



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
LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA:

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA POLÍTICA DEL PROGRAMA DE ENTREVISTAS DE ECUAVISA, CONTACTO DIRECTO, EN LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LA ULVR

AUTORAS:

MARÍA VICTORIA GARZÓN GARCÍA
STEFANY GABRIELA UTRERAS FARÍAS

TUTOR:

MSC. LCDA. DIANA ALMEIDA AGUILERA

GUAYAQUIL – ECUADOR

2018



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

Análisis de la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo, en los estudiantes de periodismo de la ULVR

AUTOR/ES:

María Victoria Garzón García
Stefany Gabriela Utreras Farías

REVISORES:

Msc. Lcda. Diana Almeida Aguilera

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Grado obtenido:

Licenciada en Periodismo

FACULTAD:

Ciencias Sociales y Derecho

CARRERA:

Periodismo

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2018

N. DE PAGS: 118

ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información

PALABRAS CLAVE:

Periodismo, medios, comunicación, social, jóvenes, opinión

RESUMEN:

El presente documento expone un análisis de la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo, en los estudiantes de periodismo de la ULVR, sobre lo cual se argumenta con la literatura adecuada para fundamentar los preceptos teóricos, que abordan el papel que desempeñan los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública y cuáles son los intereses a los que esto responden. Sobre ello, se presentó el enfoque de los medios públicos y privados, en referencia a que ambos responden a intereses propios, los primeros a intereses económicos y políticos, y los segundos a intereses de cálculos electorales y manipulación social para la aceptación política; por lo que se estima que los principios periodísticos actualmente se encuentran en crisis. La metodología de investigación tiene un enfoque cualitativo – cuantitativo, con el objetivo de entender y analizar la influencia del programa periodístico en los jóvenes de la carrera de Periodismo, y

con ello sus motivaciones a tomarlo o desecharlo como una fuente confiable o no de información, lo que incide en su criterio, opinión política y percepción de la realidad nacional. Los resultados obtenidos se han fundamentado sobre el criterio y opinión de los encuestados y entrevistados, lo cual fue contrastado en base a ocho interrogantes planteadas para la encuesta y cinco para la entrevista a dos profesionales reconocidos. La conclusión plantea que los medios de comunicación tienen gran responsabilidad social, por lo que deben elevar los principios de objetividad e imparcialidad en la veracidad informativa.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: María Victoria Garzón García Stefany Gabriela Utreras Farías	Teléfono: 0990656693 0959121820	E-mail: mariavictoria_grz@hotmail.com stefanygabriela19@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	ABG. MARCO ORAMAS SALCEDO MG. DECANO CARRERA DE PERIODISMO Teléfono: 2596500 EXT. 201 E-mail: moramas@ulvr.edu.ec MGS. LCDO. FEDERICO GUILLERMO V. DIRECTOR DE CARRERA DE PERIODISMO Teléfono: 2596500 EXT. 251 E-mail: fvarasc@ulvr.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías, declaran bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y se responsabilizan con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de realizar: **Análisis de la influencia del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo, en los estudiantes de periodismo de la ULVR.**

Autoras:



C.C. 092956645-3



C.C. 093068850-2

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación: **ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL PROGRAMA DE ENTREVISTAS DE ECUAVISA, CONTACTO DIRECTO, EN LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LA ULVR**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración, de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: *ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL PROGRAMA DE ENTREVISTAS DE ECUAVISA, CONTACTO DIRECTO, EN LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LA ULVR*, presentado por las estudiantes María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de LICENCIADA EN PERIODISMO, encontrándose apta para su sustentación

Tutor:



C.C. 092123396-1

Urkund Analysis Result

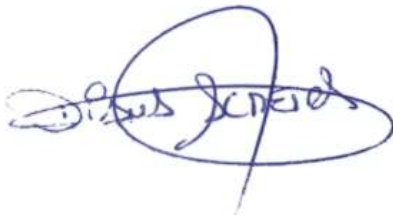
Analysed Document: GARZON-UTRERAS FINAL 07-09-2018.docx (D41260008)
Submitted: 9/7/2018 6:46:00 PM
Submitted By: dalmeidaa@ulvr.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

ANDREA LISSETH VERA BAJAÑA.docx (D40028529)
Trabajo de titulacion FACSO UG STEFANI SALTOS CARRANZA .docx (D26825137)
TRABAJO DE TITULACION.docx (D11451180)
INFORME FINAL....AVILES CONTRERAS....doc (D23918157)
Tesis final corregida Apa.docx (D18564490)
<https://www.alainet.org/es/file/13436/download?token=bmjvTtmS>

Instances where selected sources appear:

14



AGRADECIMIENTO

Nos gustaría aprovechar estas líneas para agradecer principalmente a Dios, por guiarnos y darnos la sabiduría necesaria para poder culminar este proceso.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos llegado hasta aquí y nos hemos convertido en lo que somos.

A nuestros hermanos(as) y amigos(as) por estar siempre presentes y por el apoyo moral que nos brindaron a lo largo de esta etapa.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, ya que ha sido una gran fuente de inspiración y de constante aprendizaje, y cuyos conocimientos hemos podido aplicar en nuestras vidas y trabajos.

A nuestra tutora, Msc. Diana Almeida, por su gran apoyo, paciencia y motivación para la elaboración y culminación de esta tesis en calidad de tutora.

Al Msc. Federico Varas, por su apoyo y enseñanza de la asignatura metodología de la investigación en aulas de clases la misma que nos sirvió mucho para este proyecto.

Al Msc. Washington Villavicencio, al Msc. Efraín Luna, al Msc. José Luis Ferez, al Msc. Johnny Alvarado, a la Msc. Hortencia Carranza y todos nuestros profesores por apoyarnos en su momento como amigos y docentes.

Y a todas las personas que influyeron positivamente en este proceso. ¡Gracias!

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedicamos a Dios, por haber guiado nuestros pasos a lo largo de nuestras vidas, dándonos la sabiduría y las herramientas necesarias para superar los obstáculos y alcanzar nuestros objetivos.

A nuestras familias, quienes han sido nuestro soporte en aquellos momentos difíciles, por todos los consejos dados, por la comprensión, amor, cariño, apoyo y estabilidad.

También agradecemos a nuestros queridos profesores y compañeros porque jamás faltó una palabra de apoyo o complicidad y porque nos permitieron entrar a sus vidas.

ÍNDICE GENERAL

TEMA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN	v
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1.1. Tema	3
1.2. Planteamiento de problema	3
1.4. Formulación del problema	6
1.5. Sistematización del problema	6
1.6. Objetivos de la investigación	7
1.6.1. Objetivo general.....	7
1.6.2. Objetivos específicos	7
1.7. Justificación de la investigación	8
1.8. Delimitación del tema de investigación	10
1.9. Idea a defender	10
CAPÍTULO II	11

2. Marco teórico.....	11
2.1. Marco teórico referencial.....	11
2.2. Fundamentación teórica	14
2.2.1. Objetividad y profesionalismo periodístico	16
2.2.1.1. Importancia de la objetividad en el periodismo	17
2.2.1.1.1. Principio de la objetividad.....	19
2.2.2. Debate entre partidismo y profesionalismo periodístico	21
2.2.2.1. Contraste con modelo de periodismo neoliberal	23
2.2.2.2. Periodismo partidista y estándares éticos.....	25
2.2.2.3. Periodismo profesional	26
2.2.3. Cultura del periodismo	27
2.2.3.1. Libertad de expresión como principio periodístico.....	29
2.2.3.2. Medios de comunicación y democracia	32
2.2.4. Medios de comunicación: Sexto Poder.....	35
2.2.4.1. Opinión pública y esfera pública.....	37
2.2.4.2. Medios de comunicación: Representante – Defensor	39
2.2.4.3. La voz de los televidentes	40
2.2.5. Medios de comunicación: desarrollo de la democracia e influencia política	42
2.2.5.1. Sociedad civil y participación	43
2.2.5.2. Democracia, sistema de medios y ciudadanos informados	46
2.3. Marco legal.....	47
2.3.1. Ley Orgánica de Comunicación	47
2.3.1.1. Ámbito y objetivo	48
2.3.1.2. Relevancia pública, interés general.....	48

2.3.1.3. Normas deontológicas.....	49
2.3.1.4. Responsabilidad periodística.....	51
2.4. Marco conceptual	52
2.4.1. Medios de comunicación	52
2.4.2. Periodismo	53
2.4.3. Entrevista	53
2.4.4. Opinión	53
2.4.5. Programa de opinión.....	54
2.4.6. Influencia política	54
2.4.7. Objetividad periodística.....	54
2.4.8. Sesgo mediático	55
CAPÍTULO III.....	56
3. Marco metodológico.....	56
3.1. Metodología.....	56
3.2. Tipo de Investigación	56
3.3. Enfoque de la investigación	57
3.4. Técnicas de investigación	58
3.5. Población y muestra	59
3.6. Procesamiento de datos de encuesta	60
3.6.9. Edad de los participantes	69
3.6.10. Sexo de los participantes	70
3.6.1. Análisis de los resultados.....	71
3.7. Entrevista a profesionales.....	73

3.7.1. Entrevista a Profesor de Estrategias de Comunicación Política y Económica	73
3.7.2. Entrevista a Exgobernados del Azuay, Coordinador Político	75
3.8. Análisis: Interpretación de la objetividad.....	76
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia de seguimiento de noticias políticas	5
Tabla 2. Principios del profesionalismo periodístico	22
Tabla 3. Libertad de expresión, prensa e información	30
Tabla 4. Datos estadísticos	59
Tabla 5. Descripción de población y muestra	59
Tabla 6. Datos de veracidad y confiabilidad de medios de comunicación	61
Tabla 7. Datos sobre fuente de aprendizaje de temas políticos.....	62
Tabla 8. Datos de frecuencia sobre información de temas políticos.....	63
Tabla 9. Datos de afinidad al programa de entrevistas Contacto Directo	64
Tabla 10. Datos de frecuencia televisiva del programa Contacto Directo	65
Tabla 11. Datos de influencia Contacto Directo en la opinión pública.....	66
Tabla 12. Datos de calificación del programa Contacto Directo	67
Tabla 13. Datos de aspectos destacables del programa Contacto Directo	68
Tabla 14. Datos de edad de los participantes de la encuesta.....	69
Tabla 15. Datos del sexo de los participantes de la encuesta	70
Tabla 16. Resultados de la encuesta.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Acceso a la información por medios de comunicación.	5
Figura 2. El papel del periodismo	15
Figura 3. Objetividad del periodismo	18
Figura 4. Principio de objetividad en la comunicación.....	20
Figura 5. Veracidad y confiabilidad de la información	61
Figura 6. Conocimiento de temas políticos.....	62
Figura 7. Frecuencia de información sobre temas políticos.....	63
Figura 8. Afinidad al programa de entrevistas Contacto Directo	64
Figura 9. Frecuencia televisiva del programa Contacto Directo.....	65
Figura 10. Influencia del programa Contacto Directo	66
Figura 11. Calificación del programa Contacto Directo	67
Figura 12. Aspectos destacables del programa Contacto Directo.....	68
Figura 13. Edad de los participantes de la encuesta.....	69
Figura 14. Sexo de los participantes de la encuesta	70

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Carta de autorización para encuesta	91
Anexo B. Encuesta.....	92
Anexo C. Entrevista.....	94
Anexo D. Ejemplo de encuesta realizada	95
Anexo E. Ejemplo de encuesta realizada.....	96
Anexo F. Ejemplo de encuesta realizada.....	97
Anexo G. Realización de encuesta a estudiantes.....	98
Anexo H. Realización de encuesta a estudiantes.....	98
Anexo I. Realización de encuesta a estudiantes	99
Anexo J. Realización de encuesta a estudiantes.....	99
Anexo K. Realización de encuesta a estudiantes.....	100
Anexo L. Realización de encuesta a estudiantes	100
Anexo M. Entrevista al Msc. Felix Pilco del Salto.....	101
Anexo N. Entrevista Arq. Humberto Cordero	101

RESUMEN

El presente documento expone un análisis de la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo, en los estudiantes de periodismo de la ULVR, sobre lo cual se argumenta con la literatura adecuada para fundamentar los preceptos teóricos, que abordan el papel que desempeñan los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública y cuáles son los intereses a los que esto responden. Sobre ello, se presentó el enfoque de los medios públicos y privados, en referencia a que ambos responden a intereses propios, los primeros a intereses económicos y políticos, y los segundos a intereses de cálculos electorales y manipulación social para la aceptación política; por lo que se estima que los principios periodísticos actualmente se encuentran en crisis. La metodología de investigación tiene un enfoque cualitativo – cuantitativo, con el objetivo de entender y analizar la influencia del programa periodístico en los jóvenes de la carrera de Periodismo, y con ello sus motivaciones a tomarlo o desecharlo como una fuente confiable o no de información, lo que incide en su criterio, opinión política y percepción de la realidad nacional. Los resultados obtenidos se han fundamentado sobre el criterio y opinión de los encuestados y entrevistados, lo cual fue contrastado en base a ocho interrogantes planteadas para la encuesta y cinco para la entrevista a dos profesionales reconocidos. La conclusión plantea que los medios de comunicación tienen gran responsabilidad social, por lo que deben elevar los principios de objetividad e imparcialidad en la veracidad informativa.

Palabras clave: Periodismo, medios, comunicación, social, jóvenes, opinión.

ABSTRACT

This document presents an analysis of the political influence of the Ecuavisa interview program, Direct Contact, on the students of journalism of the ULVR, on which it is argued with the adequate literature to support the theoretical precepts, which address the role they play. the media in the construction of public opinion and what are the interests to which this responds. On this, the approach of public and private media was presented, in reference to the fact that both respond to their own interests, the former to economic and political interests, and the latter to the interests of electoral calculations and social manipulation for political acceptance; so it is estimated that journalistic principles are currently in crisis. The research methodology has a qualitative - quantitative approach, with the aim of understanding and analyzing the influence of the journalistic program on young people in the career of Journalism, and with it their motivations to take it or dismiss it as a reliable source or not of information, what affects its criteria, political opinion and perception of the national reality. The results obtained have been based on the criteria and opinion of the respondents and interviewees, which was contrasted based on eight questions raised for the survey and five for the interview of two recognized professionals. The conclusion states that the media have great social responsibility, so they must raise the principles of objectivity and impartiality in the veracity of information.

Keywords: Journalism, media, communication, social, young people, opinion.

INTRODUCCIÓN

El papel de los medios de comunicación como un elemento fundamental de la influencia política de masas ha generado un amplio debate, especialmente sobre el proceso de toma de decisiones de los ciudadanos basado en la recolección de información que es presentada en los programas de entrevistas, con un tinte de inducción política hacia determinados grupos o partidos políticos. Por ello, el consumo de programas de entrevistas donde se emiten criterios y opiniones sobre temas políticos, económicos y sociales, pretenden influenciar a la sociedad en conjunto, especialmente a los más jóvenes, quienes aun no han formado criterios personales sobre uno u otro tema de interés general.

Siendo así, los estudiantes universitarios se centran en uno de los espacios más vulnerables para la manipulación de sus opiniones en base de los argumentos presentados en programas de noticias y enfoques políticos. En general se argumenta que los medios de comunicación no sirven bien al público, porque no proporcionan información política diversa y bien equilibrada; esto podría ser cierto para los medios orientados al entretenimiento, como la mayoría de la televisión y la prensa sensacionalista, pero, en noticieros nacionales hay amplia información política disponible en todos los canales de televisión, cada uno con una opinión diversa, según el agente o representante del medio de comunicación.

Según estos argumentos introductorios, se presenta el cuestionamientos sobre cuál es el papel desempeñado por los medios de comunicación y principalmente por los medios de comunicación en el proceso anterior, y cómo interactúan con el gobierno y el público,

especialmente en programas de opinión pública, como Contacto Directo, donde los ciudadanos son bombardeados por presentaciones y opiniones con una clara tendencia política. Motivo por el que, se evidencia que los agentes periodísticos que interactúan a través de los medios de comunicación, desempeñando un papel creciente en la política moderna, especialmente influenciando en la opinión de los estudiantes, particularmente en la carrera de periodismo de la ULVR. Puesto que, los medios de comunicación contemporáneos funcionan como una rama intermediaria vital, pero no oficial, del gobierno o de la oposición, sin embargo, la naturaleza de ese papel está cambiando de manera incierta, sobre la transformación del proceso democrático en la sociedad ecuatoriana. Por ello, a continuación se describe el contenido de la presente investigación.

Capítulo I, Describe el planteamiento del problema que precede al análisis de la influencia que ejerce el programa de entrevistas, Contacto Directo, sobre los alumnos de la carrera de Periodismo de la ULVR, a través de un diseño de la investigación que plantea los objetivos del estudio, la justificación, delimitación e idea a defender.

Capítulo II, Presenta el marco teórico, con la exposición de estudios referenciales que aportan argumentos a la investigación y una fundamentación teórica para valorar los referentes literarios sobre la influencia de los programas de televisión y su aporte en la construcción de la opinión pública.

Capítulo III, Expone la metodología de investigación para desarrollar un estudio a través de encuestas y entrevistas que permitan determinar la influencia del programa de entrevistas, identificar e interpretar su objetividad e imparcialidad sobre la construcción de la opinión pública y sus efectos sociales.

CAPÍTULO I

1.1. Tema

Análisis de la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo, en los estudiantes de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

1.2. Planteamiento de problema

La información en todos los niveles se ha transformado, atravesando grandes cambios de paradigmas; la aparición de la escritura, un diario, o un mensaje por cualquier red social, demuestra cómo ha cambiado la forma de la expresión y opinión sobre un determinado tema. La inmediatez del momento y la mayor difusión posible hace referencia a un modelo social que empieza a mirar más allá del entorno que rodea a la sociedad.

En la actualidad, los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en el desarrollo e inducción de la opinión pública, ya que se estima que el promedio de expectación de la televisión específicamente, se determina en aproximadamente 4 horas al día (Llorens, 2015). Los medios de comunicación, tratan a menudo de influenciar las actitudes del receptor como un escalón para influenciar sus pensamientos, y de ello, se estima que millones de dólares están siendo gastados cada año para tratar de convencer al público o de cambiar opiniones o criterios sobre los actores políticos en general.

Es rara la vez en que un canal o programa de televisión llega a ser neutro y objetivo con la información; definiendo que los medios de comunicación tienen un gran poder en las decisiones que la gente pueda tomar, se expone un claro ejemplo de las elecciones políticas, donde la prensa en general, y la televisión en particular, presentan un gran poder de persuasión y convencimiento sobre un determinado candidato, partido o movimiento político. En Ecuador existe una elevada concentración de propiedad de los medios en un reducido número de propietarios que operan desde distintas regiones, fenómeno que restringe tanto la libertad de expresión como el derecho a la información y afecta a la democracia (Noguera, 2016).

Como en toda América Latina, dicho fenómeno está vinculado a la sacralización del libre mercado y a la falta de intervención del Estado o en su defecto, la intervención estatal a favor de los medios privados, y si bien la Constitución de 1998 impedía el acaparamiento de frecuencias por parte de cualquier ente ya sea estatal o privado, sus disposiciones nunca fueron cumplidas y la concentración de medios periodísticos se constituyó en un verdadero monopolio de opinión.

No obstante, el debate está abierto sobre la influencia política que pueden tener los noticieros en la población y particularmente sobre los estudiantes universitarios ya que, una de las grandes problemáticas que ha llamado la atención es el desinterés y la indiferencia manifestadas por parte de los jóvenes hacia la participación política.

