos niveles de calidad pueden medirse bajo el grado de satisfacción del consumidor, y, en el caso de los contenidos televisivos bajo el aumento del rating. (Deming, Medina, & Gozalbes, 1989)

2.3.2.1. Tipos de calidad

Deming, Medina & Gozalbes (1989) refirieron que existe tipos de Calidad, y estos aplican a diferentes campos de estudio. Por lo tanto, para efectos de la presente investigación es necesario citar los diferentes tipos de calidad:

- Calidad de Servicio. - Aplicado en ventas y atención al cliente.
- Calidad de Contenido. - Aplicado en comunicación social y publicidad.
- Calidad de Producto. - Aplicado en mercadotecnia y ventas.
- Calidad de Vida. - Aplicado a la sociología y psicología.
- Calidad Alimentaria. - Aplicada a la medicina, especialmente a la nutrición.

2.3.2.2. Calidad en el contenido televisivo

La Real Academia de la Lengua Española, define que el contenido es el argumento, datos o información en los que se basan el acto comunicativo. Por su parte, los autores Deming, Medina, & Gozalbes (1989) expresan que “la calidad de contenido televisivo se basa en los argumentos e información que se empleen para desarrollar una nota o noticia” (p.31). La calidad de contenido televisivo está inmersa en cualquier formato de programa televisivo y es una manera de atraer a la audiencia.

Cabe destacar, que la calidad del contenido televisivo pudiendo ser de cualquier género o estilo de programa, la calidad del contenido es importante porque no solo cubre necesidades información, sino que aporta a la sociedad. Pues que a nivel cultural la televisión capta de inmediato la atención de la audiencia, además de ser reconocida como medio nacional de información propia de cada estado, es decir, que se determina que la calidad de contenido es positiva cuando aumenta el interés de los televidentes e impacta de manera efectiva en su calidad de vida. (Deming, Medina, & Gozalbes, 1989)

Por otra parte, es importante resaltar que Medina (2007) explica que “al generar contenido de calidad en medios televisivos permitirá crear un precedente de sostenibilidad en el tiempo (p.25). Puesto que no solo satisface a la audiencia sino a sus anunciantes, por lo que es importante cumplir a cabalidad con las normas de comunicación vigentes, que regulan el contenido que se produce y emite en los canales televisivos.

2.3.3. Comunicación

El término comunicación procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro participe de lo que uno tiene”. La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información.

Es el lenguaje lo que diferencia al ser humano de las demás criaturas existentes en la tierra, es esa necesidad de vivir en sociedad lo que le lleva a ser más que un simple productor de sonidos, el ser humano expresa sentimientos, necesidades, aspiraciones, todo lo que le hace ser persona. En otras palabras, el lenguaje es lo que posibilita la comunicación entre personas.

2.3.4. Medios de comunicación

De acuerdo con Fernández & García (2001) los medios de comunicación y las tecnologías “se han convertido en parte fundamental de las sociedades” (p.35). Por su parte Ballesta (2000) indica que “los soportes mediante los cuales se transmite la información” (p.25). Es decir, que existen diferentes discursos que forman parte de una base fundamental de la sociedad a nivel mundial, donde la influencia de los medios de comunicación es abrumadora e incluso preocupante, pues dentro del lenguaje coloquial se dice que los medios de comunicación son dueños de la verdad.

Cabe destacar que los medios de comunicación son de carácter masivo por la cantidad de audiencia que los consume este tipo de contenido. En la actualidad, la demanda de estos contenidos presenta diferentes contenidos, donde ya no solo el interés es la noticia, el entretenimiento, y otros contenidos que pueden moldear e influenciar en los espectadores.

2.3.4.1. Tipos de medios de comunicación

Sánchez & Pintado (2010) refiere que los medios de comunicación son canales que emiten mensajes, y que además se pueden clasificar en; alternativos, auxiliares (internos, exteriores y directos) y masivos. Mismos que se detallan a continuación:

- **Medios alternativos:** Estos medios de comunicación son poco habituales, pudiendo ser novedosos, como CD, videos y otros medios.
- **Medios auxiliares:** Llamados medios complementarios mismos que se clasifican en; interno, externo, directo. Los medios internos, son elementos visuales hallados en algunos audios. Los medios exteriores, medios visuales colocados en espacios abiertos como globos, carteles o vehículos. Por último, los medios directos en cambio
- **Medios masivos:** Tienen un alcance muy amplio dentro de la población, y estos clasificados en:
 - *Radio:* Este medio trasmite mensaje de manera oral. Poseen un alcance local e incluso nacional, además transmiten mensajes cortos, es un medio muy optimo e incluso económico.
 - *Revistas:* Es un medio visual, muy selectivo puesto que sus mensajes van destinados a un público específico. Puede ser un medio costoso, que brinda credibilidad y calidad de contenido al lector.
 - *Diarios:* Prensa escrita es un medio de comunicación visual, que posee un alcance local y nacional, además de ser medios accesibles e incluso económicos y de fácil acceso.
 - *Internet:* Es un medio muy utilizado en la actualidad, es selectivo al momento de emitir información. Puede presentarse de diversas maneras como redes sociales, blogs, páginas web, publicidades, entre otros.

- *Televisión:* Es un medio de comunicación que combina información auditivo y visual, pudiendo presentar noticias a nivel local, nacional, o internacional. Los mensajes que transmiten tienen diferentes contenidos.

2.3.4.2. Medios audiovisuales

Medios audiovisuales representa la utilización de las imágenes y sonidos como medios de comunicación interactiva. Para esto, el autor Brisset (2011) mencionó que “los medios audiovisuales incrementaron su uso desde la aparición del internet y la computadora” (p.15). Sus elementos representativos estimulan la percepción del usuario, lo que permite que el acto comunicativo sea bien recibido.

Los medios audiovisuales son relativos al apogeo de la nueva era de la comunicación, misma que utiliza elementos interactivos que pretenden llegar al usuario y causar un impacto, estimulando los sentidos del oído y la vista mediante distintas plataformas. Cabe indicar que el objetivo de estos medios no solo es captar la atención del espectador, sino que su principal objetivo es lograr una comprensión universal del contenido presentado.

2.3.5. Otros términos

- *Audiencia:* Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio o mecanismo de comunicación. Público o espectadores. (Díaz, 2008)
- *Cultura política:* Según Caminal (1996) refiere que “es el ámbito que dimensiona las percepciones colectivas y subjetivas referentes a la política.

- *Debate*: Es un acto comunicativo que expone las ideas de diferentes personas tomando desde su punto de vista, argumentado un tema escogido. (Araque & Montero, 2006)
- *Difusión*: Según el DLE (2016) es el efecto de difundir o propagar un hecho sea de forma verbal o escrita.
- *Deontología*: Terminología que describe parte de la ética que trata de los deberes y principios que afectan a determinada profesión. (Sojo, 2000)
- *Docente*: Este término hace referencia a aquellas personas que se dedican a docencia como profesión y cumplen la función transmitir la enseñanza a otras personas, desde un marco general de enseñanza o sobre un área en específico. (Conceptos, 2017)
- *Influencia*: Según la RAE es la acción y efecto de influir, así como poder, valimiento, autoridad de alguien para con otra u otras personas o para intervenir en un negocio. (RAE, 2017)
- *Ley de Comunicación*: Prado, Rodríguez & Valle (2017) lo definen como el conjunto de regulaciones para la actividad comunicacional. Basados en directrices propias de cada país.
- *Ley Orgánica*: Ley que se deriva directamente de la Constitución de un país constituido legalmente como estado y sirve para su mejor aplicación. (Conceptos, 2017)
- *Libertad de expresión*: Derecho a manifestar y difundir libremente ideas, opiniones o informaciones. (Pujadas, 2016)

- *Periodismo*: Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Estudios o carrera de periodista. (Pujadas, 2016)
- *Programa Formativo*: Definido por Tomas (2006) como programas de enfoque educativo que sirven para elevar el intelecto de los espectadores.
- *Programa televisivo*: Pujadas (2016) programa perteneciente al sistema televisivo que se formula en términos sustantivos, pues identifica diferentes términos.

2.4. Marco legal

En el siguiente apartado se realiza una revisión literaria del marco normativo que delimita los criterios jurídicos de la presente investigación, exponiendo artículos de La Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento de Infracciones, así como los artículos publicados por La Superintendencia de la Información y Comunicación, y el Plan Nacional del Buen vivir.

2.4.1. Ley Orgánica de Comunicación

Cabe señalar que el Ecuador se implementó en el año 2013, una ley que rige sobre los actos comunicativos y las profesiones que correspondan, dicha ley fue denominada Ley Orgánica de Comunicación, elaborada, debate y aprobada por la Asamblea Nacional.

Dentro de esta Ley se estipularon normativas para la comunicación en el país, sin importar cual fuere su naturaleza o finalidad. Estas normativas buscan transformar la comunicación existente en una de calidad y que se desarrolle de manera ética y responsable

(Asamblea Constitucional, 2013). Para su efecto se citarán las normas que se han considerado de vital importancia para el presente trabajo.