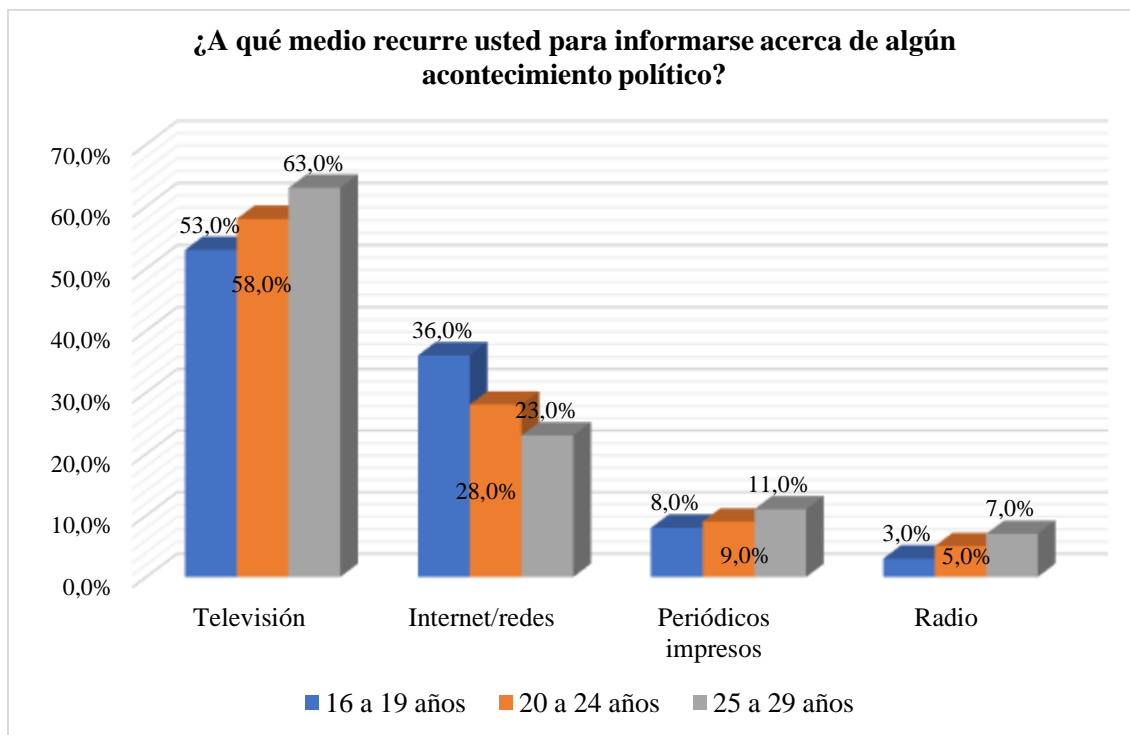


Figura 1. Acceso a la información por medios de comunicación.

Fuente: (Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión, 2017)

En la figura 1 queda demostrado en los datos estadísticos sobre la recurrencia de los jóvenes para acceder a la información sobre los acontecimientos políticos y de participación política en el Ecuador del año 2016, en la cual se registró que el 63,4% de los jóvenes recurre a la televisión, y además, confiesa tener poco o nada interés por la política, dejando un espacio para la inducción y la influencia de los medios sobre ellos.

Tabla 1. Frecuencia de seguimiento de noticias políticas

¿Cuán a menudo sigue las noticias políticas en TV, radio, prensa?

<i>Total</i>	Sexo		Edad			
	Masculino	Femenino	16 a 19	20 a 24	25 a 29	
<i>Todos los días</i>	37,40%	34,90%	39,90%	29,60%	40,30%	42,20%
<i>3 a 6 veces por semana</i>	18,70%	21,00%	16,30%	19,10%	19,10%	17,70%

Fuente: (Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión, 2017)

La frecuencia de seguimiento de las noticias políticas presenta índices de interés menores al 50%, con lo que se establece que los medios de comunicación tienen gran incidencia en la constante presentación de información parcializada hacia los más diversos actores políticos, convirtiendo al periodismo y los medios de comunicación en verdaderas fuentes de mercantilismo de la opinión pública.

Siendo así, con la finalidad de crear una postura política es necesaria la búsqueda de información imparcial, algo que resulta complicado de obtener en los medios actuales debido a los intereses creados por los dueños de dichos medios y esto se verá reflejado en la difusión de sus contenidos; por lo tanto, lo recomendable es recopilar información de varias fuentes, para definir el problema de la falta de criterio en los jóvenes y la influencia que se ejerce a través de los medios de comunicación, específicamente para ésta investigación, sobre las causas y efectos que se derivan del programa Contacto Directo.

1.4. Formulación del problema

¿El programa de entrevistas, Contacto Directo de Ecuavisa, influye en el pensamiento político de los estudiantes (entre 18 y 24 años de edad) de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte?

1.5. Sistematización del problema

De acuerdo a la identificación del problema principal que lleva a realizar esta investigación se suman tres grandes interrogantes que nos ayudarán a entender y determinar nuestros objetivos generales y específicos de una manera más clara y precisa:

- ¿Cuáles son los efectos sociales de la televisión en las audiencias jóvenes?
- ¿Cuán a menudo siguen los jóvenes las noticias políticas a través de la televisión?
- ¿Qué tan importante es para el electorado universitario la imagen individual que proyectan los actores políticos en la televisión al momento de evaluar sus opciones de voto?

1.6. Objetivos de la investigación

1.6.1. Objetivo general

Analizar la influencia que ejerce el programa de entrevistas “Contacto Directo” de Ecuavisa, en el pensamiento político de los estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte en la ciudad de Guayaquil.

1.6.2. Objetivos específicos

- Valorar los referentes teóricos sobre la influencia de los programas de televisión y su aporte en la construcción de la opinión política pública.
- Determinar la influencia del programa de entrevistas Contacto Directo de Ecuavisa en los estudiantes de la carrera de Periodismo de la ULVR.

- Identificar las causas que propician la influencia de los medios de comunicación en los estudiantes de periodismo de la ULVR.
- Interpretar la objetividad de los programas de entrevistas relacionados con la política y sus efectos sociales.

1.7. Justificación de la investigación

El presente documento se enfoca sobre la conducción periodística del programa de entrevistas Contacto Directo, con la finalidad de analizar la influencia que ejerce sobre los jóvenes universitarios de la ULVR, específicamente en la carrera de periodismo, y con ello justificar su comportamiento electoral y opinión política general. Los argumentos que han patrocinado la realización de esta investigación, se han fundamentado en el planteamiento del problema sobre la base de la generalidad del interés presentado por los jóvenes en temas de la política nacional, puesto que es de gran importancia, debido a los índices de participación que presentan a la hora de decidir un mandatario o un cargo de elección popular.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el 21% de la población nacional la constituyen los jóvenes, es decir, 3,043,513 personas, que tienen edades comprendidas entre los 18 y 29 años; por tal razón, en la Constitución del 2008 en Ecuador se amplió la facultad de votar a nuevos sujetos políticos entre ellos los jóvenes entre dieciséis y dieciocho años de edad, convirtiéndose en una verdadera ampliación de los derechos políticos expresados a través del voto.

Esto se ha podido visualizar en la revisión legislativa para los nuevos derechos que se les ha otorgado, pero dejando abierta la opción de vulnerabilidad e inestabilidad política, dada la baja formación de criterio en dicha edad y la situación de exposición a ideas externas tomadas de medios de comunicación con tendencias y cálculos electorales y políticos.

El voto facultativo para personas entre dieciséis y dieciocho años no es una innovación de la Constitución ecuatoriana, ya que en algunos países de la región también ha sido incluido dentro de los textos constitucionales y de derechos electorales. El primer país en el mundo en introducir la ampliación del voto para los jóvenes fue Brasil en 1988, seguido de otros países de América Latina como Argentina, Nicaragua, México, que lo han implantado en sus respectivas constituciones, lo que hace mucho más significativo el estudio de este segmento de la población para el enfoque nacional y su análisis como elemento de aporte en la objetividad que debe representar el periodismo en base a sus principios literarios.

Con lo expuesto, se determina que el presente trabajo de investigación se llevará a cabo mediante encuestas a estudiantes de entre 18 y 24 años de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte ubicada en la avenida de las Américas en la ciudad de Guayaquil, las cuáles serán contestadas por alumnos la carrera de periodismo, como parte esencial para la recolección de la información y análisis de la investigación.

1.8. Delimitación del tema de investigación

La investigación está dirigida a jóvenes universitarios en edades comprendidas entre 18 y 24 años de edad que estudian en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte en la carrera de periodismo, con el propósito de medir que tan decisiva es la influencia política en dicho sector de la sociedad.

1.9. Idea a defender

El programa de entrevistas Contacto Directo, ejerce una influencia directa en el comportamiento político – electoral de los jóvenes comprendidos entre 18 y 24 años de edad en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte en la carrera de periodismo, en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Marco teórico referencial

El papel que desempeñan los medios de comunicación y los periodistas en general, tienen como principio el proporcionar al público información pertinente, diversa, pluralista y cuidadosamente investigada (Caballero, 2015). Además, los medios de comunicación tienen la obligación moral y legal de colocar la información pertinente en un contexto más amplio, dentro de diversas perspectivas, y proporcionar comentarios sobre sus características y garantías de la fuente (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

En este sentido, los medios de comunicación desempeñan un papel vital en el funcionamiento de las sociedades democráticas, ya que informan sustancialmente a los ciudadanos sobre la política, sin embargo, los medios de comunicación especialmente los medios de propiedad privada, también son instituciones impulsadas por la economía y deben comportarse de manera racional desde el punto de vista económico.

Estas dos tareas conflictivas, actualmente están contribuyendo al funcionamiento de la democracia y siendo comercialmente exitosas, ya que desafían a las compañías de medios a encontrar un equilibrio entre el interés público y su propio interés financiero, razón por lo que, están de manera inextricable unidas entre sí; y sólo las empresas financieramente fuertes tienen los recursos para actuar con independencia y ofrecer una amplia gama de

información. Por tal motivo, a continuación se exponen tres investigaciones científicas referenciales sobre la temática expuesta para el desarrollo del presente documento:

En la investigación referencial presentada por María Gabriela Falconí, de la Universidad San Francisco de Quito, titulada: Influencia del uso cotidiano de medios de comunicación por parte del Presidente Rafael Correa en su imagen y popularidad entre los estudiantes de 18 a 25 años de la Universidad San Francisco de Quito, expone la divergencia que existe entre los intereses de los medios de comunicación públicos que son utilizados por políticos para fines propagandísticos gubernamentales y los medios de comunicación privados que generalmente responden a intereses del poder del capital, por lo que el mensaje que llevan hacia el público está sesgado en base a la inducción de la información hacia uno u otro sector del interés estatal o del poder económico, afectando con ello, al verdadero objetivo del periodismo sobre la información imparcial y transparente.

A través de ello, utilizan los medios de comunicación para expresar abiertamente sus intereses, en detrimento de los intereses de la sociedad en general y los servicios públicos y una conclusión que define que estos medios de comunicación han paralizado la opinión de los jóvenes de la universidad mencionada y demás actores de influencia de criterios, con el propósito de garantizar su cuota de poder político, lo que ha puesto en una situación de total desventaja al papel del periodista y su desempeño en la sociedad (Falconí, 2015).

La siguiente investigación referencial denominada: Estudio pragmático del discurso periodístico político español a propósito de los debates sobre el estado de la nación;

presentada por Francisco José Sánchez García, de la Universidad de Granada, expone la influencia de la política sobre el discurso periodístico que es exteriorizado especialmente en los noticieros y debates de medios de comunicación, parcializados hacia el segmento político gobernante con un discurso donde se presenta el estado de la nación en base a una visión que es parte de una determinada ideología.

Con ello, el documento concluye que el periodismo está influenciado por el partido político gobernante, y su línea de edición es trazada desde aquel punto, contradiciendo los principios de la libre e imparcial comunicación donde el periodista tiene un papel de informar, más no de demostrar opiniones personales, con el afán de inducir al televidente a la aceptación y/o rechazo de ciertos partidos políticos, y a través de esto asegurar futuras candidaturas y electorado favorable en uno u otro sector (Sánchez, 2014).

La investigación titulada: Análisis del discurso político de Rafael Correa en Ecuavisa y Ecuador TV y la recepción en estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad de Guayaquil, presentada por Tatiana Sierra Buenaño, de la Universidad de Guayaquil, expone la situación de la influencia del discurso político en medios de comunicación como Ecuador TV y Ecuavisa, uno siendo medio público afín al gobierno y otro privado, respectivamente; por lo tanto, relaciona la parcialidad de los periodistas de ambos medios en la presentación de la información, dado que Ecuador TV acoge al discurso político de Rafael Correa con aceptación y lo promueve de la misma forma, y Ecuavisa contrario a ello, promueve rechazo y oposición.

Por tal motivo, la investigación concluye con un análisis donde evidencia el papel de los medios de comunicación privados que se han convertido en voceros de partidos

políticos o agentes con intereses económicos y cuotas de poder que juegan con la opinión pública, especialmente de los jóvenes, para asegurarse su posición, vulnerando de hecho, el derecho a la información, correcta clara y oportuna que es fundamental para el desarrollo del periodismo (Sierra, 2017).

2.2. Fundamentación teórica

Según Dalmau (2015), el periodismo y la política moderna están cada vez más marcadas por la dinámica de la comunicación pública y política, siendo esencial en el papel del acceso a la información para el proceso político y la interacción de ambas con la sociedad; debido a que el gobierno es un actor legítimo en dicho proceso, y la comunicación al público es un elemento válido que sostiene y sustenta a las partes en cumplimiento de sus funciones con la sociedad.

Siendo así, la información pública dispensada por el gobierno y otros grupos sociales, se ha convertido en un aspecto cada vez más vital de la política y esto abre el interrogante que se manifiesta de literatura sobre ¿cuál es el papel que desempeña la comunicación en la conducción del gobierno y la formulación de políticas públicas?; en la persuasión moral, la comunicación gubernamental es la herramienta de la gobernabilidad misma, y por ello debe ser adecuada, imparcial y oportuna para poder ser llevada a la sociedad en general (Duque, 2016).

Con tales premisas, se estima que una comunicación pública apropiada es necesaria para que sean efectivas las opiniones y criterios que se derivan de ella, y el papel del periodista en un medio de comunicación es fundamental para crear argumentos e

investigación de la información de manera imparcial, y así llevársela al público con fundamento comunicativo y respetando las ideas y criterios individuales.

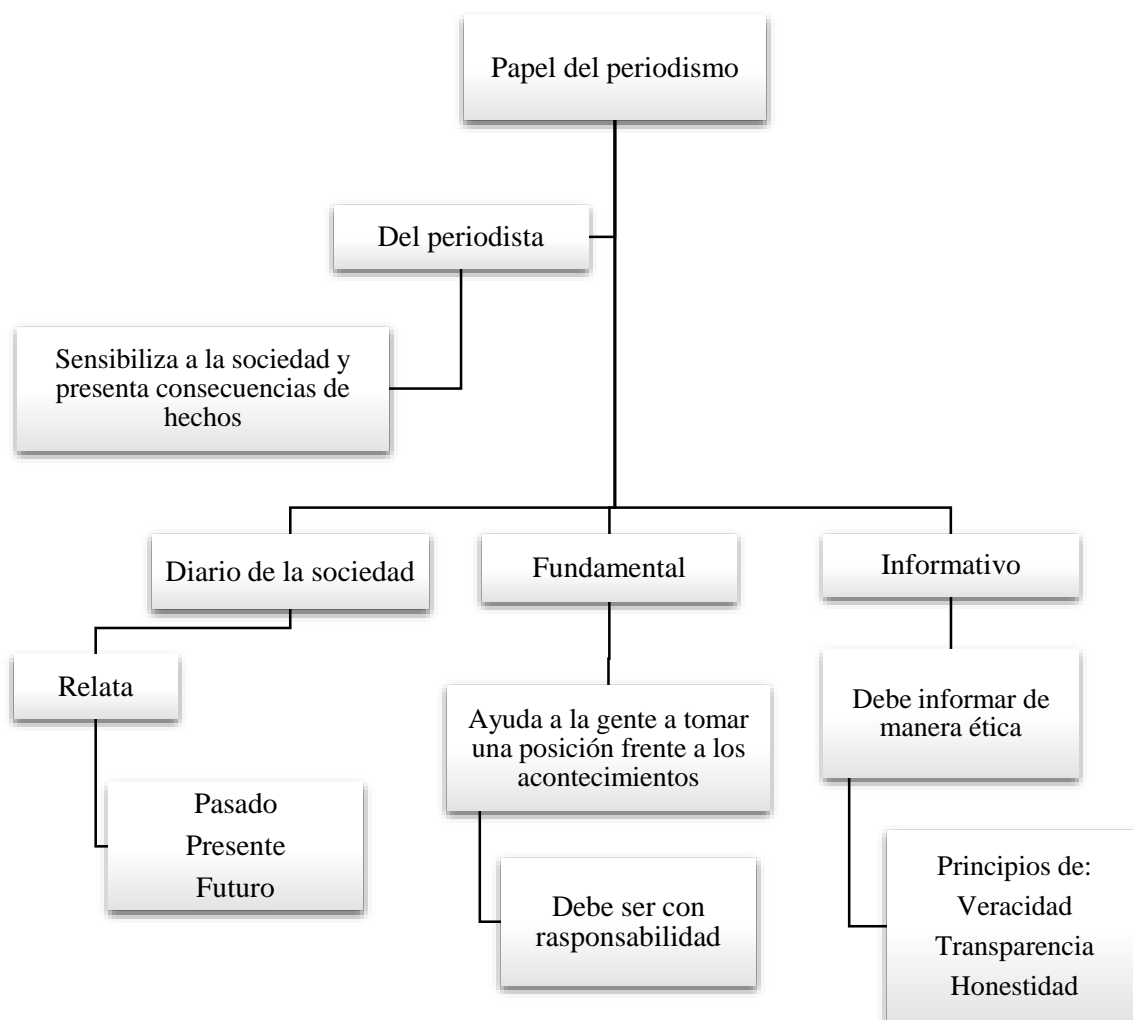


Figura 2. El papel del periodismo

Fuente: (Duque, 2016)

En la figura 2, Duque (2016) muestra el papel del periodismo frente a la sociedad, expresando el rol que juega el periodista en la sensibilización de la información y los acontecimientos dentro del conocimiento público; definiendo las premisas que desempeñan en la construcción de criterios y posiciones frente a determinados hechos transcendentales, sobre los cuales debe informar en base a los principios de veracidad,

transparencia y honestidad, sobre lo cual recae la responsabilidad y la imparcialidad del periodista en la información que transmite a la sociedad en su conjunto.

Sin embargo, Iglesias (2014), manifiesta que, la comunicación y la política se han mezclado para promover opiniones con debates preconcebidos que marcan la posición política del medio de comunicación y generalmente se vuelven actores de oposición o gobierno, desdeñando el papel del periodismo y del periodista frente a la sociedad, lo cual presenta una inducción de opinión sobre la construcción del criterio público sobre determinado hecho, desviando con ello, el papel del periodismo y la comunicación.

2.2.1. Objetividad y profesionalismo periodístico

Leiva (2013), manifiesta que la objetividad es importante para el proceso democrático, ya que permite a los medios de comunicación informar los hechos políticos de manera precisa, justa e independiente, asimilando el papel democrático del periodismo, que debe fomentar el cumplimiento de la adhesión de los comunicadores a la ética profesional al informar sobre los hechos de los asuntos públicos y las ideas que de ello se genere.

Por ello, Martorell (2016), precisa que, desempeñar un periodismo objetivo significa ser racional, lógico y no ser manipulado por ideologías o partidos políticos, dando un tratamiento justo de las fuentes y la información sobre la presentación de informes y noticias que generarán una opinión positiva o negativa en la sociedad.

Razón por lo cual, la objetividad es una característica profesional que tiene la importancia y relevancia para el periodismo, identificando al periodista como el elemento

de recolección y transmisión de sucesos con imparcialidad y un estándar de análisis de información que debe adecuarse a sus principios; por ello, el periodista debe tener un alto sentido de la veracidad de la información y de responsabilidad de aquello que se va a transmitir al público.

Siendo así, para Pallarès (2015), el profesionalismo e imparcialidad del periodista disecciona eslóganes y abstracciones, negándose a retener la noticia o a elevar la moral o cualquier causa antes de la veracidad, ya que esto manifiesta falta de objetividad en el ejercicio de sus labores e interacción con la sociedad, a la cual deben el cumplimiento de un rol transparente para la transmisión de la información sin características sesgadas que incidan en la opinión pública.

Por lo tanto, la exposición de los preceptos más fuertes del vínculo entre objetividad y posición profesional en el mundo del periodismo, debe plantearse con el objeto de salvaguardar la práctica periodística de las presiones económicas y políticas que actualmente han comercializado con la carrera, debido a la gran influencia que puede generar en la ciudadanía y sus efectos en la opinión pública.

2.2.1.1. Importancia de la objetividad en el periodismo

La importancia de los principios literarios que rige la objetividad del periodismo, propone interrogantes sobre ¿por qué la objetividad es importante para el periodismo y por qué se debe defender?; las polémicas discusiones sobre el futuro del periodismo y su papel en la democracia han estado menos relacionadas con el fomento de la objetividad en el periodismo (Salamanca, 2012).



Figura 3. Objetividad del periodismo

Fuente: (Soler, 2014)

La literatura periodística presenta el papel crucial de la objetividad en la interacción de la información con la sociedad, debido a que supone que los periodistas deben evitar la información sesgada o el partidismo para servir al bien público; con una descripción del ideal de la objetividad como una fuente de poder periodístico, por ello, la importancia de la objetividad en el periodismo presenta cinco aspectos trascendentales como se ha revisado en la figura 3.

Siendo así, Soler (2014), sugiere que la objetividad desempeña un papel clave en las culturas periodísticas, actuando como una norma de aumento de la solidaridad y de creación de distinción y como grupo reclaman poseer un tipo único de conocimiento profesional, articulado a través del trabajo comunicativo.

Por tal razón, Uribe (2015) se centra en las funciones sociales de la objetividad en el periodismo y reconoce una variedad de normas morales que podrían alcanzar los fines de proporcionar apoyo público y aislamiento de la crítica sin incidir en la opinión ciudadana, por ello, es fundamenta que el papel periodístico desempeñe el ejercicio comunicativo con responsabilidad e imparcialidad, como la premisa principal de la ejecución de la información.

2.2.1.1.1. Principio de la objetividad

Además, dicho precepto se refiere al principio de objetividad como ayuda para aumentar la credibilidad y confianza en la información y opiniones presentadas que los medios de comunicación ofrecen. Los periodistas, por lo tanto, se vuelven más confiables y autoritarios cuando construyen una historia política; un sentido de fiabilidad y credibilidad entre los medios de comunicación y los ciudadanos es vital, ya que los medios de comunicación se consideran un canal para promover la confianza entre los ciudadanos y las autoridades.

Con ello Zaragoza (2016) argumenta que, la objetividad da al producto de noticias un valor de mercado más alto y más amplio, permitiendo que el producto de las noticias sea comercializado fuera del contexto inmediato para el cual fue producido originalmente, creando con ello, un aporte del periodismo a la comunidad y enriqueciendo la labor comunicativa que debe realizar.

Según Noguera (2016), los medios de comunicación que dicen ser objetivos han sido vitales para los periodistas que han querido que su trabajo sea tomado en serio y

profesionalmente, y de esta manera la objetividad sirve como un sistema de defensa para los medios de comunicación y las organizaciones noticiosas, con el objeto de repudiar las acusaciones de sesgo, elevando el profesionalismo y con ello, los periodistas son percibidos como más dignos de confianza y legítimos en la sociedad y contribuyen a promover la democracia y promover el cambio social y político.

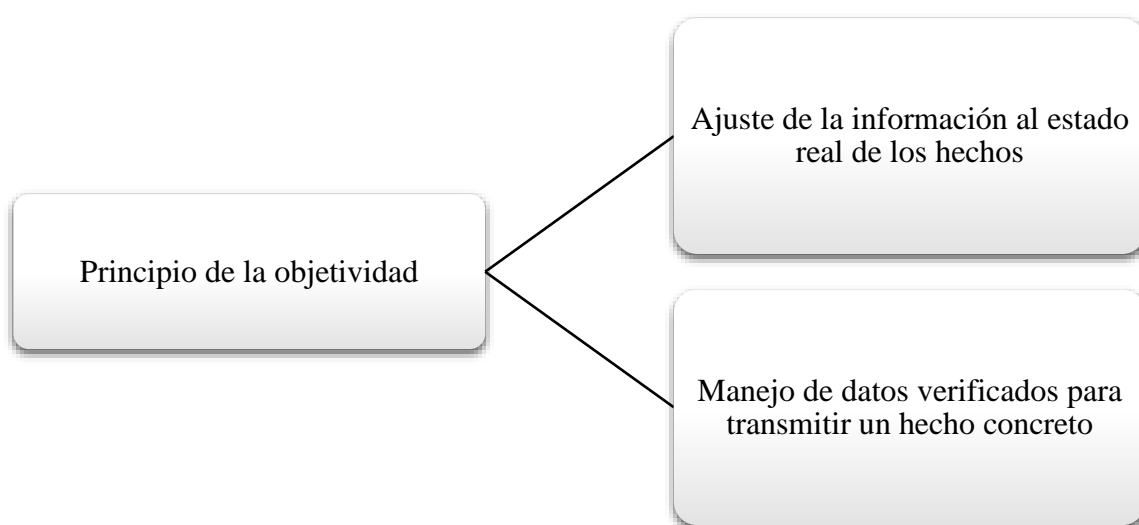


Figura 4. Principio de objetividad en la comunicación

Fuente: (Schleifer, 2017)

En sociedades donde la libertad es limitada, la práctica del periodismo objetivo puede no ser posible, ya que se estima que la brecha entre el ideal y la realidad es mucho mayor dado que los periodistas expresarán su lealtad a la neutralidad y objetividad, siempre que los valores políticos vayan acorde al respeto de las legislaciones en el marco de la tolerancia ideológica que puede sostener la sociedad (Rojas, 2013).

En contraste a ello, Saavedra (2015) manifiesta que, la práctica actual del periodismo está profundamente arraigada en las tradiciones partidarias, sin embargo, la nueva generación de periodistas en diferentes países en desarrollo, donde sus derechos aún no están garantizados, se comprometen en la profesionalización de sus roles y actividades informativas y comunicativas.

Desde la perspectiva de Santos (2013), los periodistas de las últimas dos décadas han cambiado entre diferentes identidades periodísticas y formas tradicionales de la comunicación abandonadas de periodismo partidista, mientras que las actividades en la redacción a su vez influyen en las identidades profesionales de los periodistas.

En cuanto a Rocamora (2014), los periodistas más influenciados por tales normas ideales y valores del periodismo son más cínicos acerca de los partidos políticos y menos influenciados por las ideologías y la religión, por lo que, la difusión de las políticas de muchos países occidentales por lo general impone un requisito de objetividad en su sistema público de servicios de radiodifusión o televisión, para garantizar la imparcialidad, así como la independencia del gobierno.

2.2.2. Debate entre partidismo y profesionalismo periodístico

Planteado desde el enfoque literario de Ribes (2013), los medios de comunicación han desempeñado durante mucho tiempo un papel crucial en la esfera pública como espacios de debate y persuasión, y como herramientas de información y propaganda que ha sido cuestionado en su utilización para interés públicos y privados, según el ejercicio de poder que se haya instalado para aquel momento, por lo que, es esencial que los debates que se

generen desde los espacios periodísticos, sean imparciales y objetivos para poder brindar una idea real de la situación expuesta.

Con dicho precepto, Salazar (2016) manifiesta que posteriormente a la formación de los partidos políticos modernos de los siglos XVIII y XIX, la mayoría de los medios de comunicación estaban conectados con un partido político y estos utilizaron los medios como una vía para informar y comunicarse con sus miembros y transmitir sus ideales a la sociedad, desde enfoques manipulables y pocas veces argumentados en beneficio comunitario. Siendo así, en aquel espacio de desarrollo del periodismo, se dieron algunos principios básicos para el profesionalismo periodístico.

Tabla 2. Principios del profesionalismo periodístico

El periodista debe contar la verdad

Principios básicos del profesionalismo periodístico

Lealtad a los ciudadanos
Verificación de la información
Independencia
Ser una herramienta independiente de control del poder
Vehículo para la crítica pública y el compromiso
Convertir lo importante en interesante y relevante
Elaborar informaciones exhaustivas y proporcionadas
Cada periodista debe tener un sentido personal de la ética y la responsabilidad – una brújula moral

Fuente: (Morell, 2014)

La incidencia mercantilista que ha penetrado al periodismo objetivo y profesional, ha generado un impacto negativo en la transformación de noticias en mercancías de venta para el público, sobre aspectos que se desean introducir no como elementos comunicativos o noticiosos de interés social, sino como productos de venta masiva para el mantenimiento de rating o inducción hacia uno u otro criterio según el dueño del medio de comunicación (Aladro, 2013).

Por ello, se estima que una gran cantidad de medios de comunicación se han convertido en una matriz de líneas ideológicas e intereses económicos o políticos, a las cuales debe adherirse la opinión periodística, en detrimento de la opinión pública y la sociedad, creando con esto una desconfiguración de los sucesos reales y una manipulación de la información y la percepción de los hechos (Morell, 2014).

Olivares (2016), plantea que los países con más noticiarios comerciales, están dominados por el modelo liberal de la prensa, y este modelo supone que los medios necesitan gozar de absoluta intervención no estatal, algo que sólo se logra por el dominio del mercado y la propiedad privada de los medios de comunicación.

2.2.2.1. Contraste con modelo de periodismo neoliberal

Por ello, en contraste con el modelo liberal, Laguna (2012), expone que en algunos países europeos se ha adoptado por un modelo corporativo democrático de periodismo basado en el supuesto de que sirve mejor al debate público manteniendo el pluralismo, la libertad de prensa, los subsidios a la prensa, y el servicio público de comunicación social,

y con ello la premisa de que es necesario un sistema de periodismo con medios públicos fuerte para evitar la censura o el sesgo en sus opiniones.

La mayoría de los países occidentales, en diferentes contextos, institucionalizó el periodismo bajo el modelo profesional en el siglo XX, de ello deviene el proyecto de fundar escuelas de periodismo, crear códigos de ética periodística, establecer estándares de licencias y formar sindicatos que contribuyan a lo que Salazar (2016) ha llamado el alto modernismo del periodismo, que dividen el profesionalismo en tres dimensiones:

- Servicio público de la comunicación social
- Autonomía periodística
- Códigos de ética profesional

Esto fundamenta que uno de los elementos importantes del concepto de profesionalismo es la noción de que las profesiones están orientadas hacia una ética del servicio público. Así, el periodismo profesional debe proporcionar una plataforma para el debate, fomentar la ciudadanía y la democracia, y servir como monitor para el Estado (Fábregas, 2015).

Una de las manifestaciones más claras del desarrollo de una ética periodística del servicio público es la existencia de mecanismos de autorregulación, que en algunos sistemas están formalmente organizados, y que varían considerablemente en cuanto a su fortaleza, independientemente de si están formalmente estructurados para el ejercicio comunicativo del periodismo (Rocamora, 2014).

2.2.2.2. Periodismo partidista y estándares éticos

Laguna (2012) manifiesta que, el debate de la prensa partidaria, la economía y los avances tecnológicos han llevado a un cambio esencial en los papeles políticos de la organización periodística y de los periodistas, al mismo tiempo, los periodistas trabajan arduamente hacia la profesionalización de sus roles periodísticos y maximizan su autonomía.

Esto vincula la autonomía de los periodistas con el campo periodístico y estima que para entender lo que ocurre en el campo periodístico, hay que entender la autonomía del campo; por lo tanto, la autonomía de los periodistas depende de su posición en ese campo y en su capacidad de resistir las imposiciones del Estado o la economía (Fuentes, 2013).

Con ello se argumenta que la autonomía se estructura sobre la base de dos polos opuestos, entre los que son independientes del poder estatal, el poder político y el poder económico, y los que dependen de él, y debido a estas limitaciones, es posible que el campo periodístico esté perdiendo cada vez más de su autonomía y a través de ello, su profesionalismo.

Lozano (2015), estima que sólo una prensa autónoma puede cumplir adecuadamente los objetivos democráticos, afirmando así, que la prensa requiere autonomía del gobierno y las fuerzas económicas para ofrecer un escrutinio crítico de la sociedad, la política y la economía.

También se argumenta que la autonomía es fundamental para el ideal de las profesiones en establecer requisitos, controlar las condiciones de trabajo y ejercer pleno control sobre una determinada jurisdicción laboral. Así, las instituciones autónomas podrían tener la capacidad de servir al interés público y obtener la racionalidad necesaria para liberarse de las limitaciones políticas, sociales y económicas.

2.2.2.3. Periodismo profesional

El periodismo profesional también está estrechamente ligado a los estándares éticos, en que cada editor y miembro del equipo editorial debe familiarizarse con estas normas éticas de la prensa y basar su práctica en estas legislaciones que, en el Ecuador se ha regulado mediante la Ley Orgánica de Comunicación (2013), que ha sido legislada como parte de un esquema jurídico que prevenga el sesgo de la información en medios de comunicación en general.

El código, que se aplica a la televisión, la radio, la prensa escrita y las publicaciones netas, aborda el papel de la prensa en la sociedad, la integridad y la responsabilidad, la conducta periodística y las relaciones con las fuentes y las normas de publicación, sosteniendo que los periodistas en general, deben cumplir con su responsabilidad de servicio público, y regirse por directrices éticas. Con tal fundamento el periodismo existe como un medio para decir la verdad, por lo tanto los periodistas tienen una tarea ética esencial y violar ésta tarea sería perjudicial para ellos y para la sociedad (Mármol, 2016).

La revisión de la literatura ha esgrimido que la formación profesional y la educación son los pilares fundamentales para la consecución de un periodismo responsable, con

respeto a la veracidad informativa y la opinión ciudadana. En este sentido, los aumentos de los niveles educativos de los periodistas son vistos como medios necesarios para el desarrollo de la profesión y para mejorar la calidad y las normas de los periodistas (Aramburu, 2014).

La UNESCO (2007), en los modelos curriculares de educación periodística para los países en desarrollo y las democracias emergentes, articuló cómo el periodismo puede servir al desarrollo de la democracia, el periodismo y los programas educativos que permiten a los individuos practicar y mejorar sus habilidades periodísticas.

Así, según Vilaplana (2012), el trabajo de los periodistas sirve idealmente a una función democrática, argumentando que la profesionalización del periodismo, es decir, la educación formal, basada en la universidad, tiene un aspecto positivo y se espera que actúe como escudo para los periodistas contra las presiones comerciales y la instrumentalización política, aumentando así su autonomía.

2.2.3. Cultura del periodismo

Salazar (2015) describe la cultura del periodismo como un conjunto particular de ideas y prácticas por medio de las cuales los periodistas, consciente e inconscientemente, legitiman su papel en la sociedad y hacen que su trabajo sea significativo para ellos y para los demás; asimismo la profesionalidad debe considerarse en términos de su publicidad, de satisfacer las necesidades públicas de información, y por su poder de aplicar la responsabilidad, la rendición de cuentas y la libertad.

Siendo así, los conflictos entre objetividad y profesionalismo versus partidismo deben ser debatidos en la mayoría de las democracias modernas; por ello, los periodistas deben plantear la solidez de una posición dentro de la comunidad y abandonar la sumisión a los políticos. La percepción de la aceptación de independencia periodística, debe ir ligada a la consecución de sus acciones en el ejercicio de la transmisión de la información, puesto que, generalmente se profesa independencia y transparencia periodística, pero la percepción mayoritaria es de sesgo y parcialidad, por lo que se debería inducir a una mayor práctica responsable y consecuente con los principios de la comunicación (Berrocal, 2012).

Por lo tanto, para Rojas (2013) la visibilidad creada por los medios de comunicación puede convertirse en la fuente de una nueva y distintiva clase de fragilidad, ya que por mucho que los líderes políticos busquen gestionar su visibilidad, no pueden controlarla por completo y la visibilidad mediada puede escapar de su alcance y puede, en ocasiones, trabajar en contra de ellos, siendo este un efecto que propone mayor responsabilidad en la relación trilateral entre política, prensa y sociedad.

Existe un consenso en la mayoría de la literatura, sobre que el equilibrio de poder está cambiando cada vez más hacia una situación en la que los medios de comunicación tienen el control último sobre la agenda pública y, en consecuencia, la representación de la realidad debe ser presentada de manera real y objetiva, sin considerar la opinión personal del comunicador, ya que su función principal es transmitir información, y no generar a través de ello, un estado de opinión inducida (Duque, 2016).

Salamanca (2012), manifiesta que este modelo de periodismo autónomo es transmitido a todos los países, junto con la noción de libertad de prensa. En América Latina, en el Sudeste Asiático, en el antiguo bloque soviético y en el Oriente Medio, la noción de periodismo independiente, que defiende la objetividad y la responsabilidad social, se convierte en una parte importante de la práctica periodística y puede desafiar el monopolio del Estado en los medios.

Estos periodistas estaban influenciados por la tradición occidental de profesionalismo, y eran más sospechosos acerca de los partidos políticos y menos influenciados por el pensamiento ideológico, por lo que se examina el declive de la prensa partidista e indica que los periodistas podrían no haber adoptado totalmente imparcialidad u objetividad, pero mostraron un compromiso más amplio con la facticidad, el profesionalismo, el equilibrio y la responsabilidad social (Uribe, 2015).

2.2.3.1. Libertad de expresión como principio periodístico

Iglesias (2014), expone que la libertad de expresión es de particular importancia en una sociedad democrática, debido a que es fundamental porque es el mecanismo cómo se protege y practica los derechos y libertades; razón por lo que, la autonomía del periodismo suele atribuirse a la libertad de expresión, y esta libertad comprende no sólo el libre flujo de ideas, en información y en opinión, sino también la defensa contra el control de los poderes económicos y políticos.

La preservación de la legitimidad democrática del gobierno estará en peligro si los individuos (incluidos los jóvenes) no pudieran tener la oportunidad de tener acceso a la

información y difundir información sobre las acciones del gobierno. La libre circulación y difusión de ideas están firmemente arraigadas en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) y en el artículo 13 de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos (1969).

Tabla 3. Libertad de expresión, prensa e información

<i>Libertad de información</i>	<i>Libertad de prensa</i>	<i>Libertad de expresión</i>
<p>Hace referencia al derecho de tener acceso a la información veraz y así mismo de emitirla de forma objetiva.</p> <p>Se tiene en cuenta que el hecho de recepcionar y difundir información, también trasciende al entorno de la libertad de expresión, y en algunos casos la libertad de prensa, si es el caso de un medio de comunicación.</p>	<p>Se enfoca en la prohibición de restringir su difusión y de controlar la información que se publica o no en el medio de comunicación, teniendo en cuenta cualquier mecanismo que se use para reducir la difusión, como por ejemplo el control del papel para periódicos que no permitan imprimir tantos ejemplares como lo exige la demanda o el deseo del medio, trascendiendo también a la libertad de información que se encuentra plasmada y el deseo de expresar por el medio.</p>	<p>El derecho de cualquier individuo de expresar opiniones y pensamientos por cualquier medio y sobre cualquier tema público, siempre y cuando no hagan daño a terceros y no ponga en riesgo sus vidas, ésta libertad está amparada en cualquiera de los casos, teniendo en cuenta que se puede difundir, y se puede hacer uso de este derecho en su entorno social inmediato o a través de los medios de comunicación que podrían dar lugar al amparo de otras libertades como la libertad de prensa y de información.</p>

Fuente: (González, 2016)

Según la Constitución de la República (2008), en el artículo 23, el Estado garantiza el derecho a la libertad de expresión, incluido aquellos cuyas opiniones son inaceptables;

así, la libertad de expresión se ha tipificado como un derecho constitucional en las democracias en América y el mundo, y este principio se ha estimado como una condición previa para la búsqueda de la verdad, para la autonomía personal y para la consecución de los derechos y la justicia social.