Como menciona la Asamblea Constitucional (2013) dentro de la Ley Orgánica de Comunicación, el Título II, de los Principios y Derechos. En el Art. 10 de las Normas deontológicas se establece que: deberán tener en consideración y como premisa las normativas mínimas a exponer, quienes sean partícipes del proceso de comunicar, sean personas o empresas, sin olvidar las reglamentaciones propias de cada medio a emplear para llevar a cabo el acto comunicativo:

- En los referidos a la dignidad humana se establece respetar la reputación de las personas, sin difundir o realizar comentarios de carácter discriminatorio, los mismos que pudieran afectar la intimidad personal y familiar.
- En los relacionados con los grupos de atención prioritaria se estipula que el periodista o comunicador encargado, debe omitirse argumentos y temas que puedan perjudicar la dignidad de diversos sujetos. Estos sujetos pueden ser adultos mayores, personas con capacidades limitadas, niños y adolescentes. Estos contenidos pueden ser imágenes, palabras o actos ilícitos.
- En los concernientes al ejercicio profesional se establece que: el periodista o comunicador, deberá respetar los derechos de autor de la información que se emplee, así mismo el derecho de anonimato de las fuentes y el secreto profesional deberá respetarse a toda costa. Por encima de obtener partida o lucro personal.
- En lo relacionado con la práctica de los medios de comunicación social se estipula que: sobre todo y, ante todo, el derecho de expresarse con libertad y sin represiones, debe respetarse y protegerse, sea por parte de la empresa o del

profesional de la comunicación. Esto incluye respetar el derecho de presunción de la inocencia. No obstante, todo comentario emitido y las opiniones que se generen a partir de este, son responsabilidad que debe asumir el periodista.

El incumplimiento de las normas del artículo 10 de la Ley de Orgánica de Comunicación podrá ser declarado como perjuicio por parte de la ciudadanía o entidades sean públicas o privadas ante el organismo competente, en este caso la Superintendencia de la Información y Comunicación. Dicho organismo remitirá una multa escrita con la correspondiente descripción del caso, una vez comprobado el incumplimiento de la ley por parte del denunciado. (Asamblea Constitucional, 2013)

Asimismo, dentro de la Ley Orgánica de Comunicación el Art. 11 del Principio de acción afirmativa se establece que las autoridades competentes deberán adoptar medidas de política pública. Estas medidas deberán ser destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundamentalmente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos. (Asamblea Constitucional, 2013)

Finalmente, en el Art. 12 del Principio de democratización de la comunicación e información de la Ley Orgánica de Comunicación, se estipula que las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, deberán estar dispuestos a crear condiciones de carácter político, judicial y material que permita el acceso democrático a los canales de comunicación y a generar espacios de participación. (Asamblea Constitucional, 2013)

2.4.2. Reglamento de Infracciones Administrativas - CORDICOM

Esta normativa establece el procedimiento a seguir cuando los medios públicos infringen la Ley Orgánica de Comunicación, dicho procedimiento es regulado por El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), en ese sentido este organismo establece que podrán ser sancionados los medios de comunicación que conociendo la ley publica, encajen en las siguientes causales (CORDICOM, 2017):

- Artículo 5: Por negarse a proporcionar información requerida por el Superintendente.
- Artículo 12: Por difundir contenido discriminatorio.
- Artículo 18: Por difundir contenido sexualmente explícito.
- Artículo 26: Por permitir publicidad no apta para niños, niñas y adolescentes.

2.4.3. Superintendencia de la Comunicación y la Información

La Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), organismo que cuenta con las atribuciones para garantizar el cumplimiento de los derechos contemplados en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), actúa bajo el principio de educar para prevenir.

En ese sentido, este organismo es el encargado regular los contenidos que se exponen en los medios comunicación, de tal manera que la ciudadanía puede acudir a esta institución para hacer las denuncias respectivas, en los casos de incumplir los artículos citados, por ejemplo, en los casos donde el contenido que se transmita denote algún tipo de

discriminación, exclusión o distinción o a su vez contenido inapropiado o el trato morboso de la información en horarios familiares.

A continuación, se exponen algunos artículos relacionados con el presente trabajo de investigación, los mismos que han sido establecidos por la SUPERCOM (2017) con la finalidad de promover el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación en todos los sentidos:

- Art.17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión

Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

- Art. 19.-Responsabilidad ulterior

Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

- Art. 22.- Derecho a recibir información de relevancia pública veraz

Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

- Art. 23.-Derecho a la rectificación

Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 22 de esta Ley.

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario; las rectificaciones a las que haya lugar.

- Art.29.- Libertad de información

Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido.

Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

2.4.4. Plan Nacional del Buen Vivir

Es necesario resaltar que los objetivos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir (2013) son importantes dentro de la presente investigación. Porque establecen puntos importantes a considerar dentro del desarrollo investigativo, a continuación, se citan los objetivos que guardan relación directa con el presente estudio:

- Objetivo 1.- Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular:

El Gobierno ecuatoriano busca recuperar el Estado para la ciudadanía y, también, fomentar la acción colectiva de la propia sociedad. Se parte del respeto a la autonomía de las organizaciones sociales y se reconoce el papel del Estado para promover la participación social y ciudadana.

- Objetivo 3.- Mejorar la calidad de vida de la población:

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

- Objetivo 4.- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía:

La formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio.

- Objetivo 6.- Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos:

Mejorando la confianza en la justicia ciudadana, mediante el respeto de los derechos humanos, adoptando y fortaleciendo políticas públicas que permitan reducir de manera progresiva los niveles de inseguridad ciudadana.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente apartado se presenta el marco metodológico de la presente investigación, se detalla el enfoque mixto, exploratorio y descriptivo, así como el diseño metodológico y las técnicas de recolección de datos, como el tipo de muestreo.

3.1. Tipo y nivel de investigación

En cuanto al tipo y nivel, se refiere a la profundidad de conocimiento que se desea ganar en la investigación, además de la visión que se pretenda dar al estudio. Dentro de los diferentes tipos tenemos el enfoque exploratorio y descriptivo, mismos que se detallan en el siguiente apartado:

- *Exploratoria.* - Profundiza el tema específico y examina cuando no existen suficientes datos previos (Sandoval, Modulo IV Investigacion Cualitativa, 2014). Dentro del presente estudio, este enfoque permite establecer detalles específicos, de la percepción y la acogida que los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho tienen en torno al programa de debate “Políticamente Correcto”.
- *Descriptiva o Correlacional.* - Busca describir y medir estadísticamente las dimensiones de sus variables, especificando características (Aquiahuatl, 2015). Permite relacionar todas las opiniones de los Docentes con la finalidad de determinar si el al programa de debate “Políticamente Correcto” influye positivamente en la decisión electoral de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho.

De tal manera que el tipo de estudio descriptivo según Behar (2008) permite realizar un análisis detallado de la situación determinada a estudiar, en cuanto al método correlacional

se eligió como tipo de estudio de apoyo debido a que será este el que evalúe el comportamiento del tema estudiado con los sujetos que se implican en su proceso.

3.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación según la naturaleza de su objeto de estudio posee enfoque *mixto*, es decir cualitativa y cuantitativa a la vez, porque permite el análisis de las variables y se direcciona a descubrir cómo se llegó a determinada situación (Ruiz J. I., 2012). Además, se puede mencionar que el enfoque cuali-cuantitativo es muy usado en el campo de las Ciencias Sociales pues permite realizar la medición de la realidad del estudio o de asuntos inherentes a la problemática.

La investigación para el presente trabajo es del tipo cualitativa porque analiza y evalúa una problemática social, más detalladamente busca determinar el impacto que un programa televisivo tiene en la cultura política de una determinada población. Cegarra (2004) hace referencia que el objetivo es adquirir información dependiendo del contexto en el que se da el asunto o problema, ésta es la fuente directa y primaria, la labor del investigador constituye ser el instrumento clave en la exploración, la recolección de los datos es mayormente verbal que cuantitativa, el análisis de los datos se da más de modo inductivo.

3.3. Diseño de la investigación

Para Gómez (2006) el diseño de la investigación se refiere “al plan o estrategia concebida para obtener información que se desee investigar” (p.85). En ese sentido, dentro de la presente investigación es un plan de acción dentro del trabajo de campo, cabe resaltar, que el presente estudio es de tipo mixto, y según su alcance es de tipo exploratorio y descriptivo correlacional.

Para el presente trabajo se aplican estos tipos de estudio, métodos investigativos y tipo de investigación, con la finalidad determinar de qué manera el programa de debate “Políticamente Correcto” influye en las y los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente de Rocafuerte.