Por ello, Leiva (2017) manifiesta que, la libertad de expresión también ofrece los medios para escudriñar y criticar a aquellos con poder político y económico, sobre lo cual sostiene que la libertad de expresión no es sólo una condición previa para la búsqueda de la verdad, sino también para el desarrollo individual, al esclarecer a los individuos para que se conviertan en seres autónomos racionales que participan en el proceso democrático y dejan a los ciudadanos decidir lo que prefieren.

Con ello se afirma que los medios de comunicación al proporcionar la información necesaria al público, definen su participación de manera activa en los aspectos sociales, políticos y culturales, sobre los cuales se determina la libertad de opinión y debate de criterios en los cuales radican los principios democráticos y de legitimidad y aceptación social sobre los actos de un determinado gobierno o administración pública (Fuentes, 2013).

Este precepto fortalece la garantía constitucional de libertad de expresión, ya que su deber es salvaguardar su cumplimiento, puesto que las leyes y las políticas no son legítimas a menos que hayan sido adoptadas a través de un proceso democrático, y un proceso no es democrático si el gobierno ha impedido que alguien exprese sus convicciones acerca de cuáles deberían ser esas leyes y políticas (Santos, 2013).

2.2.3.2. Medios de comunicación y democracia

Dalmau (2015), expone que la transición a un régimen político más democrático es el objetivo crucial de todos los Estados en su relación con la prensa y la sociedad, y sobre ello basa las teorías de la democracia que predicen que los gobiernos democráticos conducirán a mejores resultados para la sociedad que las alternativas disponibles en otras ideologías. Sin duda, los medios de comunicación desempeñan un papel indispensable en la concesión del papel político central de los ciudadanos y en el ejercicio de la democracia.

Esto se argumenta en que los medios de comunicación tienen el poder de reforzar la idea de la democracia, particularmente a través de la cobertura de eventos de la campaña electoral (o entrevistas), exponiendo una perspectiva de aceptación o rechazo por parte de la ciudadanía, en la forma como haya sido presentada la noticia, evento o comentario político.

Ha habido un consenso en la literatura de los medios de comunicación occidentales de que el periodismo profesional debe proporcionar una plataforma para el debate, promover la libertad y la democracia, y servir como un punto de juez en lugar de representante del gobierno.

Esto argumenta que los medios tienen funciones influyentes en las democracias ya que desempeñan un papel importante en mantener a la gente informada sobre los asuntos públicos a fin de que los individuos estén adecuadamente informados cuando participan en el proceso de autogobierno (Rabadán, 2015).

Por lo tanto, Saavedra (2015) manifiesta que, los medios de comunicación pueden ser vigilantes sin miedo, examinando el ejercicio del poder y proporcionando una plataforma de debate abierto sobre las instalaciones involucradas en la formación de la opinión pública; con ello, los medios de comunicación pueden ser la voz de las personas, representándolos ante la autoridad sobre los puntos de vista de la ciudadanía, para fortalecer el acceso a la información y la democratización de los medios como el elemento vinculante entre la opinión pública y los actos del gobierno.

Del mismo modo, se describe el papel normativo del periodista en las democracias como fuente de información, y un escrutinio crítico (vigilante) mediante el control del ejercicio del poder, un mediador entre los ciudadanos y los políticos para asegurar que se escucha la voz del público, como un participante/defensor de posiciones políticas particulares.

Las normas y valores presentados anteriormente son comunes a muchos sistemas de medios, así, en muchas democracias de transición, la prensa se ha convertido en un espacio de debate público que conduce a la racionalización de la opinión pública y refleja las divisiones políticas que existían en la sociedad, lo que da lugar a una consolidación más amplia de los valores democráticos liberales (Duque, 2016).

Sin embargo, la participación democrática ha ido disminuyendo constantemente, y esto se debe, al menos parcialmente, a la concentración de la propiedad de los medios privados (Somoza, 2014). Siendo así, se sostiene que la propiedad privada de los medios de comunicación y sus crecientes monopolios a escala mundial está sirviendo al interés

del mercado y de las élites, en lugar de los deberes sociales de la comunicación de los medios por las presiones económicas y publicitarias, lo que conduce a la información y la comercialización de noticias.

Según Solana (2013), esto explica el tamaño creciente y la aceptación pública de los conglomerados de medios masivos, que fueron acompañados por el declive de la participación política. Manifestando que cuanto más ricos y poderosos han sido los gigantes corporativos de los medios de comunicación, más pobres han sido las perspectivas de una democracia participativa y además, se argumenta que se necesitan nuevas políticas para crear medios de comunicación que apoyen la democracia, mientras que las políticas gubernamentales han alentado a los medios de explotación a florecer en detrimento de las perspectivas sociales para la información.

Por lo tanto, también advierte sobre el monopolio postgubernamental de los medios y su afirmación literaria que cuanto más poderosos sean los proveedores individuales, mayor será la amenaza potencial al pluralismo. Considerando que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación es una amenaza para el pluralismo; en el monopolio postgubernamental de los medios de comunicación, las grandes y poderosas corporaciones de medios privados han comprado tanto grandes como pequeñas estaciones de medios de comunicación.

Por ello, Toledo (2014), indica que la autorregulación debe limitar la concentración de prensa en base a ejemplos prácticos de medidas adoptadas para mejorar las posibilidades reales de que el público reciba beneficios informativos de los medios de comunicación; por lo tanto, la diversificación de los canales de comunicación es políticamente

importante, ya que amplía la variedad de voces que se pueden escuchar en un debate nacional entre la sociedad, la política y los medios de comunicación.

2.2.4. Medios de comunicación: Sexto Poder

Para Ribes (2013), la teoría liberal tradicional ve el papel de vigilancia de los medios de comunicación para escudriñar al gobierno como un principio democrático; por lo que, la literatura presenta a los medios de comunicación como un segmento social que ha reconocido la importancia del papel de vigilancia de los periodistas y el escrutinio de las actividades estatales para evitar los abusos, que caracterizaron la era feudal, por lo que, los periodistas en democracia, están encargados de vigilar el ejercicio del poder.

Este es el papel de vigilancia del periodista, que en este contexto se convierte en parte de lo denominado usualmente cuarto poder, y de ello se resumen los elementos esenciales:

- La prensa es la voz principal que habla por los intereses del pueblo en su conjunto.
- Es esencial para este papel la independencia del gobierno y el valor de la libertad de expresión.
- Una tarea clave es la tenencia de cuentas del gobierno y otros tenedores de poder al pueblo, a través de la publicidad y la defensa.
- La prensa proporciona un canal recíproco de comunicación entre el gobierno y los ciudadanos.
- Esto implica una función de foro para la expresión de la opinión pública.

Los periodistas pueden tener su mayor influencia en el proceso de democratización cuando actúan como vigilantes, escudriñando al gobierno y reportando escándalos y otros comportamientos que violan las normas de la sociedad. Las normas morales y sociales aceptadas, que están en peligro por los políticos, están siendo observadas y preservadas por los periodistas.

Salazar (2015), manifiesta que el escrutinio de los medios de comunicación a las acciones gubernamentales es una de las principales contribuciones que están haciendo para promover la democracia, y esto sustenta que, al denunciar escándalos a los medios de comunicación, los escándalos pueden desempeñar funciones vitales e importantes en las sociedades democráticas modernas, haciendo transparentes los actos ilícitos de cualquier actor público o político ante la sociedad. Por ello, el poder de la prensa de llegar a influir en la opinión ciudadana, debe ser con gran responsabilidad e independencia, algo que actualmente no sucede, debido a que los medios de comunicación se han parcializado a sus propietarios e intereses económicos y cuotas de poder.

Por lo tanto, Fábregas (2015), expone que, los medios de comunicación tienen interés en desempeñar el papel de vigilante con respecto a los políticos y desarrollar el arte de la confrontación, dando a los ciudadanos la oportunidad de elegir entre los derechos y los errores de los políticos y asegurarse de que sus voces sean escuchadas. Inmensos números de noticias nacionales e internacionales caen en esta categoría, porque los periodistas, valientemente, denuncian abusos contra valores morales y éticos, leyes o acciones que pueden ser legales pero deben ser penalizadas, no abolidas.

La importancia del papel de vigilancia de los medios de comunicación y el escrutinio de las actividades estatales corruptas ha demostrado que es una fuerza que tiene un efecto sobre la sociedad y los políticos; sosteniendo que los medios de comunicación tienen más influencia en los políticos, que deben ser continuamente conscientes de que los periodistas los están observando.

2.2.4.1. Opinión pública y esfera pública

El carácter distintivo de la opinión pública se remonta al siglo XVIII. El sociólogo alemán Jürgen Habermas cree que la opinión pública se forma en lo que él llama la esfera pública (Mulet, 2015). Esta esfera pública funcionó a través de una prensa independiente, que debatió y representó la opinión pública ante el gobierno. Para Habermas, la prensa es la institución prominente de la esfera pública.

La esfera pública es, en consecuencia, un espacio en el que cualquiera, en principio, tiene el mismo derecho a hablar, en el que los argumentos más que la posición social y los recursos materiales son decisivos, donde argumentos y posiciones insostenibles son abandonados a través del debate racional (Leiva, 2013).

Pallarès (2015), expresa que por la esfera pública se define ante todo a un ámbito de la vida social en el que se puede formar algo que se aproxima a la opinión pública; los ciudadanos se comportan como un organismo público cuando confieren de manera irrestricta, es decir, dentro de la garantía de la libertad de reunión y asociación y la libertad de expresar y publicar sus opiniones.

Existe un consenso de la literatura periodística que presenta Soler (2015), de que el periodismo profesional debe proporcionar un debate público, fomentar la participación ciudadana y la democracia, y servir el papel de observador, en lugar de un portavoz del gobierno o de un agente económico.

Los periodistas deben informar a los ciudadanos sobre los temas relacionados con su vida, las acciones de los gobiernos y los actores políticos; el conocimiento y la información sobre los cuales los ciudadanos tomarán sus decisiones políticas deben circular libremente y estar disponibles para todos de manera objetiva y argumentativa (Montero, 2014).

Prat (2014), expone que en las sociedades democráticas, mientras tanto, los académicos argumentan que los medios de comunicación son una plataforma principal para que los individuos difundan y reciban información para poder participar en el proceso democrático y tomar decisiones racionales y responsables como una plataforma para el discurso político público, facilitando la formación de la opinión pública, y alimentando esa opinión de nuevo al público de donde vino.

Torralla (2016), manifiesta que, el papel de la prensa en una sociedad es una condición necesaria para el funcionamiento de la esfera pública, creando un cuerpo de ciudadanos suficientemente informados e interesados y creando el potencial para una opinión pública informada y libremente expresada.

Los periodistas pueden contribuir a la esfera pública manteniendo y administrando un espacio para el debate público, difundir ideas y opiniones, extender la libertad y la

diversidad para el público, conectar a los ciudadanos con el gobierno e impulsar la movilización hacia el compromiso cívico (Supo, 2014).

De esta manera, los medios de comunicación funcionan como escalón para proporcionar a los ciudadanos la información más importante, desde el punto de vista de sus actividades políticas, y para guiar el debate público, funciones que se dan por sentadas en el periodismo contemporáneo.

2.2.4.2. Medios de comunicación: Representante – Defensor

Para Fuentes (2013), los medios de comunicación en las sociedades democráticas pueden servir como un canal para la defensa de los puntos de vista políticos; los partidos políticos requieren una salida para la articulación de sus políticas y programas a una audiencia de masas, y por lo tanto los medios deben estar abiertos a ellos.

Salamanca (2012), sostiene que históricamente, hasta el surgimiento de ideales de objetividad y profesionalismo, el periodismo funcionó principalmente como periodismo de promoción, una plataforma para la articulación de políticas y programas de partidos. Esto expone al periodismo de promoción que puede asignar a los periodistas el papel de intérpretes activos y participantes que hablan en nombre de ciertos grupos, generalmente aquellos grupos a los que se les niegan representatividad en los medios de comunicación.

Según Rojas (2013), los periodistas son representantes de intereses específicos y están motivados por el deseo de corregir los desequilibrios de poder en la sociedad, esto presenta el modelo cívico de periodismo de defensa, que estima que el uso de los medios

de comunicación por parte de los grupos organizados para influir en el reporte y finalmente afectar las políticas públicas, pertenece a formas de movilización política que buscan aumentar el poder de las personas y grupos y hacer que las instituciones respondan mejor a las necesidades humanas, viendo al periodismo de promoción como una forma de movilización política que busca aumentar el poder de las personas y los grupos para hacer que las instituciones respondan mejor a las necesidades sociales.

2.2.4.3. La voz de los televidentes

Además de ser un canal para los puntos de vista políticos, los medios deben garantizar que se escuche la voz del público. Una de las funciones clave de los medios es representar a las personas con autoridad; en este sentido, el periodista desempeña un papel de mediador entre los ciudadanos y el político, por ello, idealmente, los medios deberían dar voz a esas personas marginadas y representar sus puntos de vista e intereses en el dominio público (Caballero, 2015).

Mulet (2015), argumenta que el papel representativo de los medios puede realizarse dando a los ciudadanos acceso directo a la esfera pública, en forma de cartas de lectores a los periódicos, con contribuciones telefónicas para transmitir programas de entrevistas y participación en debates de estudio sobre asuntos públicos.

Por ello, después de haber informado a las personas que participan en un debate, los medios de comunicación envían al gobierno el consenso público final que resulta de este debate; de esta manera, el gobierno es supervisado por los ciudadanos mediante su participación.

Ribes (2013), enfatiza la diversidad de canales donde las diferentes opiniones se expresan y colisionan entre sí en un espacio público, debido a que la diversidad de voces en la sociedad es vital para una democracia saludable dentro de un país, una sociedad que promueva perspectivas diferentes y donde se puedan discutir puntos de vista en diferentes canales. Tres tipos de diversidad, diversidad de fuentes, diversidad de contenido y diversidad de exposición se consideran cruciales para proteger los derechos de los ciudadanos, la libertad de expresión y el funcionamiento de los sistemas democráticos de gobierno.

Las redes sociales e internet desempeñaron un papel clave al proporcionar una plataforma para diversas perspectivas para la formación de nuevas identidades comunitarias, ya que internet se ha convertido en una plataforma para distribuir información de un comunicador a otras sin la asistencia de una nueva organización institucional. El nuevo periodismo de blogueros y periodistas ciudadanos desafía al viejo periodismo y sus reporteros y leyes (Duque, 2016).

Según Olivares (2016), los defensores de este punto de vista argumentan que las personas ajenas a los medios tradicionales por la disponibilidad de tecnologías rápidas e interactivas como internet pueden proporcionar una nueva plataforma para los ciudadanos y voces diversas para comunicarse con el gobierno y participar en el debate público. Estas tecnologías han promovido la democracia participativa, en la que más ciudadanos ahora tienen acceso constante a los medios de comunicación pública y representación política.

Fuentes (2013), cree que internet ofrece espacios de comunicación alternativos a organizaciones más pequeñas, grupos sociales, sociedades culturales e individuos en el país, y por ello, argumenta que los sitios web y las redes sociales como *facebook*, en contraste con los medios convencionales tradicionales, han amplificado las voces marginadas que están excluidas de los dominios discursivos de las organizaciones políticas dominantes.

De esta manera, la democratización de los medios de comunicación modernos, han desafiado a los medios tradicionales, en los que el periodista selecciona un número limitado de historias para publicar y rechaza el resto, entendiéndose como la comunidad debe escuchar un hecho solamente a aquellos eventos que el periodista, como el representante de su cultura, cree que es verdad, pero no precisamente debe serlo desde otras perspectivas ideológicas, políticas y sociales.

2.2.5. Medios de comunicación: desarrollo de la democracia e influencia política

Según AER (2016), los medios de comunicación durante la década de 2000 – 2010, continuaron su disolución de las lealtades partidistas, que generaron grandes impactos en la vida social y política del país, por ello, mediante la adopción de modelos de roles y estándares de periodismo públicos, democráticos y no partidarios, diferentes a la forma en que el periodista de los 90 entendía el rol del periodismo, la prensa en general basó dichos preceptos para dar paso a la madurez comunicativa.

Siendo así, las instituciones periodísticas comenzaron a ser más profesionales y autónomas en los últimos años como consecuencia, hasta cierto punto, de la

democratización política junto con una fuerte competencia en el mercado. Esto se argumenta como un ejemplo de la prensa comercial y privada que gradualmente logró desempeñar un papel como un foro limitado, pero sustancial y privilegiado, para estimular el debate público, un foro para la discusión política entre organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

Por lo tanto, la contribución de los periodistas al proceso de democratización mediante el escrutinio de los funcionarios, la creación de conocimiento público y el hecho de ser una plataforma para voces diversas es el argumento central del análisis de la influencia política de los programas de entrevista y opinión que se dan actualmente en los medios de comunicación, y cómo éstos influyen en el criterio de la ciudadanía, especialmente en los jóvenes quienes son más propensos a la inducción de la información ideológica.

2.2.5.1. Sociedad civil y participación

Históricamente, el periodismo ha sido un medio primario que intentó servir a la participación política y social de los ciudadanos en la sociedad ecuatoriana. Por ello, una economía floreciente, la conciencia social de los ciudadanos y el desarrollo de la tecnología obligaron al sistema de medios a hacer reformas tanto en el contenido como en la estructura periodística para responder a las nuevas demandas de la sociedad y de los cambios políticos suscitados.

Según Iglesias (2014), los actores políticos y las instituciones comenzaron así a adaptar las normas y los estándares de los medios, porque se dieron cuenta de que para influir en

el público tenían que usar e influir en los medios, por ello, la importancia de los medios en los actores políticos, instituciones y organizaciones ha aumentado.

Fábregas (2015) sostiene que, como resultado del aumento de la influencia de los medios de comunicación, los políticos que controlan o elaboran políticas públicas dependen cada vez más del ciclo de noticias y de la información revelada por los periodistas; así, los políticos, para construir y llegar al público, aparecen ante las cámaras de televisión.

Ello plantea la premisa que, mejoran continuamente su apariencia en la sala de redacción mediante un amplio conocimiento y habilidades logradas, a través de la capacitación en medios, el monitoreo de medios, el uso de grupos focales y otras investigaciones electorales. Además, con el fin de crear y mantener el poder y la autoridad, y actuar de la forma en que se supone que los líderes deben, intentan descifrar sus propias relaciones públicas.

Por otro lado, González (2016), manifiesta que, la creciente influencia de los medios como fuente importante de información sobre la sociedad y la política ha alentado a los periodistas a proporcionar una plataforma para el debate público y la participación en la sociedad. Por lo tanto, el nuevo entorno de los medios abarca cada vez más personas, grupos sociales y jugadores activos.

Así, los medios realmente comenzaron a fortalecer a la sociedad civil e incluir a los ciudadanos en el proceso de democratización de la sociedad; las modificaciones en el sistema de medios y las representaciones apoyan cambios más amplios en la sociedad.

Los temas sociales y culturales como el género, los niños y la salud se convierten en parte del discurso mediático, a través del cual los medios pueden influir mucho en esta área.

Del mismo modo, los movimientos sociales, las ONG y las organizaciones han comenzado a aumentar, sin embargo, su influencia en las estructuras de poder no es particularmente sólida, pero desempeñan un papel influyente en el proceso de esclarecimiento, reestructuración y reorganización de la sociedad ecuatoriana.

En la última década, los periodistas han buscado afirmar su profesionalismo periodístico y ejercer expectativas de la sociedad sobre ellos. Olivares (2016), identificó las expectativas de la sociedad del periodismo, como la circulación de información sobre asuntos públicos, conectando a los ciudadanos con el gobierno y viceversa, apoyando a las principales instituciones de la sociedad, respetando la cultura y los valores de la sociedad y al servicio del interés nacional.

Los periodistas actualmente, tienen diferentes percepciones del papel que tiene la prensa en relación con el proceso de participación de los ciudadanos y la contribución en el cambio social, estimando que sus aportes son solo un canal y una plataforma para la interacción entre diferentes puntos de vista, es decir entre el público y la transmisión de la información, a fin de producir un criterio u opinión nuevo y adecuado. Por lo tanto, a través de esta interacción, se pretende construir una sociedad con mayor nivel de análisis de la información recibida, promoviendo mayor criticidad y fortaleciendo los espacios de opinión y argumentación sobre los hechos.

2.2.5.2. Democracia, sistema de medios y ciudadanos informados

Según Prat (2014), la libertad de expresión y de información, incluido el derecho a buscar, recibir y difundir información, es un derecho fundamental de las personas y un componente esencial de la democracia; por ello, la circulación de información y el debate racional, pueden convertirse entidades autónomas, iluminadas y racionales que puedan participar en el proceso democrático.

Como argumenta Rojas (2013), el ideal del ciudadano informado surge como parte de un ataque al poder de los partidos políticos. La realización de la democracia, por lo tanto, es un proceso que comienza desde el conocimiento público hacia instituciones democráticas externas y lleva a un cambio vital en las instituciones de poder.

Por lo tanto, los medios de comunicación constituyen la fuente más importante de información y ayudan al público a tomar decisiones informadas, como la posición de los partidos sobre temas políticos clave y por quién votar. Es difícil tener personas responsables, participantes y autogobernantes sin un sistema de medios que brinde a los ciudadanos una amplia gama de información sobre asuntos importantes (Lazcano-Peña, 2015).

Esto deja sentado el planteamiento de la literatura, acerca de que la información debe ser confiable y útil para servir a la ciudadanía como su prioridad, argumentando que el valor democrático de la libertad de prensa reside en la capacidad de los medios, por lo tanto, se entiende que los medios proporcionan un sistema en el que hay un flujo de

información del gobierno al público y del público hacia el gobierno y sus actores políticos.

2.3. Marco legal

El Ecuador, siendo un Estado de derecho, ha legislado acerca de los medios de comunicación y la ejecución de sus actividades en todos los ámbitos que abarca, siendo estos escritos, orales, y visuales. Por tal razón, la difusión de noticias, opiniones, criterios y demás exposición de eventos que tienen un efecto en la sociedad, el Estado, la política o personas naturales o jurídicas en particular, deben tener una fundamentación y una adecuada locución y utilización de los términos y palabras adecuadas, para evitar dañar, distorsionar o insitar al error al ciudadano.

Con tales preceptos que han fundamentado la redacción de leyes por parte de la Asamblea Nacional, se procede a revisar aquellas que inciden en el desarrollo diario de los medios de comunicación, como canales de televisión, radios, periódicos, y demás espacios públicos que fomentan y difunden información.

2.3.1. Ley Orgánica de Comunicación

La ejecución del derecho positivo para la regularización de los medios de comunicación en el Ecuador, han dado lugar al articulado legal que define lo siguiente en relación a los medios en el país.

2.3.1.1. Ámbito y objetivo

En estos artículos que abren la Ley, se advierte su objeto y ámbito, los efectos legales del contenido comunicacional, y la prevención acerca que la legislación no ha regulado la información y opiniones que sean expuestas en paginas de internet, blogs, o demás elementos comunicativos que no sean parte de los medios de comunicación regulados, es decir, prensa escrita, oral y televisiva.

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 3).

2.3.1.2. Relevancia pública, interés general

Los siguientes artículos abordan la ejecución de una prensa que informa eventos de trascendencia nacional e interés general, por lo que, es necesario que los medios de

comunicación cubran aspectos noticiosos aún cuando no sea de su agrado (ética profesional e independencia del periodista), algo que en la actualidad ha sido claramente sesgado debido a los intereses económicos y políticos de los propietarios de los medios de comunicación del país.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 3).

2.3.1.3. Normas deontológicas

Con ello, se determina que las normas deontológicas sean la premisa para la participación ciudadana en el proceso comunicacional, pero ejecutada de manera apropiada, guardando la integridad a la honra como un aspecto constitucional y de derechos fundamentales para el cuidado social.

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 4);

En este articulado, es claro que ciertos medios de comunicación tiene una clara tendencia a la descontextualización de la información, afectando de manera directa a aquellos referidos en sus entrevistas o programas de opinión, y de manera genera en la presentación de noticias con tendencias al error o a la manipulación de la opinión pública para deteriorar la imagen de alguna persona natural o jurídica en particular, irrespetando además el derecho a la presunción de inocencia y presentando reportajes como si fuesen material informativo, algo que expresamente sanciona la Ley.

2.3.1.4. Responsabilidad periodística

La responsabilidad periodística se ha determinado en los artículos 19, 26 y 27 de la referida Ley, donde claramente se determina la obligación de los periodistas y los medios de comunicación sobre la información y su contenido, protegiendo a las personas y los derechos fundamentales reconocidos constitucionalmente e internacionalmente; además, refiere el no linchamiento mediático, para cuidar no dañar la imagen y honra de una persona que no haya sido aun juzgada y sentenciada por las autoridades competentes.

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. 26.- Linchamiento mediático.- Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

Art. 27.- Equidad en la publicidad de casos judiciales.- En todos los casos en que los medios de comunicación aborden el tratamiento de hechos sometidos a investigación o procesamiento judicial, están obligados a publicar, en igualdad de condiciones, las versiones y argumentos de las partes involucradas (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 5).

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Medios de comunicación

Medios de comunicación significa tecnología que está destinada a llegar a un público masivo, es decir, que es el principal medio de comunicación utilizado para llegar a la gran mayoría del público en general. Las plataformas más comunes para los medios de comunicación son periódicos, revistas, radio, televisión e internet; por ello, el público en general depende de los medios de comunicación para proporcionar información sobre asuntos políticos, asuntos sociales, entretenimiento y noticias de impacto ciudadano (Acero, 2013, pág. 46).

2.4.2. Periodismo

El periodismo es la actividad de reunir, evaluar, crear y presentar noticias e información; también es el producto de estas actividades. El periodismo se puede distinguir de otras actividades y productos por ciertas características y prácticas identificables. Estos elementos no solo separan el periodismo de otras formas de comunicación, sino que lo hacen indispensable para las sociedades democráticas; por esto, los precedentes revelan que cuanto más democrática es una sociedad, más noticias e información tiende a tener (Rodríguez, 2014, pág. 102).

2.4.3. Entrevista

La definición de una entrevista es una conversación en la que se interroga a alguien sobre sus antecedentes, estilo de vida o experiencia. Esto se define como interrogar a alguien para intentar aprender más sobre sus antecedentes, su vida o su experiencia. En términos periodísticos, una entrevista es una conversación en la que un periodista le hace preguntas a alguien, como una persona famosa o un político (Ríos, 2013, pág. 38).

2.4.4. Opinión

Una opinión es una creencia no basada en certeza absoluta o conocimiento positivo, sino en lo que parece verdadero, válido o probable para la propia mente; juicio con una evaluación, impresión o estimación de la calidad o valor de una persona o cosa que se forma sobre el juicio formal de un experto o sobre un asunto en el que se solicita

asesoramiento, en aspectos legales es la declaración formal de un juez, un árbitro judicial, o un criterio jurídico (Herrerías, 2014, pág. 142).

2.4.5. Programa de opinión

Es un espacio generalmente transmitido via televisiva o radial, en que un periodista realiza entrevistas y en base a las respuestas, argumentos e interacción con el entrevistado, genera una opinión, la cual tendrá impacto en la audiencia que se encuentre visualizando o escuchando dicha intervención, lo cual, de manera general tiene un efecto de opinión ciudadana ampliada (Yilin, 2014, pág. 15).

2.4.6. Influencia política

Es la capacidad o el poder político, de ser un convincente sobre un hecho o hechos, que producen efectos sobre las acciones, comportamientos, opiniones, etc., de los demás, sentando las bases en la sociedad para la definición de una ideología política determinada, sobre la cual se ha manifestado tal influencia, para beneficio del poder político en general (Cortés, 2013, págs. 6-7).

2.4.7. Objetividad periodística

La conceptualización tradicional de la objetividad periodística sostiene que la tarea del reportero es ser aparentemente invisible en el proceso de adquisición y diseminación de noticias; si hace bien su trabajo, es como un espejo, simplemente reflejando, sin distorsiones, el mundo para lectores y televidentes, por lo cual, captura elementos

centrales de información y, por lo tanto, mantiene la importancia moral de la objetividad, al tiempo que evita las críticas (Lozano, 2015, pág. 35).

2.4.8. Sesgo mediático

Se ha conceptualizado al sesgo mediático o de información, como la transmisión de información tendenciosa, es decir información que ha sido adecuada o distorsionada en su realidad, con la finalidad de construir y posicionar un criterio errado sobre un hecho que en principio puede parecer al que se desea transmitir pero que en su efecto genera otro tipo de mensaje del que realmente tiene (Echeverría, 2017, pág. 221).

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1. Metodología

La metodología empleada para la investigación, fue basada en el método deductivo – inductivo, fundamentado en la encuesta para la recolección de la información y análisis de datos; este método es apropiado para definir si existe influencia de las opiniones políticas del programa Contacto Directo de Ecuavisa, en los alumnos de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por lo que a continuación se procede a la revisión de la metodología y posteriormente a la tabulación y análisis de los resultados que aportarán una mejor perspectiva de las opiniones y criterios de los encuestados.

3.2. Tipo de Investigación

Los tipos de investigación utilizadas fueron exploratoria y descriptiva, en el primer caso porque se realizó una exploración de la temática, a través de preguntas de investigación con el fin de determinar la naturaleza del problema, sin pretender proporcionar evidencia concluyente, promoviendo una mejor comprensión del problema y la situación actual del tema. Además, se realiza una investigación descriptiva, debido a que aborda los hechos tal como se presentan en la actualidad, por lo que se puede

caracterizar simplemente como el intento de determinar, describir o identificar el enfoque periodístico del programa, con el fin de establecer por qué es así o cómo llegó a serlo.

Esta investigación está dirigida a conocer las causas sobre problemas actuales del periodismo, mediante un proceso de recopilación de datos para conocer de mejor manera, el papel que los medios de comunicación a través de sus programas de opinión, que influyen en la política nacional y el criterio de los jóvenes sobre tales aspectos. Es así, que se pueden explicar tres propósitos principales de la presente investigación, los cuales se estiman en describir, explicar y validar los hallazgos, tal como se hará en la encuesta y entrevista.

3.3. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cualitativa – cuantitativa, con el objetivo de entender y analizar la influencia del programa periodístico en los jóvenes de la carrera de Periodismo, y con ello sus motivaciones a tomarlo o desecharlo como una fuente confiable o no de información, lo que incide en su criterio, opinión política y percepción de la realidad nacional.

Para obtener estos resultados se formuló una encuesta mediante la definición de preguntas hacia los estudiantes de la carrera de periodismo y con ello, se procedió a cuantificar los datos mediante un análisis de los resultados de la muestra a la población de interés.

3.4. Técnicas de investigación

Las técnicas de la investigación periodística, se constituyen en una encuesta y una entrevista, que sirven para la recolección de información. La encuesta estuvo constituida por 8 preguntas cerradas de opción múltiple, con la finalidad de comprobar los datos planteados.

La entrevista se realizará a dos profesionales involucrados en la temática; por lo que, la primera entrevista se hará al Msc. Felix Pilco del Salto, Catedrático y Análisis Político, Profesor de Estrategias de Comunicación Política y Económica, y la segunda entrevista al Arq. Humberto Cordero, exgobernador de la provincia del Azuay y coordinador Político. Las entrevistas a estas personalidades se realizarán con el propósito de contrastar sus opiniones acerca del tema para analizar la influencia de los medios de comunicación en la sociedad actual.

Posteriormente se procederá a la codificación, tabulación y análisis, que serán demostrados según la obtención de datos y resultados de la investigación. Siendo así, se presentan los instrumentos utilizados como herramientas de investigación en base los preceptos exploratorios y descriptivos, y con ello se procederá a lo siguiente:

- Elaboración del cuestionario de preguntas para la encuesta y entrevista.
- Tabulación de la información recopilada en las encuestas.
- Revisión de los resultados y análisis de la información obtenida.

3.5. Población y muestra

La población comprendida para esta investigación, esta direccionada hacia los estudiantes de la carrera de Periodismo de la ULVR, con el fin de establecer las directrices necesarias para el análisis de la investigación y con ello, se pretende determinar la situación actual de la percepción y opinión de los jóvenes sobre el programa Contacto Directo de Ecuavisa.

Tabla 4. Datos estadísticos

<i>n</i>	<i>Tamaño de la muestra</i>
<i>N</i>	Población
$Z^2 = 1,96^2$	Confianza 95%
<i>P</i>	Frecuencia esperada 5% = 0,05
$q = 1-p$	1-0,05=0,95
<i>d</i>	Precisión 3%

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

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

$$n = \frac{358 * 1,96^2(0,05 * 0,95)}{0,03^2(358 - 1) + 1,96^2(0,05 * 0,95)}$$

$$n = \frac{358 * 1,96^2(0,05 * 0,95)}{0,03^2(358 - 1) + 1,96^2(0,05 * 0,95)} = n = 185$$

Con ello, se tiene que:

Tabla 5. Descripción de población y muestra

<i>No.</i>	<i>Detalles</i>	<i>Personas</i>
1	Población	358
2	Muestra	185

Fuente: (Universidad Laica Vicente Rocafuerte, 2018)

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

La población se determina en 358 estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, y la muestra es de 185 estudiantes a encuestar, que responderán a 8 preguntas de opción múltiple, que serán valoradas en una escala del 1 al 5.

3.6. Procesamiento de datos de encuesta

La siguiente encuesta consta de 8 preguntas, todas enfocadas en alcanzar los objetivos de esta investigación. A través de las encuestas implementadas se ha buscado evaluar la influencia del programa Contacto Directo de Ecuavisa, y con ello definir el nivel de incidencia en el criterio y opinión de los estudiantes, revisando sus respuestas en base a las preguntas planteadas para la encuesta y posterior entrevista. Por lo tanto, la siguiente revisión de preguntas se ha realizado con el objetivo de analizar la influencia que ejerce dicho programa de entrevistas, en el pensamiento político de los estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte en la ciudad de Guayaquil.

Con ello, se busca valorar los referentes teóricos estudiados en la literatura del presente documento, identificando las causas que propician la influencia de los medios de comunicación en los estudiantes de Periodismo de la ULVR, para de esta manera, interpretar la objetividad de los programas de entrevistas relacionados con la política y sus efectos sociales. Siendo así, se puede pasar a la revisión de las preguntas y análisis de las mismas.

Pregunta 1

¿Cree usted que la información que proporcionan los medios de comunicación es confiable y veraz?

Tabla 6. Datos de veracidad y confiabilidad de medios de comunicación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	25	13,60%
Depende del medio	28	15,20%
No	132	71,20%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

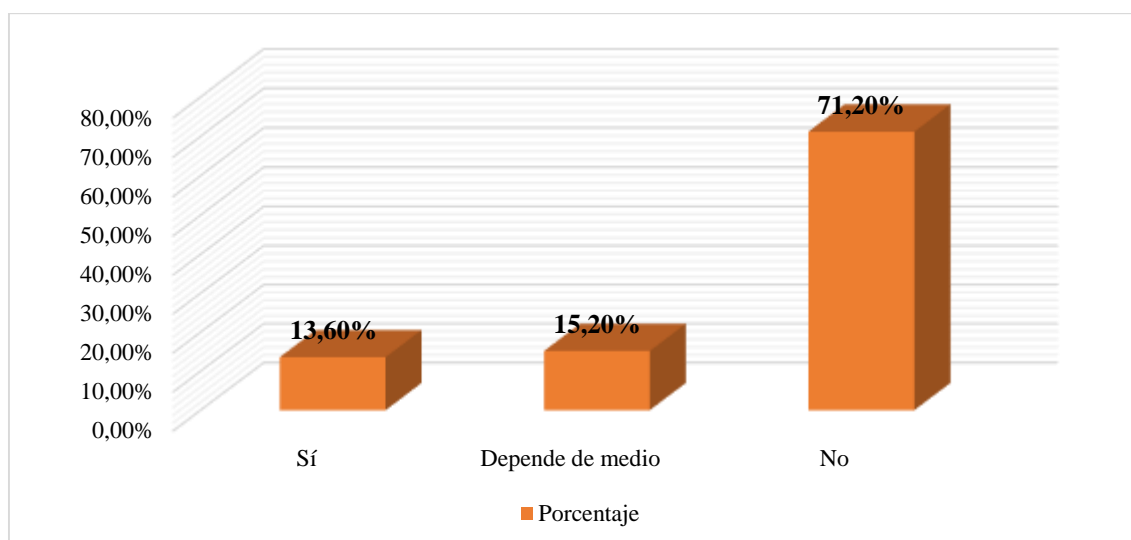


Figura 5. Veracidad y confiabilidad de la información

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 71,20% de los encuestados ha opinado que la información que les proporcionan los medios de comunicación no es confiable y veraz, debido a que estos medios de comunicación masivos responden a intereses económicos y/o políticos, por lo cual transmiten información sesgada que construye criterios y argumentos inducidos hacia las conveniencias del dueño o dueños del medio de comunicación o fuentes de la información.

Pregunta 2

Según su criterio, ¿De dónde ha aprendido o conocido más sobre temas políticos?

Tabla 7. Datos sobre fuente de aprendizaje de temas políticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Padres/familiares/amigos	99	53,60%
Escuela/colegio/universidad	44	23,60%
Medios de comunicación	26	14,39%
Redes sociales	16	8,81%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

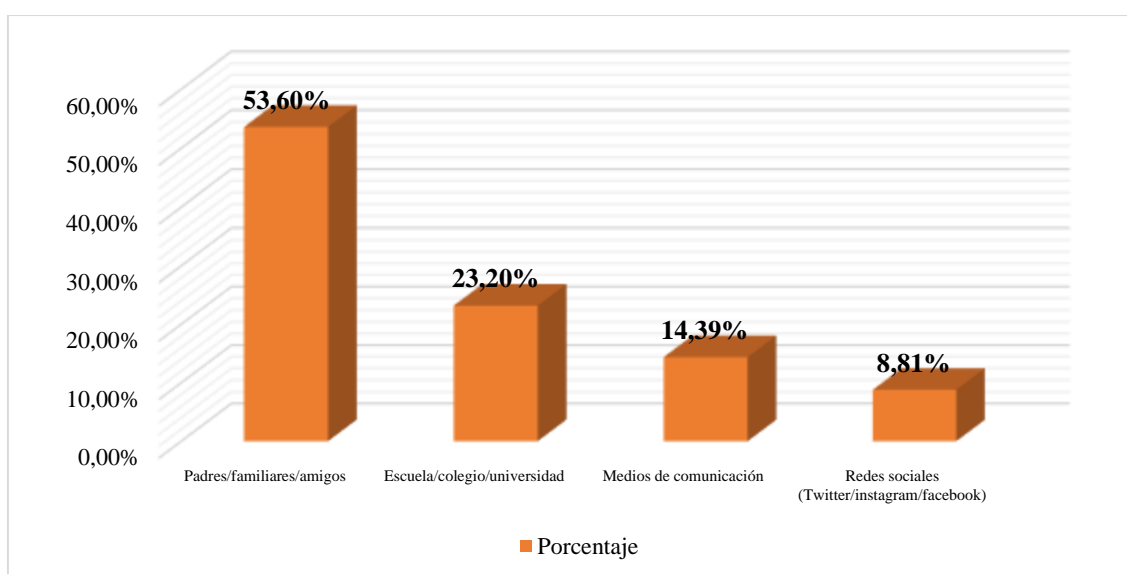


Figura 6. Conocimiento de temas políticos

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

De los 185 alumnos de la carrera de Periodismo, el 53,60%, es decir 99 estudiantes, manifestaron que su principal fuente de aprendizaje o conocimiento sobre temas políticos, han sido sus padres, amigos y familiares, puesto que generalmente discuten sobre temas políticos de impacto social que les afecta directamente a sus intereses como comunidad, por lo que, la mayoría de los alumnos encuestados han expresado que son las personas más cercanas quienes han construido en ellos un criterio sobre temas políticos.