3.4. Métodos y técnicas de investigación

Los métodos a utilizar dentro de la presente investigación serán el método lógico y los métodos empíricos que guardan relación con las técnicas de investigación. El método lógico se basa en el análisis y síntesis de la información, en cambio el método empírico se dirige a moldear el objeto de estudio mediante la contextualización de sus componentes, así como la dinámica que existe entre ellos.

El método lógico pueden ser un conjunto de directrices o reglas a seguir, además se refiere al tipo de razonamiento que se va emplea en la investigación con la finalidad de analizar las variables. De tal manera, el método lógico es el siguiente:

- ***Método inductivo – deductivo y analítico:*** El método inductivo - deductivo es una forma de razonamiento que permite analizar casos de manera particular y relacionarlos a casos en forma más general (Sandoval, Modulo IV Investigacion Cualitativa, 1996). Dentro del presente estudio el método inductivo deductivo se manifiesta a través del análisis de las respuestas del instrumento de la encuesta dirigido a los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente de Rocafuerte.

Los métodos de nivel empírico utilizados son las técnicas donde el investigador se sitúa en contacto directo con su objeto de estudio, en una forma práctica y objetiva pasa a ser parte de la realidad del problema (Sampieri, 2003). En lo correspondiente a los métodos empíricos aplicados en el presente trabajo de estudio, tenemos:

- **Observación:** Es una técnica que se debe emplear en todo proceso investigativo (Namakforoosh, 2005).
- **Encuesta:** Esta técnica permite cuantificar los resultados que se obtienen mediante la aplicación de un cuestionario (Ruiz J. , 2012). En la presente investigación, la aplicación de la encuesta permitirá conocer y medir la percepción y aceptación de los docentes de la Facultad de Derecho de la Universidad Laica Vicente de Rocafuerte, hacia programa de debate “Políticamente Correcto”.
- **Entrevista:** Permite obtener datos de primera mano y se aplica directamente a la muestra de la población (Álvarez-Gayou, 2003). Esta técnica será aplicada a profesionales del medio para conocer su percepción acerca del programa de debate “Políticamente Correcto”.

Adicional se consideró el análisis, porque es mediante este proceso que se sacarán conclusiones y posible respuesta a la problemática planteada. Cabe resaltar que, en cuanto a la técnica de la en relación a la técnica de la encuesta se aplicará un formato de cuestionario con 10 preguntas cerradas mismas que serán calificadas bajo escala Likert, o dominios de sí y no. Y en relación a la entrevista ésta se realizará con un cuestionario de 8 preguntas abiertas dirigido a dos profesionales de medios comunicativos de radio, televisión y prensa.

3.5. Población y muestra

Hurtado y Toro (1998) definen que “población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo” (p.79). Como se mencionó anteriormente, la población general que involucra la muestra son los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente de Rocafuerte, del horario matutino y vespertino.

Como la población es finita, y no se ha determinado la cantidad total de la población, se realizará un muestreo no probabilístico usando el método de *muestreo discrecional* donde los sujetos son seleccionados en base al conocimiento previo y juicios del investigador, es decir, se seleccionará a los individuos en función de su criterio profesional y de acuerdo a las necesidades de la investigación (Loureiro, 2015).

Dentro de la presente investigación se realizará un doble muestreo discrecional, pues se seleccionará a los docentes a encuestar y se escogerá a criterio del investigador a los profesionales del medio comunicativo, mismos que serán entrevistados. A continuación, se detalla a los entrevistados:

Tabla 1 : Muestreo no probabilístico – Profesionales del medio

MEDIO	NOMBRE	INSTRUMENTO
RADIO	Gustavo Espinoza	Entrevista
PRENSA	Luis Alvarado	Entrevista

Elaborado por: Autor

Por otro lado, en cuanto a la aplicación de las encuestas se seleccionará a 82 docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente de Rocafuerte según la necesidad de la presente investigación de acuerdo a criterios de selección.

3.5.1. Criterios para la selección de la muestra de docentes

Para el presente trabajo estudio, se establece que el muestreo no probabilístico debe escoger a los 82 colaboradores que cumplan los siguientes criterios, tal como se detalla a continuación:

- a) Maestros mayores de 30 años.
- b) Docentes que estén interesados o impartan cátedra judicial o política.
- c) Docentes que formen parte de la audiencia del programa de debate “Políticamente Correcto”.

3.6 Análisis de resultados

En este capítulo se desarrollan las encuestas y entrevistas junto con sus respectivos análisis para poder observar y verificar las ideas que se defienden en esta investigación, al igual que se pueda cumplir los objetivos anteriormente mencionados. Cabe resaltar que en este apartado se analizan dos tipos de enfoques de la investigación: cuantitativo y cualitativo. En la parte cuantitativa, se realizó la recolección de datos y se detalla el análisis numérico de las encuestas dirigidas a los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. En la parte cualitativa se explican las respuestas de los expertos en programas de contenido político, y se analiza de manera general sus comentarios y opinión especializada.

3.5.2. Tabulación de encuestas

En este estudio se realizaron encuestas a 82 docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, que representan a la población de interés. Los resultados de este sondeo serán tabulados y analizados a continuación.

1.- ¿Usted es televidente del programa “Políticamente Correcto”?

Tabla 2. Televidentes del programa “Políticamente Correcto”

PREGUNTA 1	Nº Respuestas	Porcentaje
SI	82	100%
NO	0	0%
TOTAL	82	100%

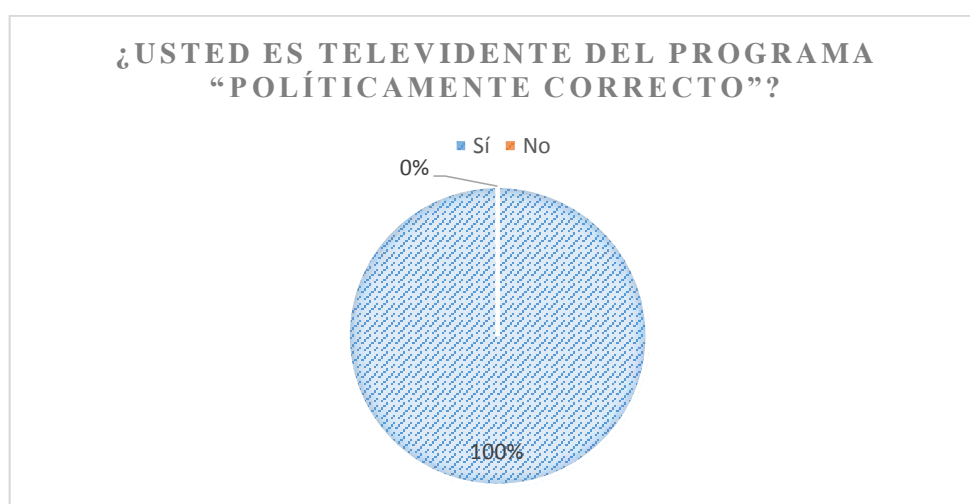


Figura 1. Resultados de los docentes que siguen el programa "Políticamente Correcto"

Análisis: El 100% de los docentes encuestados confirmaron ver el programa “Políticamente Correcto”. Lo cual confirma la representatividad del segmento seleccionado de la población.

2.- ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” promueve la libre expresión?

Tabla 3. Consideraciones de libertad de expresión en el programa "Políticamente Correcto"

PREGUNTA 2	N° Respuestas	Porcentaje
SI	75	91%
NO	7	9%
TOTAL	82	100%

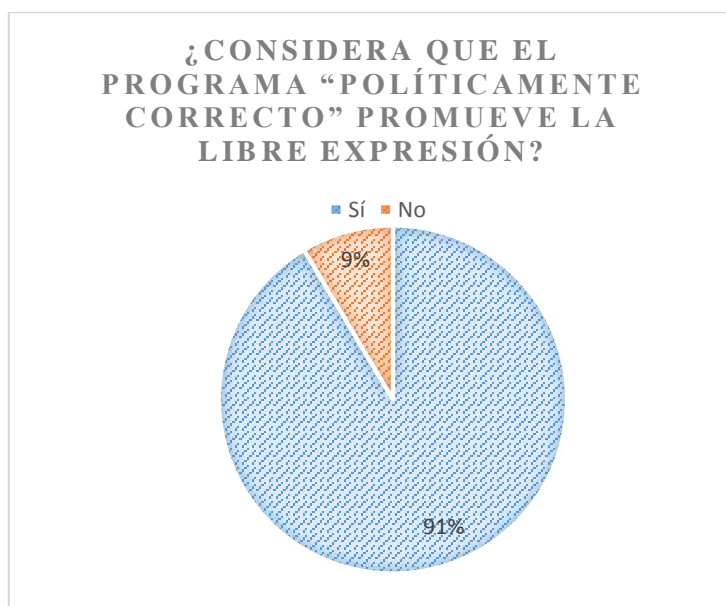


Figura 2. Resultados de opiniones de los docentes sobre libertad de opinión en el programa

Análisis: Solo el 9% de los docentes encuestados opina que el programa no promueve la libertad de expresión. El 91% restante apoya la gestión del programa en cuanto a la permisión de exponer sus ideas.