Pregunta 3

¿Le gusta mantenerse informado sobre temas políticos?

Tabla 8. Datos de frecuencia sobre información de temas políticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	12,80%
Ocasionalmente	21	11,20%
Dependiendo del tema	92	49,60%
Casi nunca	35	19,20%
Nunca	13	7,20%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

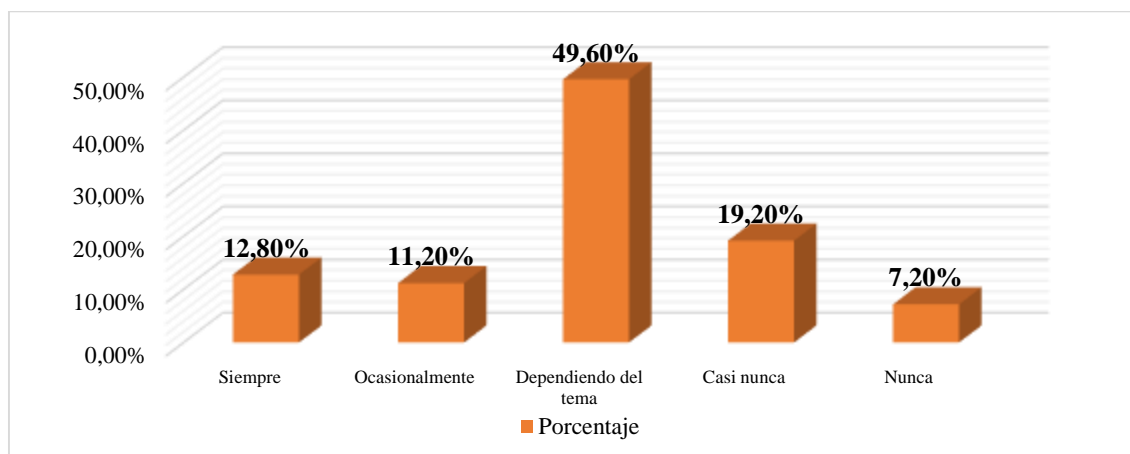


Figura 7. Frecuencia de información sobre temas políticos

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

De los 185 estudiantes encuestados, 92 indicaron que les gusta mantenerse informados de temas políticos, dependiendo del tema, es decir que el 49,60% de los alumnos expresaron que su interés sobre la temática política se ha enfocado sobre temas específicos, principalmente aquellos relacionados con el impacto social y económico, como incidencia laboral y precios de artículos de primera necesidad. Esto deja claro que la perspectiva política de la mayoría de las personas pasa por las necesidades primarias, para despertar el interés sobre la temática política.

Pregunta 4

¿Le gusta observar el programa de entrevistas Contacto Directo de Ecuavisa?

Tabla 9. Datos de afinidad al programa de entrevistas Contacto Directo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	9,60%
Ocasionalmente	25	13,61%
Dependiendo del tema	110	59,19%
Casi nunca	19	10,40%
Nunca	13	7,20%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

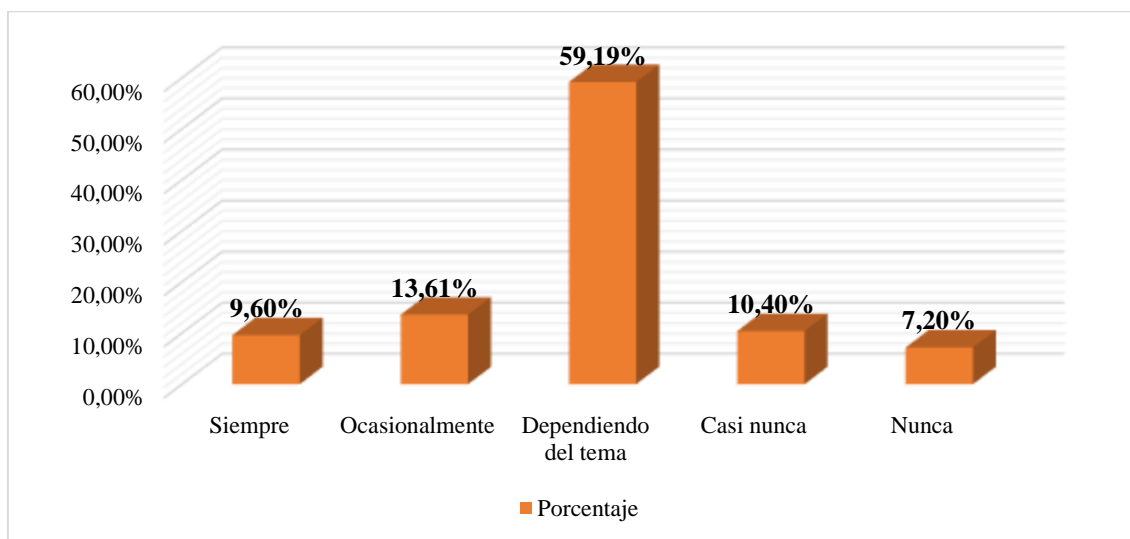


Figura 8. Afinidad al programa de entrevistas Contacto Directo

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 59,19% de los estudiantes de la carrera de Periodismo encuestados, es decir 110 de 185, dijeron que les gustaba observar el programa de entrevistas de Ecuavisa dependiendo del tema, debido a que generalmente los temas políticos que presentan no siempre están relacionados a sus intereses sociales o son temas específicamente jurídicos o legislativos, por ello, esta mayoría de encuestados consumen el programa pero siempre dependiendo el tema a tratar.

Pregunta 5

¿Con qué frecuencia usted ve el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?

Tabla 10. Datos de frecuencia televisiva del programa Contacto Directo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre, de lunes a viernes	27	14,39%
Casi siempre, 2 o 3 veces a la semana	83	44,81%
Una vez a la semana	34	18,40%
Unas cuantas veces al mes	18	9,60%
Nunca	23	12,80%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

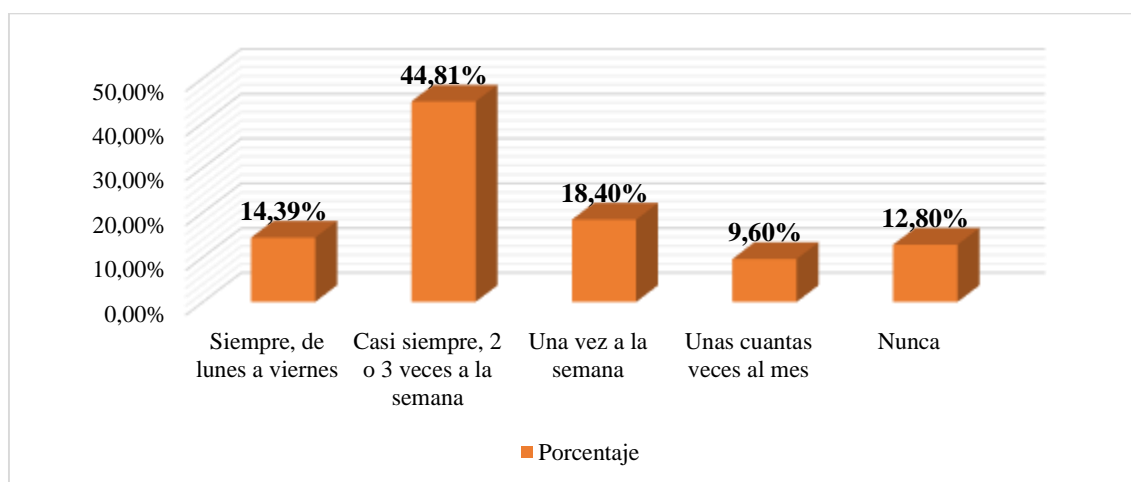


Figura 9. Frecuencia televisiva del programa Contacto Directo

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 44,81% de los encuestados, es decir 83 de 185, ha dicho que ve el programa de Ecuavisa, Contacto Directo casi siempre, 2 o 3 veces a la semana, constituyendo una gran parte de los estudiantes; el 18,40% de los encuestados dijo ver el programa de entrevistas por lo menos una vez a la semana y el 14,39% ha dicho verlo siempre. Esta variación de frecuencia ha sido manifestada debido a los criterios varios que tienen los alumnos sobre dicho programa y la manera en que informan al público.

Pregunta 6

Desde su perspectiva, ¿Cree usted que el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo influye de alguna manera en su visión u opinión política?

Tabla 11. Datos de influencia del programa Contacto Directo en la opinión pública

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	130	70,39%
No lo sé	31	16,80%
No	24	12,81%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

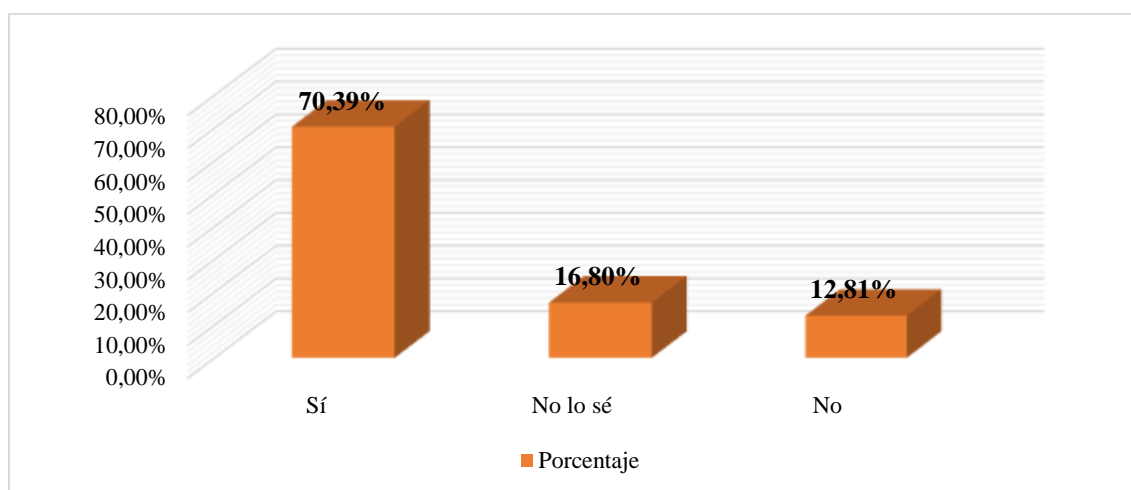


Figura 10. Influencia del programa Contacto Directo

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 70,39% de los encuestados, es decir 130 de 185, cree que el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo, sí influye en la visión u opinión política, debido a que los periodistas que entrevistan tienen una actitud bastante incisiva para posicionar su opinión personal o la opinión del dueño o dueños del canal televisivo, para inducir al entrevistado a decir lo que ellos desean, en caso que el entrevistado sea antagónico a la clara posición política del canal, por ello, generalmente el programa solo entrevista a políticos o personajes de la sociedad afines a sus intereses.

Pregunta 7

¿Cómo calificaría usted al programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?

Tabla 12. Datos de calificación del programa Contacto Directo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	10	5,60%
Muy bueno	16	8,80%
Bueno	55	29,59%
Regular	86	46,40%
Malo	18	9,61%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

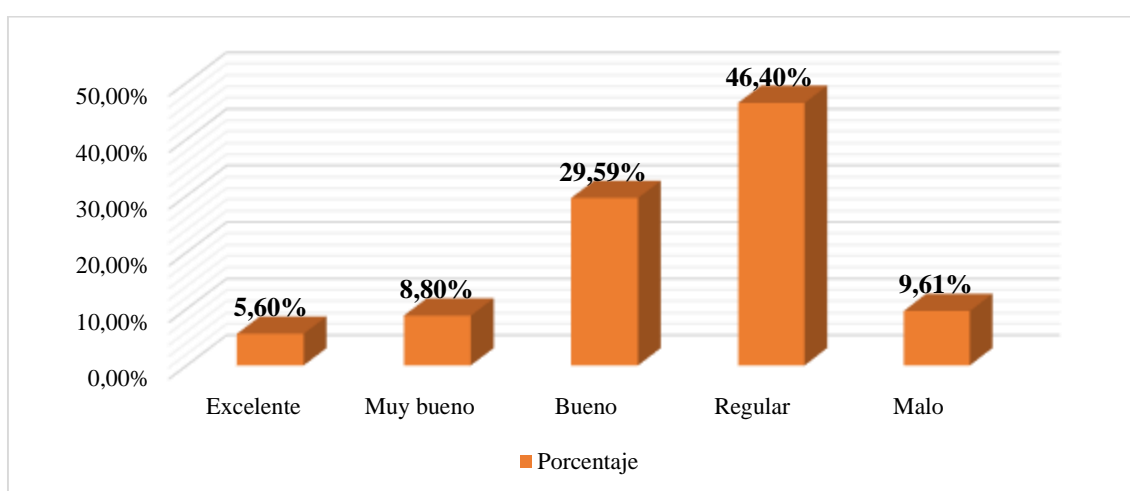


Figura 11. Calificación del programa Contacto Directo

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 46,40% de los encuestados, ha calificado al programa Contacto Directo como un programa regular, debido a la clara tendencia política que presenta, lo que va totalmente contra la ética del periodismo y contra los principios de objetividad que debe tener un programa de opinión sin sesgo; debido a que en este programa se exponen puntos de vista y análisis de situaciones según la línea política del canal para inducir al entrevistado y a la audiencia a asumir dicha posición sobre el tema, posicionando así un criterio de interés privado sobre el interés público y desconfigurando a la carrera periodística.

Pregunta 8

¿En qué cree usted que se destaca más el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?

Tabla 13. Datos de aspectos destacables del programa Contacto Directo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diversidad de los entrevistados	19	10,40%
Manera de conducción	107	57,59%
Ambos puntos, (a y b)	40	21,61%
Ninguno de los anteriores	19	10,40%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

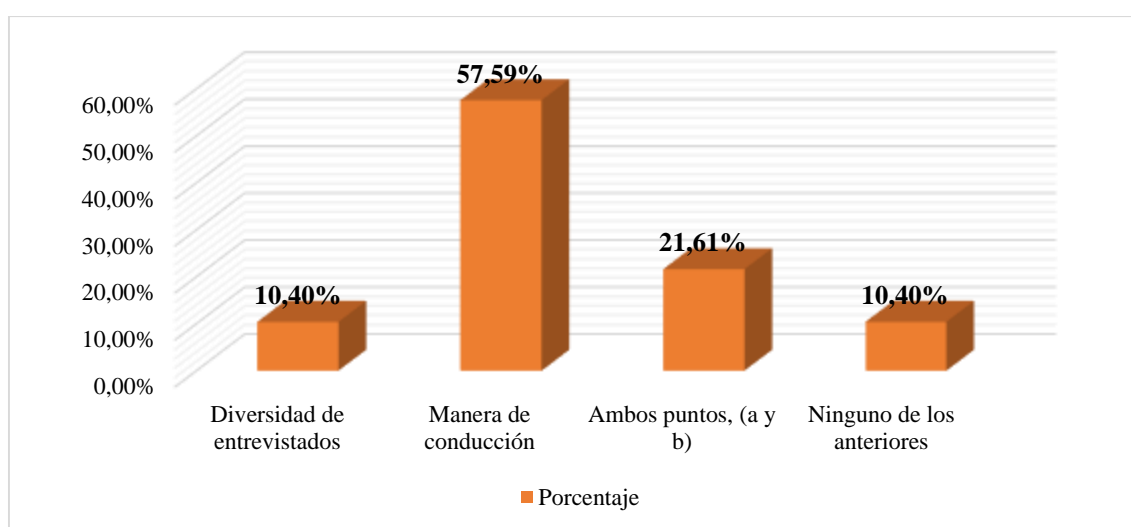


Figura 12. Aspectos destacables del programa Contacto Directo

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 57,59% de los encuestados, es decir, 107 de 185 alumnos de la carrera de Periodismo, cree que lo más destacado que tiene el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo es la manera en cómo los conductores realizan las entrevistas, teniendo como punto de partida la inducción en sus preguntas para posicionar el tema que sea de su interés (la del canal); lo que contraviene la función que debe cumplir el periodismo, en objetividad e imparcialidad frente a la consecución de la opinión pública.

3.6.9. Edad de los participantes

Tabla 14. Datos de edad de los participantes de la encuesta

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mayor de 18 años	10	5,60%
De 18 a 24 años	117	63,20%
Mayor de 24 años	58	31,20%
Total	185	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

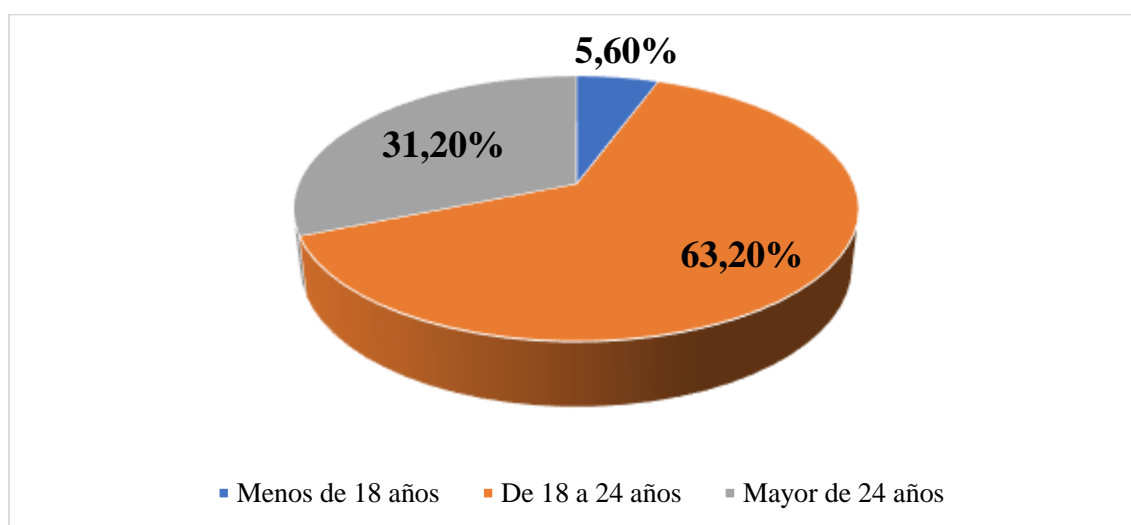


Figura 13. Edad de los participantes de la encuesta

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 63,20% de los encuestados, es decir 117 de 185 alumnos de la carrera de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de la Universidad de Guayaquil que fueron encuestados en este estudio, corresponden a edades que oscilan desde los 18 años a 24 años en su mayoría; además, existió una significativa muestra de 31,20% de los encuestados que son mayores de 24 años. Esto evidencia que la población encuestada es adulta universitaria y por lo tanto tiene un criterio formado sobre el tema presentado, el cual se ha fundamentado en el conocimiento de educación superior adquirido en la universidad.

3.6.10. Sexo de los participantes

Tabla 15. Datos del sexo de los participantes de la encuesta

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	86	46,40%
Femenino	99	53,60%
Total	125	100%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

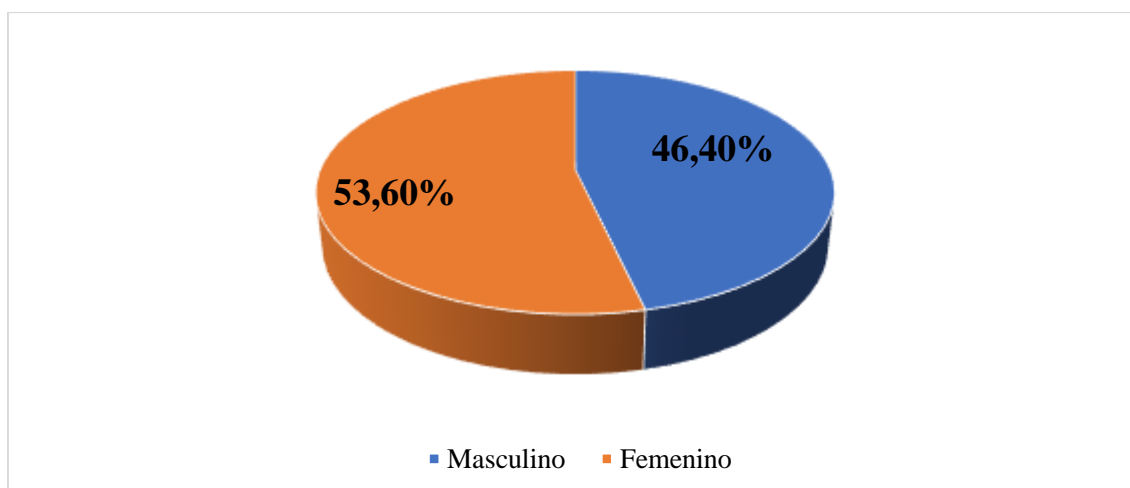


Figura 14. Sexo de los participantes de la encuesta

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Análisis

El 53,60% de los participantes en la encuesta fueron mujeres, y el 46,40% hombres, por lo que se ha realizado un estudio balanceado entre ambos sexos en similitud de porcentajes para la recepción del criterio y opinión de los alumnos sobre el tema planteado, razón por lo cual se ha llevado a cabo una investigación equitativa poblacionalmente y con argumentos estudiados a través de la fundamentación literaria, para poder llegar a un análisis real de la información, y el papel que juega el periodismo en la sociedad actual, razón por lo cual es un tema de evidente importancia debido a la incidencia de los medios de comunicación en la creación de criterios y opiniones sociales, que pueden ser inducidas al error o a la verdad.

3.6.1. Análisis de los resultados

Los datos analizados se basan en las respuestas más sobresalientes obtenidas de la recolección de datos de la encuesta, como el instrumento utilizado para realizar el estudio, y sobre los cuales se presentan los siguientes resultados:

Tabla 16. Resultados de la encuesta

<i>No.</i>	<i>Pregunta</i>	<i>Respuesta sobresaliente</i>	<i>Porcentaje</i>
1	¿Cree usted que la información que proporcionan los medios de comunicación es confiable y veraz?	No	71,20%
2	Según su criterio, ¿De dónde ha aprendido o conocido más sobre temas políticos?	Padres/ familiares/ amigos	53,60%
3	¿Le gustaría mantenerse informado sobre temas políticos?	Dependiendo del tema	49,60%
4	¿Le gusta observar el programa de entrevistas Contacto Directo de Ecuavisa?	Dependiendo del tema	59,19%
5	¿Con qué frecuencia usted ve el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?	Casi siempre, 2 o 3 veces a la semana	44,81%
6	Desde su perspectiva, ¿Cree usted que el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo influye de alguna manera en su visión u opinión política?	Sí	70,39%
7	¿Cómo calificaría usted al programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?	Regular	46,40%
8	¿En qué cree usted que se destaca más el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?	Manera de conducción	57,59%

Elaborado por: María Victoria Garzón García y Stefany Gabriela Utreras Farías

Los resultados obtenidos se han fundamentado sobre el criterio y opinión de los encuestados en base a ocho interrogantes planteadas para analizar la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo en los estudiantes de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, sobre lo cual se ha procedido a la revisión de las respuestas obtenidas más destacadas, que llevarán a la investigación a la consecución de sus objetivos.

Es por ello, que en los estudiantes encuestados, se ha podido determinar sobre un porcentaje de 70,39%, debido a que al realizar la pregunta sobre la influencia que este programa ejerce en la visión u opinión política, los estudiantes respondieron que sí influye, pero también han demostrado ser concientes del sesgo mediático que tiene el programa al momento de entrevistar o emitir una opinión, puesto que, creen que los periodistas responden a los intereses económicos y políticos de los dueños del canal y es en base a ello que realizan sus entrevistas y exponen sus argumentos, tratando de posicionar dicha idea en los espectadores.

Por lo tanto, en la determinación de la influencia del programa en los estudiantes de la carrera de Periodismo, los alumnos son concientes de la influencia que éste ejerce sobre ellos y sobre la sociedad en general, pero al mismo tiempo también son concientes del posicionamiento de ideas que el programa realiza en los televidentes, por lo cual, aunque son influidos políticamente, tratan de analizar tal influencia y crear criterios personales sobre las ideas emitidas en el programa, evaluando el papel del periodismo y los principios de objetividad que deben regir a la profesión.

3.7. Entrevista a profesionales

3.7.1. Entrevista al profesor de Estrategias de Comunicación Política y Económica, Msc. Felix Pilco del Salto.

La primera entrevista se realizó al Msc. Felix Pilco del Salto, Catedrático y Análisis Político, Profesor de Estrategias de Comunicación Política y Económica. El entrevistado, desde su criterio profesional expone que la influencia que este tipo de programas tiene sobre los jóvenes es muy grande, especialmente sobre aquellos que presentan mayor interés sobre la temática política y periodística, ya que a través de este tipo de fuentes de información, éstos crean un criterio personal y se conforma la opinión pública sobre determinados temas, motivo por el que, el catedrático manifiesta la responsabilidad de los medios de comunicación sobre los jóvenes, específicamente para el presente documento, en la carrera de Periodismo, debido a que son quienes mayormente consumen este tipo de programas.

El catedrático señala que si un estudiante de la carrera de Periodismo no observa este tipo de programas, no se estaría formando como buen profesional, pues es necesario aprender, analizar y reconocer las características periodísticas de los programas de opinión política y la generalidad de los medios de comunicación que se encargan de realizar este tipo de periodismo, debido a que es a partir de ello, que el alumno podrá discernir sobre la objetividad del periodismo y su enfoque de imparcialidad frente a la ciudadanía en general y a la construcción del futuro periodista.

Es así que, el entrevistado, considera que este tipo de programas, como Contacto Directo de Ecuavisa, sí influyen sobre la opinión de los jóvenes, especialmente de aquellos que están empezando en la construcción de valores periodísticos y criterio personal sobre temas políticos y la generalidad temática de interés social. Además el entrevistado manifiesta que existen tendencias marcadas sobre los intereses periodísticos de los jóvenes según la localidad.

Por ello estima, que el ejercicio del periodismo político tiene mayor incidencia en Quito, debido a que es la sede de todos los poderes del Estado, y desde ahí se hace política en el país, por ello, los jóvenes de la localidad tienen mayor interés y análisis sobre esos temas, en contraste con Guayaquil y la región costa, que presentan mayor interés por temas de su ciudad. Es decir, ambos enfoques mantienen una perspectiva que va desde lo macro y micro y su influencia en la opinión de las personas.

Por lo tanto, el entrevistado considera que los medios de comunicación, y específicamente este tipo de programas de opinión política, delinean y/o construyen una opinión generalizada en la sociedad, por lo que su responsabilidad debe ser alta en base a la función que cumplen para informar a las personas.

Es por ello, que se debe mantener una imparcialidad periodística sobre las opiniones que se transmiten en un medio de comunicación masivo, ya que los resultados que pueden tener sobre un país son de gran trascendencia, motivo por el cual se consideran el sexto poder del Estado, debido a la influencia e incidencia que tienen sobre la sociedad en general, especialmente sobre los más jóvenes.

3.7.2. Entrevista al Exgobernador del Azuay y Coordinador Político, Arq. Humberto Cordero.

La entrevista al Arq. Humberto Cordero, exgobernador de la provincia del Azuay y Coordinador Político, expuso su criterio sobre el tema analizado; por lo que, para él los medios de comunicación sí tienen una gran influencia sobre las personas y la sociedad en general; y esto se fundamenta en diferentes causas, de las cuales las principales son económicas y políticas, para la construcción de criterios y opiniones que puedan verse inclinadas hacia uno u otro aspecto según el interés con el que se transmita la información. Por ello, debe realizarse un periodismo serio y de credibilidad para que se presente una influencia positiva sobre las personas y se construya un criterio sólido y con bases verificables.

Sobre la objetividad de las opiniones políticas que se emiten en los programas de opinión política como Contacto Directo, el entrevistado manifiesta que el profesionalismo de la investigación que se realiza sobre la temática de un tema presentado, es decisivo para medir la objetividad e imparcialidad, puesto que el televidente podrá notar si existe un sesgo o no en la investigación y a partir de ello crear una opinión y/o criterio sobre un tema específico.

El entrevistado además indicó que los programas de opinión política no deberían responder a intereses privados, debido a que esto marca el punto de partida para la parcialidad periodística y la influencia sesgada que se puede ejercer sobre la ciudadanía, promoviendo errores en la formación de criterios sobre temas de gran interés nacional,

pero que son contruidos por medios de comunicación para llegar a cumplir objetivos económicos o políticos en detrimento de la sociedad.

Es así que el entrevistado expresó que los medios de comunicación en general, incluido Ecuavisa y el periodismo nacional, deben caminar hacia una madurez en la transmisión de la información, debido a que desempeñan un papel muy importante en la comunicación de noticias y sucesos de interés nacional e internacional en todos los ámbitos, por lo que su principal misión debe estar encaminada hacia la verdad y veracidad de la información en Guayaquil y el país.

3.8. Análisis: Interpretación de la objetividad

El análisis que presenta la interpretación de la objetividad, se deriva de los resultados de la investigación en base a la encuesta, entrevista y los hallazgos teóricos existentes, para responder a la declaración principal del problema. El estudio pretende agregar a la investigación periodística actual, una perspectiva del papel que desempeñan los medios de comunicación sobre los jóvenes, a través del análisis de la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, Contacto Directo, específicamente sobre los estudiantes de la carrera de Periodismo de la ULVR.

Los hallazgos generales que muestran el conocimiento periodístico político y la eficacia comunicativa de los jóvenes universitarios de la carrera de Periodismo son notables, ya que contrastan los resultados y criterios de las entrevistas a profesionales con las respuestas de las preguntas realizadas en las encuestas; demostrando que ambos criterios en conjunto tienen una similitud en el discernimiento analítico sobre la influencia

de este tipo de programas y la importancia de imparcialidad y objetividad del periodismo en la sociedad en general. Por lo que, los estudiantes están posicionados como intelectualmente hábiles en la temática presentada; lo que debe ser estimado como una población madura para el análisis de los medios de comunicación y la información que transmiten.

Sin embargo, las preguntas de la encuesta y la entrevista, contrastadas con la identificación de niveles de conocimiento que fundamentan la influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad, especialmente sobre los más jóvenes; presentan un enfoque conciso sobre la imparcialidad y objetividad que debe tener el periodismo al momento de emitir una opinión o transmitir una noticia. Considerando el hecho de que los espacios de opinión política de los medios de comunicación continúan integrándose en la vida cotidiana de las personas y que los jóvenes los visualizan o consumen fervientemente, como un medio para adquirir información y construir o asumir una posición de opinión política sobre determinados temas.

Los medios de comunicación y todos los medios en general tienen una gran influencia e impacto en los individuos y la sociedad, ya que muchas personas confían en los medios como fuente de información sin siquiera pensar si es verdad o no. Además, los medios de comunicación son una herramienta muy poderosa que puede cambiar rápidamente las perspectivas y creencias de las personas en pocos minutos, por lo que es fundamental que el periodismo moderno mantenga un enfoque de imparcialidad y objetividad con la información, para asegurar su veracidad y transmisión clara y acorde a los sucesos que realmente están aconteciendo.

Es así que los ciudadanos aprenden sobre política y gobierno principalmente de la televisión y los periódicos, por lo que el presente tema tiene gran relevancia para el desarrollo periodístico y social. Por ello, los medios de comunicación pueden influir en la ciudadanía y la ejecución de la política sobre temas particulares o argumentos de apoyo político que no necesariamente pueden resultar beneficiosos a la ciudadanía, pero sí a determinados grupos que dominan los medios. Razón por lo cual, es fundamental la objetividad e independencia periodística en la transmisión de la información.

Siendo así, el factor principal sin lugar a dudas son los medios de comunicación y su desempeño periodístico; por lo que, cabe destacar que los medios se dividen en medios públicos y privados y de allí parten sus enfoques informativos. En primer lugar, se supone que la neutralidad debe mantenerse en los medios; sin embargo, en el país lamentablemente no es cierto. Exactamente los canales privados están conectados a muchos políticos y partidos, que tienen el poder disponible en este momento o están actualmente en la oposición. Innumerables personas comunes tienen su propia opinión sobre ello; sin embargo, no es posible que la gente común trabaje y evalúe el amplio espectro de mensajes y proclamaciones, e incluso analice su relevancia.

Por lo tanto, en el término "influencia de la opinión pública", la gente acepta ser "alimentada" por los medios, lo que las personas en los rangos superiores prefieren para su "dominio". La independencia de los medios privados está ausente y es por eso que al menos los medios públicos deben ser independientes; puesto que están transmitiendo la información y, al hacerlo, están dando los estímulos al público para tomar una posición frente a las preguntas públicas. El televidente a menudo hace una opinión errónea basada en la información provista por los medios, la cual acepta, presenta e incluso apoya.

La información periodística es el tema de las discusiones diarias y la forma de su producción o supresión orientadas en diversos grupos sociales a la atención sobre el fenómeno social concreto. La opinión pública se crea en varios eventos y no necesita ser dirigida a todo el Estado, por lo que, no se debe olvidar que los medios en primer lugar son sujetos, que intentan acercarse al mayor espectro posible de receptores de la información. Una de las razones por las cuales están tratando de llamar la atención podría ser su deseo de ser ricos, reconocidos y visibles, pero con eso en mente, cada uno de los medios de comunicación tiene su propio líder, que es representativo.

Al tomar en consideración los cambios sociales y culturales de la sociedad moderna, los medios de comunicación se convirtieron en importantes intermediarios de la vida pública y privada. Las frases como un medio de comunicación o de masas son muy específicas. Los medios de comunicación representan la gran escala de recursos, desde donde obtienen conocimiento, ya sea que estén basados en lo falso, lo verdadero o la verdad a medias; estos influyen en el público de diversas formas y tienen un efecto grande y visible.

Los efectos de los medios influyen en los cambios de comportamiento o en el cambio de la mente del destinatario individual o del público. De acuerdo con el objetivo del impacto mediático, se pueden dividir en planeado o no, pero también se puede ver el impacto desde el punto de vista a largo plazo, cómo influye en la sociedad, especialmente en los jóvenes.

Por eso se puede dividir el impacto en largo y corto plazo; los medios en la sociedad tienen el lugar indisoluble para la existencia de la persona con el mundo que lo rodea. En muchos casos, la sociedad ni siquiera reconoce cuánto ni cuándo está siendo influenciado por los medios de comunicación, por lo que la persona y la sociedad en conjunto, se forman a través de todo el espectro de los medios de comunicación, exponiendo un gran desafío para la sociedad actual y futura, y es la regulación de un poder mediático que debe elevar sus argumentos de veracidad y responsabilidad en el ejercicio de una labor tan noble e importante como lo es el periodismo en el mundo.

CONCLUSIONES

- El presente trabajo de investigación analizó la influencia que ejerce el programa de entrevistas “Contacto Directo” de Ecuavisa, en el pensamiento político de los estudiantes de la carrera de Periodismo de la ULVR, lo cual se entendió en el estudio, como un elemento de construcción de opinión pública, sobre los intereses económicos y políticos desde diferentes puntos de vista, especialmente para los sectores sociales más jóvenes.
- En base a los referentes teóricos se valoró la influencia de los programas de televisión y su aporte en la construcción de la opinión política pública, lo que ha sido esencial para la comprensión de los principios del periodismo como los fundamentos que rigen al periodista en el ejercicio de sus actividades, las cuales deben ser valoradas sobre las premisas de objetividad, imparcialidad y veracidad de la información que se transmite a la sociedad en general.
- Se determinó la existencia de la influencia del programa de entrevistas Contacto Directo en un grupo de estudiantes, que a través de este argumento trató de señalar quién es el intermediario real de la información y/o desinformación, que se comparte con la sociedad, y quién es el mayor creador de opinión en el Estado; por lo que concluyó que sí existe tal influencia sobre los estudiantes de la carrera de Periodismo de la ULVR. Esto supone que, al llegar a una transmisión de información sesgada, el periodismo parcializado manipulado por intereses políticos o económicos, influyen a la opinión pública a través de los medios de comunicación, para así obtener favores económicos

y/o políticos, lo cual constituye un daño trascendental a los intereses de la sociedad en conjunto y afectación a los principios del periodismo.

- Con el presente trabajo investigativo se logró identificar las causas que propician la influencia de los medios de comunicación en los estudiantes de Periodismo de la ULVR, las que presentan falta de objetividad, imparcialidad, veracidad, es decir que se desestiman los principios periodísticos para el ejercicio de la carrera, lo cual tiene efectos negativos sobre la construcción de la opinión pública, debido a que está se construye mediante argumentos supuestos, es decir sin una comprobación real, y basados en premisas sin bases documentadas
- La interpretación de objetividad de los programas de entrevistas relacionados con la política y sus efectos sociales, se aplica a los medios de comunicación públicos y privados, debido a que ambos responden a sus propios intereses, por lo que es necesaria una reevaluación de los principios periodísticos, con el propósito de proveer información real, clara y objetiva a la población, aportando a la libertad de ideas y construcción de criterios definidos sobre la veracidad de determinados hechos y fundamentados en acciones reales y no construidas para responder a intereses de personas naturales o jurídicas que son dueñas de los medios de comunicación y a través de ello, pretenden ser dueños de la opinión pública generando negativos efectos sociales para el desarrollo nacional y del periodismo imparcial.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones realizadas para la presente investigación sobre el análisis de la influencia que ejerce el programa de entrevistas “Contacto Directo” de Ecuavisa, se presentan sobre tres puntos de importancia:

- Se recomienda fortalecer el nivel de análisis de los jóvenes universitarios, especialmente de la carrera de Periodismo de la ULVR, para que exista un mejor discernimiento de la información que es recibida a través de los medios de comunicación, especialmente de programas de opinión política, con el propósito de que puedan evaluar la objetividad, imparcialidad y veracidad de la información para que no sean objeto de manipulación y sesgo mediático.
- Se recomienda realizar grupos de discusión y debate sobre la influencia que ejercen los medios de comunicación y los programas de opinión política sobre la sociedad para analizar sus ventajas y desventajas en la construcción de criterios públicos a través de dicha información, con el fin de conocer de dónde proviene ese medio de comunicación y la información que transmiten para evaluar su objetividad e imparcialidad periodística, o si responde a intereses privados en la construcción de opinión.
- Se recomienda una mayor revisión de los principios periodísticos, que motiven a los jóvenes estudiantes de periodismo a la formación de una carrera fundamentada en la verdad, imparcialidad y objetividad, para que en su ejercicio profesional puedan transmitir información verificable, clara y sin sesgo, generando confianza y compromiso del periodista con la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acero, M. S. (2013). *Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías en los Centros Docentes de la Provincia de Ciudad Real*. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo. Madrid: UCM.
- Aladro, E. (21 de febrero de 2013). Las teorías profesionales y las 5 crisis del periodismo. *Revista Cuadernos de Información y Comunicación*, 7-8.
- Aramburu, D. V. (2014). *La influencia de las redes sociales de internet en las prácticas, hábitos y técnicas de los periodistas españoles*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid: UCM.
- Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión. (2016). *Evolución del periodismo en la década 2000 - 2010: Desarrollo de una prensa más democrática*. Informe periodístico, AER, Quito.
- Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión. (2017). *Informe estadístico del acceso a la información por medios de comunicación y prensa en general*. Informe anual, AER, Departamento de Información de Estadística de Audiencia, Quito.
- Berrocal, B. (2012). *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación* (Primera ed., Vol. I). (Kadmos, Ed.) Salamanca, España: Sociedad Española de Periodística.
- Caballero, M. (2015). *Principios literarios del periodismo y su papel en los medios de comunicación y las influencias sociales*. Pontificia Universidad Javeriana, Escuela de Periodismo y Artes Liberales. Bogotá: PUJ.
- Constitución de la República. (2008). *Artículo 23. De los Derechos Civiles: 10 - 11*. Montecristi, Manabí, Ecuador: CEP.
- Convención Americana sobre Derechos Humanos. (1969). *Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión* (Vol. II). San José, Costa Rica.