3.- ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” transmite contenidos fiables y fidedignos?

Tabla 4. Transmisión de contenido fiable y fidedigno

PREGUNTA 3	N° Respuestas	Porcentaje
SI	72	88%
NO	10	12%
TOTAL	82	100%

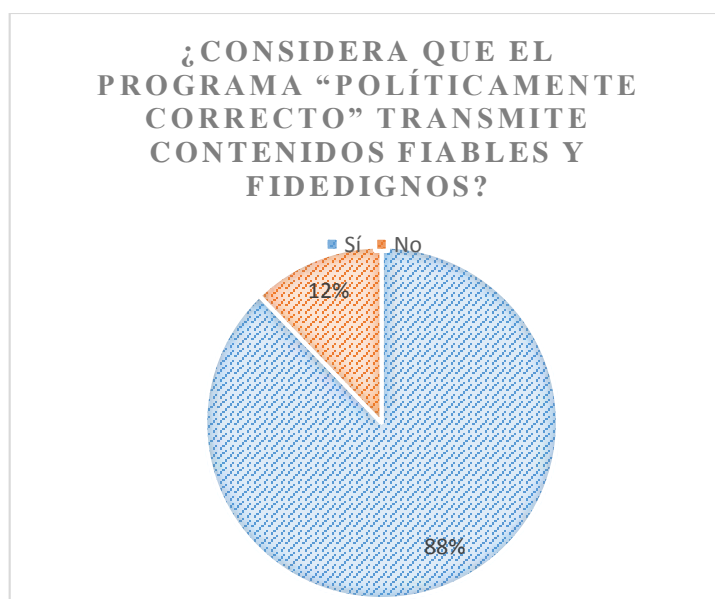


Figura 3. Resultados de opinión de docentes respecto al contenido del programa

Análisis: El 88% de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho concuerdan en que el programa “Políticamente Correcto” transmite contenidos fiables y fidedignos. El 12% no está de acuerdo con esta premisa, manifestando desconfianza con la calidad del contenido del programa.

4.- ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” da cabida a linchamientos mediáticos?

Tabla 5. Consideraciones sobre linchamiento mediático

PREGUNTA 4	Nº Respuestas	Porcentaje
SI	48	59%
NO	34	41%
TOTAL	82	100%

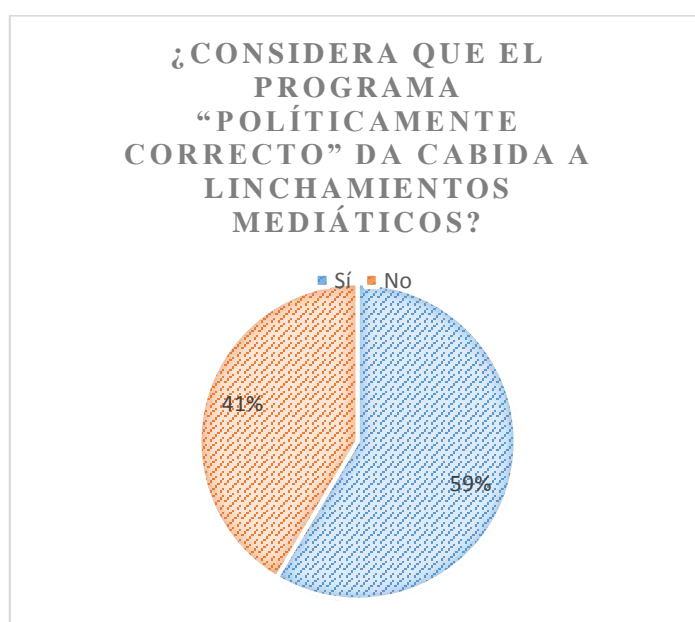


Figura 4. Resultados sobre opinión de los docentes respecto al linchamiento mediático en el programa

Análisis: Existen opiniones divididas referente al tema de linchamiento mediático, la mayoría de docentes (59%) cree que el programa da cabida a este tipo de situación, sin embargo, el 41%, un porcentaje alto de docentes opina lo contrario.

5.- ¿El programa “Políticamente Correcto” influye en su cultura política?

Tabla 6. Influencia del programa "Políticamente Correcto" en la cultura política de los docentes

PREGUNTA 5	N° Respuestas	Porcentaje
SI	79	96%
NO	3	4%
TOTAL	82	100%

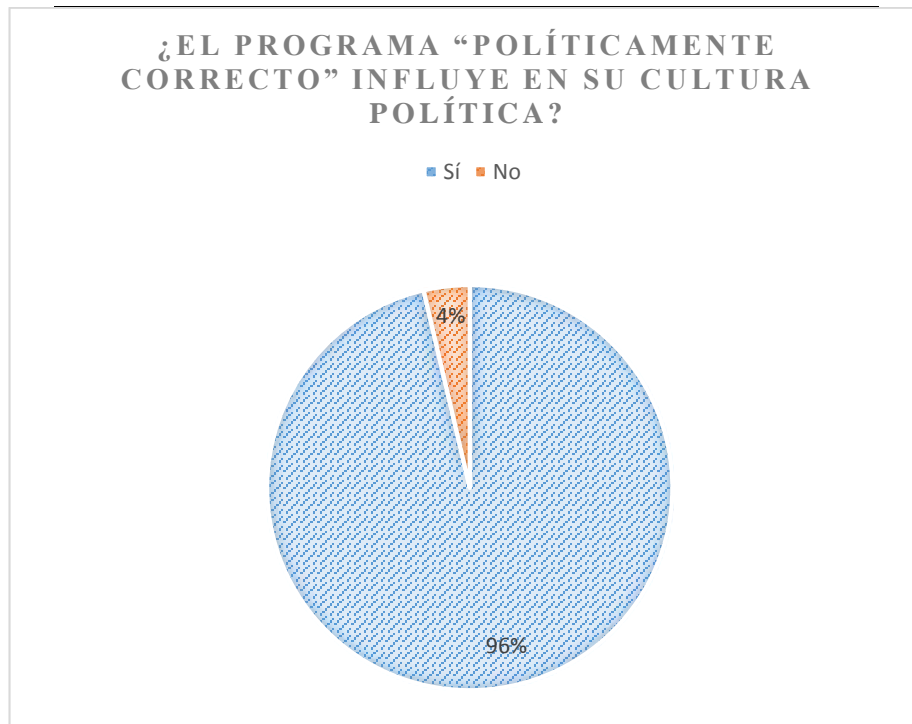


Figura 5. Resultados de influencia del programa "Políticamente Correcto" en la cultura política de los docentes

Análisis: El 96% de los docentes encuestados asegura que el programa “Políticamente Correcto” influye en su cultura política lo que confirma las ideas planteadas anteriormente en este trabajo.

6.- ¿Cómo califica los debates que se presentan en el programa “Políticamente Correcto”?

Tabla 7. Calificación de los debates del programa

PREGUNTA 6	N° Respuestas	Porcentaje
Excelente	2	2,44%
Buena	63	76,83%
Regular	16	19,51%
Mala	1	1,22%
TOTAL	82	100%

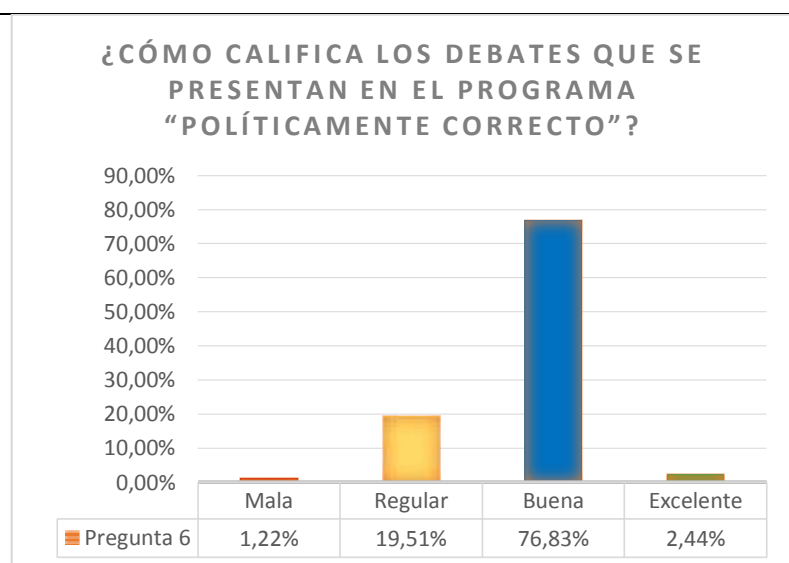


Figura 6. Resultados de la calificación otorgada por los docentes a los debates del programa

Análisis: El 76,83% de los docentes concluye que los debates que se presentan en el programa son de buena calidad, un 19,51% admite que la programación es regular, el 2,44% asegura que es excelente y el 1,22% considera que los debates son de mala calidad.

7.- ¿Cómo califica a los presentadores del “Políticamente Correcto” en cuanto a su posición durante el debate?

Tabla 8. Calificación de los presentadores del programa respecto a su posición durante los debates

PREGUNTA 7	N° Respuestas	Porcentaje
Excelente	6	7,32%
Buena	59	71,95%
Regular	14	17,07%
Mala	3	3,66%
TOTAL	82	100%

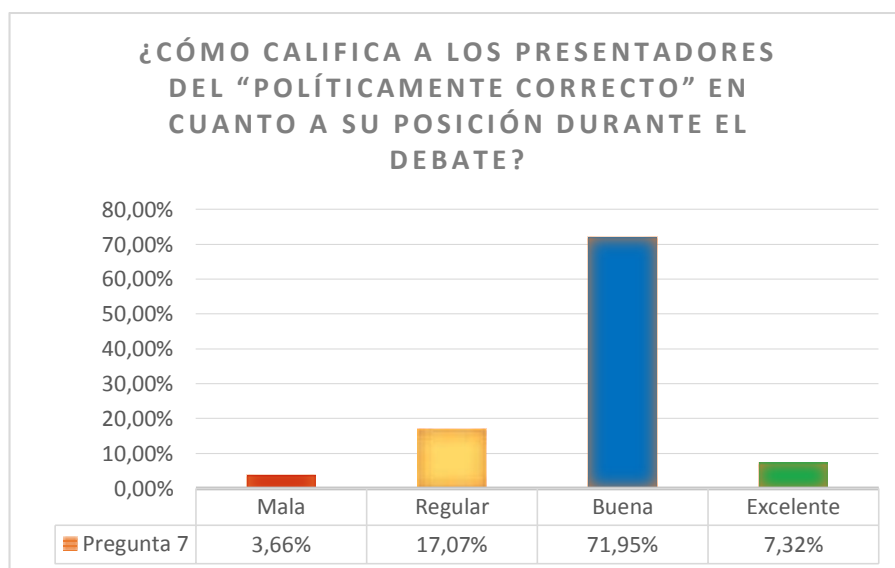


Figura 7. Resultados de la calificación otorgada por los docentes a los presentadores del programa

Análisis: El 71,95% de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho otorga una calificación buena a los presentadores del programa respecto a su posición durante el debate. Un 7,32% califica de excelente a esta intervención, el 17,07% admite que es regular, mientras que el 3,66% considera una mala calificación para dicha participación.

8.- Califique los contenidos del programa “Políticamente Correcto”:

Tabla 9. Calificación del contenido del programa "Políticamente correcto"

PREGUNTA 8	N° Respuestas	Porcentaje
Excelente	37	45,12%
Buena	43	52,44%
Regular	2	2,44%
Mala	0	0,00%
TOTAL	82	100%

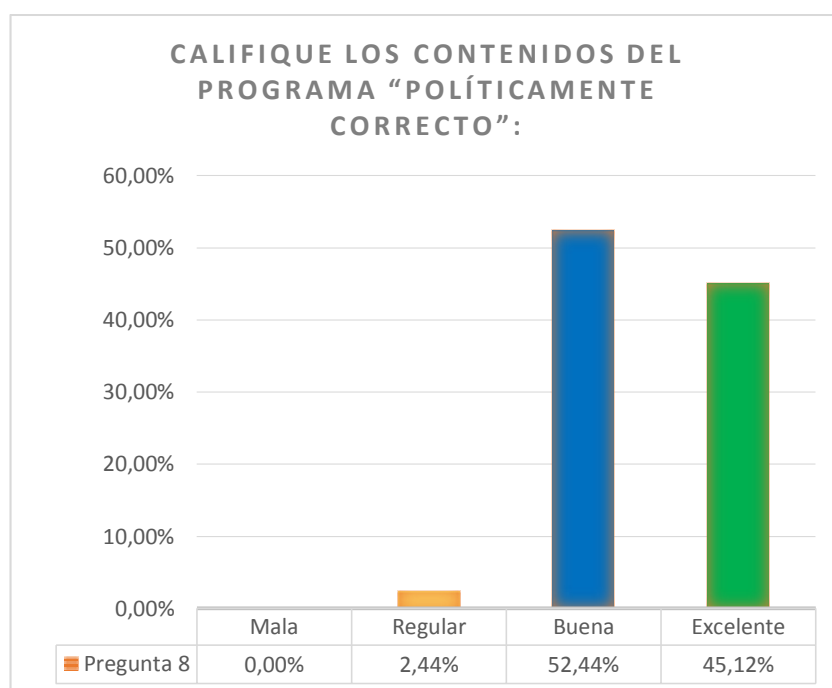


Figura 8. Resultados de la calificación otorgada por los docentes sobre el contenido del programa

Análisis: El 45,12% de los encuestados califica como excelente los contenidos del programa “Políticamente Correcto”, el 52,44% considera de buena calidad dichos contenidos, mientras que el 2,44% otorga una calificación regular. Ninguno de los encuestados considera que los contenidos del programa son de mala calidad.

9.- Califíquese los desenlaces del programa “Políticamente Correcto”:

Tabla 10. Calificación de los desenlaces del programa "Políticamente Correcto"

PREGUNTA 9	N° Respuestas	Porcentaje
Excelente	3	3,66%
Buena	51	62,20%
Regular	21	25,61%
Mala	7	8,54%
TOTAL	82	100%

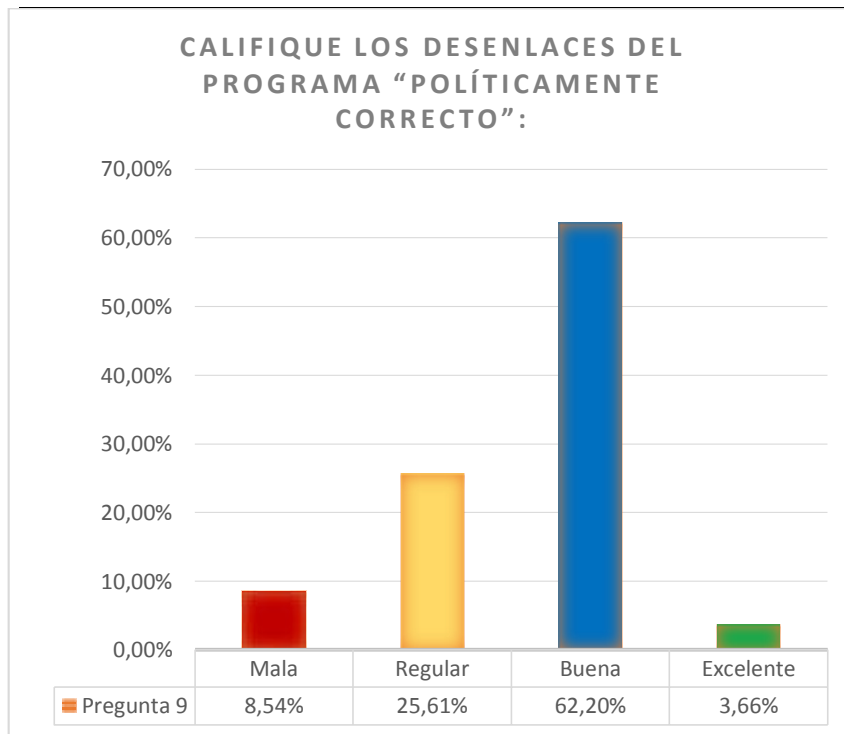


Figura 9. Resultados de la calificación de los desenlaces del programa "Políticamente Correcto"

Análisis: El 62,20% de los docentes opina que el programa tiene un buen desenlace, el 4% defiende que el programa tiene un excelente desenlace, un 25,61% considera regular la forma en la que concluye mientras que el 8,54% considera que el programa “Políticamente Correcto” tiene un mal desenlace.

10.- Qué opina usted ¿el programa “Políticamente Correcto” influye en la decisión electoral?