- Cortés, A. J. (2013). *Recomendaciones de ética periodística*. Universidad Santo Tomás, Departamento de Comunicación y Periodismo. Bogotá: UST.
- Dalmau, D. (2015). *Influencia del PRI en los medios de comunicación y el discurso para la aceptación o rechazo del electorado*. Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela de Comunicación Social: Periodismo. México D.F.: UNAM.
- Duque, G. (2016). *El papel de los medios de comunicación y su responsabilidad por la opinión política ciudadana: Estudio de caso de influencia política sobre el periodismo*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Comunicación Social. Quito: PUCE.
- Echeverría, M. (2017). *Sesgo partidista en medios informativos. Una crítica metodológica y propuesta*. Artículo científico, Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Guadalajara.
- Fábregas, R. (2015). *El debate ciudadanos sobre los medios de comunicación y la influencia política en el periodismo*. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Bogotá: UEC.
- Falconí, M. G. (2015). *Influencia del uso cotidiano de medios de comunicación por parte del Presidente Rafael Correa en su imagen y popularidad entre los estudiantes de 18 a 25 años de la Universidad San Francisco de Quito*. Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Ciencias Sociales y Humanidades. Quito: USFQ.
- Fuentes, M. (2013). *La prensa partidaria y las fuerzas económicas* (Segunda ed., Vol. II). México D.F., México: Guerrero.
- González, G. P. (2016). *Concepto de libertad de expresión, prensa e información*. Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Periodismo. Bogotá: UNC.
- Herreras, E. (2014). *Experiencia profesional y ética del periodismo de opinión*. Artículo científico, Universidad de València, Departamento de Periodismo, València.

- Iglesias, M. (2014). *Influencia de la política en los medios de comunicación* (Segunda ed., Vol. II). Madrid, España: Argos.
- Laguna, D. (2012). *El pluralismo político y la libertad de prensa* (Quinta ed., Vol. IV). Madrid, España: EPE.
- Lazcano-Peña, D. (2015). *Comunicación para periodistas. Análisis de los enfoques y autores predominantes en la enseñanza de teorías de la comunicación en las universidades españolas*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Escuela de Periodismo. Valparaíso: PUCV.
- Leiva, I. (2013). *Objetividad y profesionalismo en el periodismo: Los medios de comunicación frente a la influencia política* (Tercera ed.). Bogotá, Cundinamarca, Colombia: EPE.
- Ley Orgánica de Comunicación, Oficio No. T6369-SNJ-13-543 (Asamblea Nacional del Ecuador 21 de junio de 2013).
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). *Medios de comunicación social de carácter nacional*. Asamblea Nacional del Ecuador, Comisión de Comunicación Social. Quito: ANE.
- Llorens, R. (2015). *Los medios de comunicación y su influencia en la opinión de la política pública: Estudio de prestación diaria de atención a la televisión y medios periodísticos en general*. Pontificia Universidad Católica de Colombia, Facultad de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Bogotá: PUCC.
- Lozano, M. (2015). *Los objetivos democráticos y las relaciones políticas con la prensa*. Universidad de Navarra, Facultad de Ciencias Sociales . Pamplona: UN.
- Mármol, R. (2016). *La ética periodística profesional y su adecuación a la Ley Orgánica de Comunicación*. Universidad San Francisco de Quito, Escuela de Humanidades. Quito: USFQ.

- Martorell, R. (2016). *El profesionalismo del periodista frente a la presión política en los medios de comunicación*. Universidad Nacional de San Marcos, Escuela de Comunicación y Periodismo. Lima: UNSM.
- Montero, S. R. (2014). *Verdad, objetividad y exactitud de la información*. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo. Madrid: UCM.
- Morell, V. (2014). *Los medios de comunicación como agentes de comercialización de la opinión pública*. Universidad Carlos III de Madrid, Escuela de Periodismo. Madrid: UCIIM.
- Mulet, B. (2015). *Opinión Pública y esfera pública: Teoría de Jürgen Habermas en el papel del periodismo en la sociedad*. Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Periodismo. Buenos Aires: UNMP.
- Noguera, M. (2016). *El papel de los medios de comunicación y la concentración de la propiedad de medios masivos en la influencia de la opinión pública*. Universidad San Francisco de Quito, Facultad de Artes Liberales. Quito: USFQ.
- Olivares, S. (2016). *Los noticieros comerciales y el profesionalismo periodístico*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Comunicación Social. Quito: PUCE.
- Pallarès, A. (2015). *La posición periodística frente al poder económico y político*. Universidad de las Islas Baleares, Escuela de Periodismo. Palma: UIB.
- Prat, L. (2014). *Los medios de comunicación y el fortalecimiento de la democracia en América Latina*. Pontificia Universidad Católica de Colombia, Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Bogotá: PUCP.
- Rabadán, P. (23 de Julio de 2015). El control político de la televisión y de sus noticias. (U. P. Salamanca, Ed.) *Revista Interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 8-9.

- Ribes, M. (2013). *Debate entre partidismo político y profesionalismo periodístico*. Universidad Autónoma de Barcelona, Escuela de Artes Liberales. Barcelona: UAB.
- Ríos, A. A. (2013). *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo. Madrid: UCM.
- Rocamora, A. (2014). *El papel del periodista y su influencia en la opinión pública: Profesionalismo y objetividad en los de comunicación*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Facultad de Comunicación Social. Santander: UIMP.
- Rodríguez, O. E. (2014). *Análisis de la profesión periodística: Compromiso ético y profesional con la información y su público: Un estudio del área local en medios de comunicación de la Comunidad de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo. Madrid: UCM.
- Rojas, A. (2013). *Libertad de expresión y profesionalismo periodístico*. Universidad de Concepción, Facultad de Comunicación y Periodismo. Santiago: UC.
- Saavedra, M. (2015). *Influencia de la política en los medios de comunicación y opinión periodística*. Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Periodismo. Buenos Aires: UNMP.
- Salamanca, R. (2012). *Importancia de la objetividad y profesionalismo periodístico* (Cuarta ed., Vol. II). Buenos Aires, Argentina: Platense S.A.
- Salazar, G. (2015). *Los medios de comunicación y los partidos políticos: Influencia política de la opinión pública*. Universidad Central del Ecuador, Facultad de Comunicación Social. Quito: UCE.

- Sánchez, F. J. (2014). *Estudio pragmático del discurso periodístico español. A propósito de los debates sobre el estado de la nación*. Universidad de Granada, Facultad de Comunicación, Filosofía y Letras. Granada: UG.
- Santos, G. (2013). *Ecuador y la prensa política: 20 años de influencia de partidos políticos en los medios de comunicación*. Universidad San Francisco de Quito, Facultad de Comunicación Social y Humanidades. Quito: USFQ.
- Schleifer, P. (2017). *La socialización periodística o sobre los principios de producción de la creencia en la objetividad*. Universidad Nacional del Comahue, Escuela de Comunicación y Periodismo. Buenos Aires: UNC.
- Sierra, T. (2017). *Análisis del discurso político de Rafael Correa en Ecuavisa y Ecuador TV y la recepción en estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social. Guayaquil: UG.
- Solana, F. (2013). *Los medios de comunicación y los agentes políticos* (Tercera ed., Vol. VII). Madrid, España: EPE.
- Soler, B. (2014). *Principios y fundamentos de la Comunicación Social: El papel del periodista* (Tercera ed., Vol. III). México D.F., México: Guerrero.
- Somoza, E. (2014). *Democracia y participación de los medios de comunicación: Conjunto periodístico entre prensa y sociedad*. Universidad de Valencia, Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Valencia: UV.
- Supo, E. H. (2014). *Criterios de producción periodística y motivaciones de los personajes políticos para la exposición mediática*. Universidad Nacional del Altiplano, Escuela de Ciencias de la Comunicación Social. Puno: UNA.
- Toledo, D. (2014). *El papel de la prensa frente a los políticos en América Latina* (Primera ed., Vol. I). México D.F., México: Hidalgo S.A.

- Torralba, A. (2016). *Prensa y sociedad: Construcción de democracia solida a través de los medios de comunicación*. Instituto Periodístico de Madrid. Madrid: UPM.
- UNESCO. (2007). *Programa educativo para el mejoramiento de las prácticas y habilidades periodísticas*. Programa educativo y cultural, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Paris.
- Universidad Laica Vicente Rocafuerte. (2018). *Número de matriculas de alumnos inscritos en la Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Periodismo*. Informe de Inscripciones de alumnos, ULVR, Carrera de Periodismo, Guayaquil.
- Uribe, R. (2015). *El papel de los medios de comunicación y su influencia sobre la opinión política ciudadana*. Universidad de Los Andes, Escuela de Artes Liberales. Quito: UA.
- Vilaplana, H. (2012). *La eficiencia y oportunidad del programa de educación y culturización de la UNESCO para los periodistas en América Latina*. Universidad Austral, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: UA.
- Yilin, D. (2014). *La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital*. Universidad Autónoma de Barcelona, Programa de Maestría en Investigación en Comunicación y Periodismo. Barcelona: UAB.
- Zaragoza, P. (2016). *Credibilidad y confianza del televidente en los programas de noticias de Caracol TV: Influencia política en medios de comunicación*. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Periodismo. Bogotá: PUJ.

ANEXOS

Anexo A. Carta de autorización para encuesta

Guayaquil, 7 de mayo del 2018

Señor
Mgs. Federico Varas C.
Director de carrera
Facultad de Periodismo
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presente. -

En base a nuestro proyecto de graduación titulado "**Análisis de la influencia política del programa de entrevistas de Ecuavisa, contacto directo, en los estudiantes de periodismo de la ULVR**", solicitamos muy respetuosamente se nos permita realizar una encuesta a los estudiantes de la Facultad de Periodismo con el fin de recolectar los datos necesarios para poder desarrollar el tema antes mencionado.

Agradecemos la atención prestada.

Atentamente,


María Victoria Garzón
CI. 0929566453


Stefany Utreras Farias
CI. 0930688502


Antonina
5/05/2018



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

ENCUESTA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO**

EDAD

-18 años	De 18 años a 24	+24 años
----------	-----------------	----------

SEXO

Masculino	Femenino
-----------	----------

- 1. ¿Cree usted que la información que proporcionan los medios de comunicación es confiable y veraz?**
 - a) Sí
 - b) Depende del medio
 - c) No
- 2. Según tu criterio, ¿De donde ha aprendido o conocido más sobre temas políticos?**
 - a) Padres / familiares / amigos
 - b) Escuela / colegio / universidad
 - c) Medios de comunicación
 - d) Redes sociales (Twitter / Facebook)
- 3. ¿Le gustaría mantenerse informado sobre temas políticos?**
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
- 4. ¿Le gusta observar el programa de entrevistas contacto directo de ecuavisa?**
 - a) Siempre
 - b) Ocasionalmente
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
- 5. ¿Con qué frecuencia usted ve el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?**
 - a) Siempre, de lunes a viernes
 - b) Casi siempre, 2 o 3 veces a la semana
 - c) Una vez a la semana

- d) Unas cuantas veces al mes
- e) Nunca

6. Desde su perspectiva ¿Cree usted que el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo influye de alguna manera en su visión u opinión política?

- a) Sí
- b) No lo sé
- c) No

7. ¿Cómo calificaría usted al programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

8. ¿En qué cree usted que se destaca más el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?

- a) En la diversidad de los entrevistados (Contraste de versiones/puntos de vista)
- b) En la manera en como los conductores realizan las entrevistas
- c) En ambos puntos (a y b)
- d) En ninguno de los anteriores



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

ENTREVISTA


**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO**

Entrevistados:

- a. Msc. Felix Pilco del Salto, Catedrático y Análisis Político, Profesor de Estrategias de Comunicación Política, Economía.
- b. Arq. Humberto Cordero, Exgobernador de la provincia del Azuay y Coordinador Político.

1	¿Cree usted que los medios de comunicación tienen algún tipo de influencia en las personas? Si su respuesta es afirmativa, explique ¿por qué?
2	Desde su perspectiva, ¿Cuáles son las causas que propician la influencia de los medios de comunicación en la sociedad?
3	¿Considera que los programas de entrevistas relacionadas con la política son objetivos?
4	¿Qué opina usted sobre el programa de entrevistas “Contacto Directo” de Ecuavisa? ¿Cómo lo calificaría?
5	¿Qué tipo de efectos sociales podría causar la influencia de este tipo de programas de entrevistas relacionados con la política?

Anexo D. Ejemplo de encuesta realizada



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO

ENCUESTA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO

EDAD

-18 años	De 18 años a 24	+24 años
----------	-----------------	----------

SEXO

Masculino	Femenino
-----------	----------

1. ¿Cree usted que la información que proporcionan los medios de comunicación es confiable y veraz?
 - a) Sí
 - b) Depende del medio ✓
 - c) No

2. Según tu criterio, ¿De dónde ha aprendido o conocido más sobre temas políticos?
 - a) Padres / familiares / amigos
 - b) Escuela / colegio / universidad
 - c) Medios de comunicación ✓
 - d) Redes sociales (Twitter / Facebook)

3. ¿Le gustaría mantenerse informado sobre temas políticos?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Dependiendo del tema ✓
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca


4. ¿Le gusta observar el programa de entrevistas contacto directo de Ecuavisa?
 - a) Siempre ✓
 - b) Ocasionalmente
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca

5. ¿Con qué frecuencia usted ve el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) Siempre, de lunes a viernes ✓
 - b) Casi siempre, 2 o 3 veces a la semana
 - c) Una vez a la semana
 - d) Unas cuantas veces al mes
 - e) Nunca

6. Desde su perspectiva ¿Cree usted que el programa de entrevistas de Ecuavisa: ¿Contacto Directo influye de alguna manera en su visión u opinión política?
 - a) Sí ✓
 - b) No lo sé
 - c) No

7. ¿Cómo calificaría usted al programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) Excelente ✓
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno
 - d) Regular
 - e) Malo

8. ¿En qué cree usted que se destaca más el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) En la diversidad de los entrevistados (Contraste de versiones/puntos de vista)
 - b) En la manera en como los conductores realizan las entrevistas ✓
 - c) En ambos puntos (a y b)
 - d) En ninguno de los anteriores



Anexo E. Ejemplo de encuesta realizada



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO

ENCUESTA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO

EDAD


-18 años	De 18 años a 24	+24 años
----------	-----------------	----------

SEXO

Masculino	Femenino
-----------	----------

1. ¿Cree usted que la información que proporcionan los medios de comunicación es confiable y veraz?
 - a) Sí
 - b) Depende del medio
 - c) No
2. Según tu criterio, ¿De dónde ha aprendido o conocido más sobre temas políticos?
 - a) Padres / familiares / amigos
 - b) Escuela / colegio / universidad
 - c) Medios de comunicación
 - d) Redes sociales (Twitter / Facebook)
3. ¿Le gustaría mantenerse informado sobre temas políticos?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
4. ¿Le gusta observar el programa de entrevistas contacto directo de Ecuavisa?
 - a) Siempre
 - b) Ocasionalmente
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
5. ¿Con qué frecuencia usted ve el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) Siempre, de lunes a viernes
 - b) Casi siempre, 2 o 3 veces a la semana
 - c) Una vez a la semana
 - d) Unas cuantas veces al mes
 - e) Nunca
6. Desde su perspectiva ¿Cree usted que el programa de entrevistas de Ecuavisa: ¿Contacto Directo influye de alguna manera en su visión u opinión política?
 - a) Sí
 - b) No lo sé
 - c) No
7. ¿Cómo lo calificaría usted al programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno
 - d) Regular
 - e) Malo
8. ¿En qué cree usted que se destaca más el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) En la diversidad de los entrevistados (Contraste de versiones/puntos de vista)
 - b) En la manera en como los conductores realizan las entrevistas
 - c) En ambos puntos (a y b)
 - d) En ninguno de los anteriores

Anexo F. Ejemplo de encuesta realizada




UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO

ENCUESTA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO

EDAD	-18 años	<u>De 18 años a 24</u>	+24 años
SEXO	<u>Masculino</u>		Femenino

1. ¿Cree usted que la información que proporcionan los medios de comunicación es confiable y veraz?
 - a) Si
 - b) Depende del medio
 - c) No
2. Según tu criterio, ¿De dónde ha aprendido o conocido más sobre temas políticos?
 - a) Padres / familiares / amigos
 - b) Escuela / colegio / universidad
 - c) Medios de comunicación
 - d) Redes sociales (Twitter / Facebook)
3. ¿Le gustaría mantenerse informado sobre temas políticos?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
4. ¿Le gusta observar el programa de entrevistas contacto directo de Ecuavisa?
 - a) Siempre
 - b) Ocasionalmente
 - c) Dependiendo del tema
 - d) Casi nunca
 - e) Nunca
5. ¿Con qué frecuencia usted ve el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) Siempre, de lunes a viernes
 - b) Casi siempre, 2 o 3 veces a la semana
 - c) Una vez a la semana
 - d) Unas cuantas veces al mes
 - e) Nunca
6. Desde su perspectiva ¿Cree usted que el programa de entrevistas de Ecuavisa: ¿Contacto Directo influye de alguna manera en su visión u opinión política?
 - a) Si
 - b) No lo sé
 - c) No
7. ¿Cómo calificaría usted al programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Buena
 - d) Regular
 - e) Malo
8. ¿En qué cree usted que se destaca más el programa de entrevistas de Ecuavisa: Contacto Directo?
 - a) En la diversidad de los entrevistados (Contraste de versiones/puntos de vista)
 - b) En la manera en como los conductores realizan las entrevistas
 - c) En ambos puntos (a y b)
 - d) En ninguno de los anteriores



Anexo G. Realización de encuesta a estudiantes



Anexo H. Realización de encuesta a estudiantes



Anexo I. Realización de encuesta a estudiantes



Anexo J. Realización de encuesta a estudiantes



Anexo K. Realización de encuesta a estudiantes



Anexo L. Realización de encuesta a estudiantes



Anexo M. Entrevista al Msc. Felix Pilco del Salto



Anexo N. Entrevista Arq. Humberto Cordero