Tabla 11. Opinión sobre la influencia del programa en la decisión electoral

PREGUNTA 10		N° Respuestas	Porcentaje
Influye bastante en temas de decisión electoral.	Opinión General 1	45	54,88%
Influye medianamente. Es decir, las personas lo toman como una fuente de información.	Opinión General 2	31	37,80%
Influye muy poco. Los televidentes rara vez toman el programa como una fuente de información electoral.	Opinión General 3	6	7,32%
TOTAL		82	100%

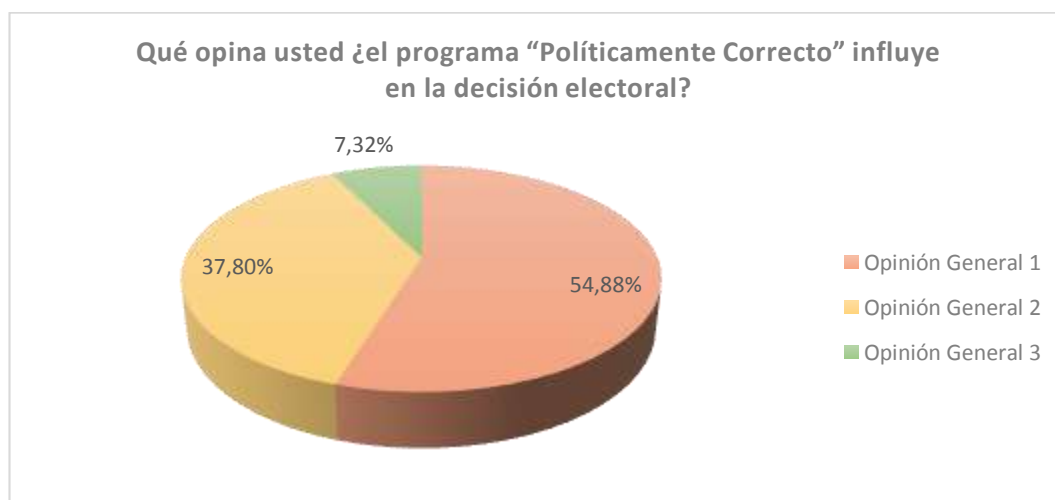


Figura 10. Resultados de la opinión de los docentes sobre influencia del programa en la decisión electoral

Análisis: El 7,32% considera que el programa tiene poca influencia en la decisión electoral. Un 37,80% concuerda que el programa influye medianamente en la opinión de los televidentes acotando que funciona como una fuente de información en las decisiones electorales de los mismos. El 54%,88 de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y

Derecho tienen una opinión general de que el programa tiene una gran influencia en la decisión electoral de los televidentes, lo que demuestra lo planteado en este documento.

3.5.3. Conclusión de las encuestas

Entre los docentes se encontró una apreciación similar del programa “Políticamente Correcto” respecto a la conducción de sus debates, el rasgo de imparcialidad de los presentadores, el contenido del programa, y la calidad del desenlace del mismo.

La mayoría de los encuestados opina que este programa influye en la cultura política de los televidentes, ya sea por la exposición de los candidatos y sus propuestas o por la información que recolectan a través de sus debates, al momento de hacer una decisión electoral. Así mismo, los docentes en su mayoría admitieron que el programa analizado en esta investigación influye en su cultura política.

Por otro lado, tuvieron opiniones divididas respecto a la condición del programa de dar cabida a linchamientos mediáticos. Aunque la mayoría (59%) apoyó la idea de que no podría existir este tipo de problemas dado el manejo del presentador y la supervisión del ente regulador, no superaron por mucho la opinión de una cantidad considerable de docentes (41%) que sugerían que, por su condición política, y dado que no se puede controlar estrictamente la exposición de ideas de los candidatos invitados, estos podrían encontrar formas de arremeter contra la reputación o candidatura de los partidos contrarios.

En cuanto a los temas de decisiones al momento de las elecciones, la mayoría de docentes opina, que estos tipos de programas influyen mucho en la decisión del ecuatoriano, ya que se puede tener una idea de cómo es el candidato, tanto este como diversos programas políticos ayuda a despejar inquietudes que tenemos referente a nuestro país, no solo en la política, sino también en temas de cultura social.

3.5.4. Resultados de la entrevista

Se entrevistó a 2 personajes expertos que trabajan en medios de comunicación y en el ámbito legal y político. Los resultados de la entrevista se muestran en el Anexo III en el siguiente orden:

Entrevista 1: Gustavo Espinoza - Periodista de Teleradio.

Entrevista 2: Luis Alvarado - Redacción Política, Diario El Universo.

El análisis de las preguntas realizadas a los expertos sugiere que dichos personajes poseen una visión bastante convergente en cuanto a su apreciación del contenido del programa “Políticamente Correcto” al igual que sostienen la importancia de la transmisión de este tipo de programas para promover la información y la toma de decisiones electorales de manera consciente.

De la misma manera, señalan que la televisión es un medio fundamental para la promoción política, dado que la prensa escrita ha perdido audiencia por el auge del internet. Por esta razón, los expertos sugieren mayor responsabilidad con la programación del contenido televisivo para que la población aproveche la información y esta constituya parte de su aprendizaje.

A continuación, se detallan los resultados de la entrevista, pregunta por pregunta, a los expertos en comunicación, política y del ámbito legal que amablemente accedieron a participar de esta investigación.

MATRIZ DE RESPUESTAS DE ENTREVISTAS

Tabla 12. Matriz de los expertos entrevistados

PREGUNTAS	ANÁLISIS
El programa “Políticamente Correcto” permite la libre expresión de sus invitados a debatir.	Los entrevistados concuerdan en que el programa “Políticamente Correcto”, a través de sus debates y de la exposición de su punto de vista, permite la libre expresión de sus invitados siempre y cuando no se alejen del tema en discusión. Pues el formato de intervención por cronómetro les permite exponer sus argumentos sin ninguna restricción.
El programa “Políticamente Correcto” da cabida a linchamientos mediáticos.	No, porque la figura de linchamiento mediático implica la divulgación de una información en forma concertada, y este no es el caso. Los expertos opinan que, dada la naturaleza política del programa, los invitados podrían aprovechar para emitir acusaciones en contra de sus adversarios.
¿Qué opina acerca de los debates que se presentan en el programa “Políticamente Correcto”?	Las respuestas de los entrevistados convergen a una buena opinión acerca de los debates que se presentan en el programa, alegando que son necesarios estos contenidos para informar y generar conciencia política en épocas electorales. Además, permiten a la audiencia formar su propia opinión en base a los argumentos que presentan los invitados, y tomar decisiones.
El moderador de “Políticamente Correcto” proyecta una posición imparcial durante el debate.	Los expertos difieren en su opinión respecto a la imparcialidad del moderador. Uno defiende la posición del moderador en su característica de imparcialidad. Por otro lado, un experto indica que pudo notar cierta inclinación ideológica por parte del moderador, pero considera que dicho comportamiento no es recurrente. Aunque no fuese imparcial, el concepto del programa con intervenciones cronometradas disminuye el riesgo de proyectar información parcializada.
El programa “Políticamente Correcto” fomenta una cultura política en sus televidentes.	Todos los expertos están de acuerdo en que el programa “Políticamente Correcto” fomenta una cultura política en los televidentes ecuatorianos que frecuentemente están acostumbrados a otro tipo de contenidos. Además, genera una participación activa de la audiencia y ayuda a crear conciencia política.

<p>Los programas de contenido de orientación política inciden en la decisión electoral de la audiencia.</p>	<p>Los expertos entrevistados sugieren que, por el contenido de estos programas, especialmente en épocas de elecciones, se genera una gran incidencia en la decisión electoral de la audiencia. Por otro lado, los invitados quienes deben preocuparse por presentarse ante la audiencia como quieren ser recordados o vistos.</p>
<p>Los programas televisivos que mantienen un enfoque político, de alguna manera apoyan a un partido político según elección personal.</p>	<p>No debería, pero lamentablemente hay programas que parecieran caer en ese error. Los entrevistados concuerdan en su opinión acerca del sesgo ideológico que podría tener este tipo de programas. Por lo que defienden que el ente regulador debe mantener una supervisión constante para evitar una inclinación hacia cierto partido.</p>
<p>De acuerdo a los resultados de las últimas elecciones del 2017, se considera que existió presión en los medios de comunicación para promover un partido político en especial.</p>	<p>Los entrevistados concuerdan que de manera generalizada existió mayor promoción del partido oficialista en los medios de comunicación del Estado, así mismo en los medios de comunicación privados los programas trataban de hacer énfasis en los partidos de oposición al igual que mostraban propaganda política del partido oficial.</p>

3.5.5. Conclusión de las entrevistas

Como conclusiones de las entrevistas, tenemos que las personas entrevistadas estiman que el establecimiento de espacios políticos dentro de la programación de los medios televisivos contribuye a que los ciudadanos puedan conocer a los candidatos, sus perfiles, sus propuestas y de esta manera puedan reflexionar su voto.

Sin embargo, algunos expertos creen que esto también podría tergiversarse ya que existe la posibilidad de que los canales favorezcan determinadas candidaturas. Agregan también que, para este tipo de programas, se necesitan periodistas especializados en política, puesto que es irresponsable opinar de temas en los que no se tiene conocimiento influyendo de manera incorrecta en los televidentes.

Finalmente, los entrevistados señalan que, para contribuir a una correcta decisión electoral, los programas de tinte político deben ser equitativos, emitiendo información de todos los candidatos tanto de binomios presidenciales como de asambleístas, siendo estos últimos los de menor promoción en estos medios.

CONCLUSIONES

En este trabajo se buscó realizar un análisis de la influencia del programa de debate “Políticamente Correcto” en la cultura política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Para este efecto se ejecutaron técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa, que arrojaron resultados permitiendo vislumbrar y comprender los factores que rodean este tema.

Se concluye que la inclusión de espacios políticos como parte de la programación de los canales de televisión favorece a la formación política de los ciudadanos en el sentido de que estos puedan conocer a los diferentes partidos políticos que existen, sus candidatos, sus propuestas y planes de ejecución para que de esta manera puedan ejercer un voto reflexivo.

También se puede concluir que el programa “Políticamente Correcto” influye en la cultura política no solo de los docentes que forman parte de la población de interés sino que, según la opinión de los expertos que participaron en este estudio, influye también en los televidentes en general, ya que en estos debates se exponen los candidatos y sus propuestas; y debido a la información que recolectan a través de la atención a estos debates, pueden hacer una mejor decisión electoral, al momento de ejercer su voto.

Debido a lo anteriormente señalado, se comprueba el cumplimiento de la hipótesis sobre la caracterización del contenido del programa “Políticamente Correcto” que promueve el análisis de la influencia que este ejerce sobre la formación política de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones, se recomienda promover este tipo de programas de información política, puesto que es necesario crear consciencia del acontecer nacional en los ciudadanos de manera que estos se involucren en las decisiones y en la elección de quienes van a representar a toda una nación.

Cabe resaltar que, por la naturaleza del contenido de los programas de debate político, es preciso que la dirección de estos se encamine hacia la neutralidad, tanto del equipo de producción como del presentador, quien en todo momento debe mostrar una posición imparcial. De esta manera, se evita que existan sesgos en la información que reciben los televidentes.

También se recomienda que los organismos reguladores supervisen sin perjuicio de la libertad de expresión y mantengan lineamientos que impidan la difusión de contenido engañoso, el deterioro de la imagen de los invitados o contendientes y que se exhorte a los invitados a mantener una postura digna y calmada, es decir, que defiendan sus ideas con criterio y sin ataques personales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J. I. (1999). *Convivir con la televisión*. (Paidós, Ed.)
- Alcantara Saez , M., & Cabezas Rincón , L. M. (2013). *Selección de candidatos y elaboración de programas en los partidos políticos Latinoamericanos*. Valencia.
- Álvarez-Gayou, J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. Bogota: Ediciones Paidós.
- Aquiahuatl, E. (2015). *Serie: Metodología de la investigación interdisciplinaria*. Mexico: Ink.
- Araque, & Montero. (2006). *La Responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria Editorial, S. A.
- Asamblea Constitucional. (2013). *Ley Organica de Comunicación*. Obtenido de Registro Oficial n 22: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- Barranco Saiz, F. J. (2003). *Marketing Politico*. Dialnet.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Ediciones Shalom.
- Bello. (1995). *Medios de Comunicacion y Democracia*. Venezuela: Universidad Catolica Andres Bello.
- Benavides Moncada , N. Y. (2013). Trabajo de grado para optar al titulo de Licenciada en Educacion Preescolar. *Influencia de la televisión*. Bogota , Colombia.
- Califano , B. (Julio-Diciembre de 2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, XIX, 61-79.
- Camacho, I. (2010). *La especialización en el periodismo: Formarse para informar*. Sevilla / Zamora : Ediciones y Publicaciones Comunicación Social.
- Caminal. (1996). *Manual de ciencia política*. Madrid: Tecnos. Obtenido de Real Academia de la Lengua Española - rae.es: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Carvajal, J. (2007). Algunas reflexiones sobre la relación entre la política y la tv. En J. Carvajal, *La función Política de la televisión. Tendencias, contenidos y desafíos en el Chile de hoy*. Santiago, Chile: Talleres de Imprenta Salesianos S.A.
- Castañares, W. (1997). *La televisión y sus géneros. ¿Una teoría posible?* UCM.
- Cegarra, J. (2004). *Metodología de la Investigación*. Madrid: Editorial Diaz de Santos.

- Cerezo, M. (1994). *Teorías sobre el medio televisivo y educación: El discurso de la televisión*. Granada: Grupo Imago.
- Chica, J. (2016). *MPR group*. Recuperado el 3 de Mayo de 2017, de <http://mpolitico.com/2017/03/29/como-afrontar-un-debate-politico/>
- Cisneros, J. (Enero-Diciembre de 2006). El debate político como patrimonio público. *Revista Latina de Comunicación Social*, IX(61).
- Conceptos. (2017). *Definición de Docente*. Obtenido de : <http://concepto.de/docente/#ixzz4ilitoGvi>
- CORDICOM. (2017). *El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación*. Obtenido de Normativa: <http://www.cordicom.gob.ec/>
- Cubillo Pinilla, J. M., & Cerviño Fernandez, J. (2007). *Marketing Sectorial*. Recuperado el 3 de Mayo de 2017, de Marketing Politico: www.esic.es
- Díaz, A. B. (2008). *Dirección comercial: los instrumentos del marketing*. San Vicente - Alicante: Editorial Club Universitario.
- Dulzaides, M. (2016). *Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso*. Obtenido de <http://bvs.sld.cu/> Bvs.sld.cu: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_2_04/aci11204.htm.
- Ecuavisa. (30 de Abril de 2017). Politicamente Correcto. *Identificar las urgencias de Pais*. Quito, Ecuador.
- Ekos. (2011). Tv pagada. *Ekos*.
- El Telégrafo. (7 de Noviembre de 2016). Política. *Nuevos programas políticos aparecen en parrilla de TV*.
- España Espinoza David Augusto, A. E. (enero-junio de 2012). *College Students and Democracy in Bogotá: A Case of Political Marketing. (English)*. Recuperado el 28 d de agosto de 2014, de (ebscohost): <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=af0562b5-cd37-4f49-b796-c09e56d22096%40sessionmgr4003&vid=2&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=90040243>
- España Espinoza, D. A., Aya, & Naher, E. (Enero-Junio de 2012). *Collage Students and Democracy in Bogotá: A Case of Political Marketing. (English)*. Recuperado el 3 de Mayo de 2017, de Ebscohost: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=af0562b5-cd37-4f49-b796-c09e56d22096%40sessionmgr4003&vid=2&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=90040243>

- Fernandez, F., & Martinez, J. (1995). *La direccion de produccion para cine y television*. Barcelona: Ediciones Paidos Iberica S. A.
- Fuenzalida, V. (1987). La influencia cultural de la television. *Revista Dialogos de la Comunicacion*(17).
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba : Editorial Brujas.
- GONZALO, S. B. (s.f.). *Biblioteca UCM*.
- Grandío, M. (2007). *Reflexiones sobre el estudio de las audiencias en España. Carencias y retos de futuro*. Sphera Publica.
- Huertas , F. (1994). *Television Y Politica* (Primera ed.). Madrid : Editorial COMPLUTENSE
- INEC. (2011). *Encuesta de Empleo, Subempleo y Desempleo*. Ecuador.
- Juárez Gámiz, J. (2003). Hacia un estudio del marketing político: limitaciones teóricas y metodológicas. *Dialnet*, IX(29).
- Loureiro, M. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados*. España: Ideas Propias, Editorial.
- Mendez, C. (2006). *Metodología, Diseño y Desarrollo del proceso de Investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Bogota: Limusa.
- Namakforoosh, N. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa Noriega Editores.
- Nieto , A., & Iglesias, F. (2000). *La Empresa Informativa* (Segunda ed.). España: Editorial Ariel, S.A .
- Pol Comp. (6 de Noviembre de 2012). Recuperado el 4 de Mayo de 2016, de Blog de WordPress: <https://polcomp12.wordpress.com/>
- PUCP. (2010). Television sus relaciones con el poder. *La mirada de Telemo*(4).
- Pujadas, E. (2016). *La televisión de calidad: Contenidos y debates*. Madrid: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Quijada, M. A. (1994). *La televisión, análisis y práctica de la producción de programas*. México: Trillas.
- RAE. (2017). *Real academica de la Lengua Española*. Obtenido de Concepto de influencia: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=influencia>
- Rojas , V. (Noviembre de 2008). Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil. *Revista Chilena de Pediatría*, 79, 80-85.

- Rosero, S. (2008). *Influencia de programas de televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional de los niños de 4 a 5 años de la Unidad Educativa Bilingüe Genesis en el año lectivo 2007 - 2008*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Ruiz, J. (2012). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ruiz, J. I. (2012). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sampieri, R. (2003). Capítulo I EL proceso de investigación y los enfoques cuantitativos y cualitativo. En C. C. Sampieri Hernández, *Metodología de la Investigación* (págs. 9 - 24). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Sandoval, C. (1996). Módulo IV Investigación Cualitativa. En I. C. Superior, *Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación* (págs. 131 - 171). Bogotá: ARFO Editores e Impresores Ltda.
- Sandoval, C. (2014). Módulo IV Investigación Cualitativa. En I. C. Superior, *Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación* (págs. 131 - 171). Bogotá: ARFO Editores e Impresores Ltda.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO.
- Sojo, C. A. (2000). *La Infografía Periodística*. Caracas - Venezuela : Fondo Editorial de Humanidades y Educación.
- SUPERCOM. (2015). *Marco Jurídico*. Obtenido de Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM): <http://www.supercom.gob.ec/es/marco-juridico/resoluciones/2015>
- SUPERCOM. (2016). *Marco Jurídico*. Obtenido de Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM): <http://www.supercom.gob.ec/es/defiende-tus-derechos/conoce-tu-ley>
- SUPERCOM. (2017). *Superintendencia de la Información y Comunicación* . Obtenido de Conoce tu Ley: <http://www.supercom.gob.ec/es/defiende-tus-derechos/conoce-tu-ley>
- Tomas, J. (2006). *DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS EN TELEVISIÓN*. Obtenido de Campus Digital de la Universidad de Murcia - www.um.es: <https://www.um.es/campusdigital/Tribuna/juantomas4.htm>
- Toro, H. (1998). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Fundación SYPAL-FUNDACITE.
- Vistazo. (19 de Agosto de 2016). Politicamente Correcto. *Vistazo*.

Vistazo. (2016). Políticamente Correcto. *Ecuavisa*. Obtenido de <http://vistazo.com/opinion/opinion-carlos-rojas-araujo/carlos-rojas-araujo/politicamente-correcto>

Yanes Mesa, R. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. *Ámbitos*(16), 355-366.

ANEXOS

ANEXO I: Formato de encuesta



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO FORMATO DE ENCUESTA

OBJETIVO. - Encuesta aplicada a fin de obtener la percepción de los Docentes en cuanto al programa debate “Políticamente Correcto”

PROGRAMA DEBATE “POLÍTICAMENTE CORRECTO”		Si	No		
1.	Usted es televidente del programa “Políticamente Correcto”				
2.	¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” promueve la libre expresión?				
3.	¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” transmite contenidos fiables y fidedignos?				
4.	¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” da cabida a linchamientos mediáticos?				
5.	¿El programa “Políticamente Correcto” influye en su cultura política?				
Las siguientes preguntas deben ser marcadas con una X, con una escala del 1 al 4, siendo el 1 el valor menor hasta el 4 el valor máximo de esta escala.		1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Excelente
6.	Como califica los debates que se presentan en el programa “Políticamente Correcto”:				
7.	Cómo califica a los presentadores del “Políticamente Correcto” en cuanto a su posición durante el debate:				
8.	Califique los contenidos del programa “Políticamente Correcto”:				
9.	Califique los desenlaces del programa “Políticamente Correcto”:				

10. Qué opina usted ¿el programa “Políticamente Correcto” influye en la decisión electoral?

ANEXO II: Formato de entrevista



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO FORMATO DE ENTREVISTA

OBJETIVO. - Entrevista aplicada a fin de obtener las opiniones de los profesionales del medio comunicativo, en cuanto al programa debate “Políticamente Correcto”.

La presente entrevista, se realiza con fines educativos previo a la obtención del Grado de Periodista, para esta investigación es de vital importancia conocer su criterio acerca del manejo del contenido del programa “Políticamente Correcto”. Por lo tanto, a continuación, se plantean las siguientes interrogantes:

1. ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” permite la libre expresión de sus invitados a debatir?

2. De acuerdo a su experiencia en los medios comunicativos ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” da cabida a linchamientos mediáticos?

3. ¿Qué opina acerca de los debates que se presentan en el programa “Políticamente Correcto”?

4. Considera usted ¿Qué el moderador de “Políticamente Correcto” proyecta una posición imparcial durante el debate?

5. De acuerdo a su experiencia ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” fomenta una cultura política en sus televidentes?

6. En relación a su experiencia en los medios comunicativos ¿Considera que los programas de contenido de orientación política, inciden en la decisión electoral de la audiencia?

7. Considera usted ¿Qué los programas televisivos que mantienen un enfoque político, de alguna manera apoya a un partido político según elección personal?

8. De acuerdo a los resultados de las últimas elecciones del 2017 ¿Considera usted que existió presión en los medios de comunicación para promover un partido político en especial?

ANEXO III: Transcripción de las entrevistas

ENTREVISTA N° 1

Nombre del Entrevistado: Gustavo Espinoza

1. ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” permite la libre expresión de sus invitados a debatir?

Considero que el programa “Políticamente Correcto” sí permite libertad de expresión a los candidatos convocados para debatir.

2. De acuerdo a su experiencia en los medios comunicativos ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” da cabida a linchamientos mediáticos?

Sí. Este tipo de programas con contenido político permite que al momento de expresar sus ideas, los candidatos invitados puedan arremeter contra la reputación de sus oponentes.

3. ¿Qué opina acerca de los debates que se presentan en el programa “Políticamente Correcto”?

Tengo una buena opinión acerca de los debates que se presentan en el programa, considero también que estos programas son necesarios para informar y generar conciencia política en épocas electorales.

4. Considera usted ¿Qué el moderador de “Políticamente Correcto” proyecta una posición imparcial durante el debate?

Sí. Creo que la posición del moderador es de carácter imparcial frente a la posición de los invitados.

5. De acuerdo a su experiencia ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” fomenta una cultura política en sus televidentes?

Sí. Considero que este tipo de programas en particular, mejora la cultura política y ayuda a que los televidentes sean responsables con las opiniones que emiten y difunden especialmente en redes sociales.

6. En relación a su experiencia en los medios comunicativos ¿Considera que los programas de contenido de orientación política, inciden en la decisión electoral de la audiencia?

Considero que la finalidad de los programas de índole político es proporcionar todo tipo de información referente a los candidatos para que esto influya correctamente en la audiencia y algunas veces de acuerdo a sus intereses.

7. Considera usted ¿Qué los programas televisivos que mantienen un enfoque político, de alguna manera apoya a un partido político según elección personal?

Considero que existen programas de televisión que en épocas de elecciones mantienen una inclinación hacia ciertos candidatos por lo que considero también necesario una posición firme del ente encargado de supervisar este tipo de contenidos.

8. De acuerdo a los resultados de las últimas elecciones del 2017 ¿Considera usted que existió presión en los medios de comunicación para promover un partido político en especial?

Sí. Se observó de manera generalizada que existió una mayor promoción del partido oficialista en los medios de comunicación del Estado que en otros medios de comunicación por lo que se podría evidenciar la presión en estos.

ENTREVISTA N° 2

Nombre del Entrevistado: Luis Alvarado

1. ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” permite la libre expresión de sus invitados a debatir?

Sí, porque el formato de intervención por cronómetro les permite exponer sus argumentos sin ninguna restricción, es decir que les da el mismo tiempo y espacio a los invitados para que puedan plasmar sus propuestas y proyectos, esto hace que libre expresión se garantice en cada programa.

2. De acuerdo a su experiencia en los medios comunicativos ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” da cabida a linchamientos mediáticos?

No, porque la figura de linchamiento mediático implica la divulgación de una información en forma concertada, y este no es el caso. Además, el programa en este caso se preocupa porque todos los involucrados estén en el set y expongan sus opiniones.

3. ¿Qué opina acerca de los debates que se presentan en el programa “Políticamente Correcto”?

Considero que son enriquecedores, y permiten a la audiencia formar su propia opinión en base a los argumentos que presentan los invitados, esto permite que las personas que ven el programa puedan tomar sus propias decisiones y además despagar alguna duda sobre algún tema en particular.

4. Considera usted ¿Qué el moderador de “Políticamente Correcto” proyecta una posición imparcial durante el debate?

Aunque no fuese imparcial, el concepto del programa con intervenciones cronometradas disminuye el riesgo de proyectar información parcializada.

5. De acuerdo a su experiencia ¿Considera que el programa “Políticamente Correcto” fomenta una cultura política en sus televidentes?

Sí, porque al presentar un tema de coyuntura con los personajes involucrados, para tratar los intereses nacionales, genera una participación activa de la audiencia y ayuda a crear conciencia política.

6. En relación con su experiencia en los medios comunicativos ¿Considera que los programas de contenido de orientación política inciden en la decisión electoral de la audiencia?

Sí, ya sea para bien o para mal, siempre que el programa procure mantenerse al margen de la parcialidad, porque al final son los invitados quienes deben preocuparse por presentarse ante la audiencia como quieren ser recordados o vistos.

7. Considera usted ¿Qué los programas televisivos que mantienen un enfoque político, de alguna manera apoya a un partido político según elección personal?

No debería, pero lamentablemente hay programas que parecieran caer en ese error. De hecho, en esta última década quedó evidenciado como algunos medios estaban a los pies del poder político.

8. De acuerdo con los resultados de las últimas elecciones del 2017 ¿Considera usted que existió presión en los medios de comunicación para promover un partido político en especial?

Sí, los medios públicos y estatales a favor del Gobierno, y algún medio privado en beneficio de algún opositor. La línea política de los últimos diez años generó de cierto modo esta situación.