



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
Y DE LA COMUNICACIÓN**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN  
PERIODISMO**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**¿CÓMO AFECTA EL TRATAMIENTO ÉTICO Y PROFESIONAL DE LAS  
NOTICIAS EN LA INFORMACIÓN QUE PUBLICAN LOS MEDIOS IMPRESOS DE  
LA CIUDAD DE MILAGRO?**

**Autor:  
NOVILLO ALBÁN EDUARDO GENARO**

**Milagro, abril de 2012**

**Ecuador**

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro.

### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**¿CÓMO AFECTA EL TRATAMIENTO ÉTICO Y PROFESIONAL DE LAS NOTICIAS EN LA INFORMACIÓN QUE PUBLICAN LOS MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO?**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por el Egresado

EDUARDO GENARO NOVILLO ALBÁN

C.I 0919413716

### **TUTOR**

---

Lcdo. Juan Carlos Cevallos

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Yo: Eduardo Novillo Albán, por medio de este documento, entrego el proyecto; **“¿CÓMO AFECTA EL TRATAMIENTO ÉTICO Y PROFESIONAL DE LAS NOTICIAS EN LA INFORMACIÓN QUE PUBLICAN LOS MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO?”**, del cual me responsabilizo por ser el autor del mismo y tener la asesoría personal del Lcdo. Juan Carlos Cevallos.

.

Milagro, abril del 2012.

---

EDUARDO NOVILLO ALBÁN

C.I 0919413716

### **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN EN PERIODISMO otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

<b>MEMORIA</b>	<b>( )</b>
<b>CIENTÍFICA</b>	
<b>DEFENSA</b>	<b>( )</b>
<b>ORAL</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>( )</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>( )</b>

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR DELEGADO**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mis padres: Dr. Eduardo Novillo Avecillas y Lcda. Amelia Albán Vinueza, por ayudarme a seguir con mis estudios superiores; a mi hermana Econ. Ambard Novillo Albán, a su esposo Sr. Jorge Narváez Jurado, a mi querido sobrino Bryan Narváez Novillo y a las personas que me enseñaron en las aulas lo más indispensable de esta profesión: la ética en el periodismo, la responsabilidad para desempeñar esta profesión y la labor que debe desempeñar un periodista en el país.

**EDUARDO GENARO NOVILLO ALBÁN**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi querida abuela Guadalupe Vinueza, por inculcarme desde pequeño los valores principales para ser una persona de bien, a mis tías (os) y primas (os) por enseñarme y ayudarme en mis inicios como estudiante; a las personas que sin ser familia han estado apoyándome en mis tareas como estudiantes y a los licenciados que me formaron como un profesional de calidad.

**EDUARDO NOVILLO ALBÁN**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de “**¿CÓMO AFECTA EL TRATAMIENTO ÉTICO Y PROFESIONAL DE LAS NOTICIAS EN LA INFORMACIÓN QUE PUBLICAN LOS MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO?**”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y Comunicación.

Milagro, abril del 2012

---

EDUARDO NOVILLO ALBÁN

C.I 0919413716

## ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor	ii
Página de declaración de autoría de la investigación	iii
Certificación de la Defensa	iv
Página de dedicatoria	v
Página de agradecimiento	vi
Página de Cesión de Derechos de Autor	vii
Índice general	viii

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

	<b>Pág.</b>
Introducción	1
1.1 Planteamiento del problema	3
1.1.1. Problematización del Problema	3
1.1.2 Delimitación del Problema	5
1.1.3 Formulación del Problema	6
1.1.4 Sistematización del problema	6
1.1.5 Determinación del tema	6
1.2 Objetivos	6
	viii



1.2.1 General	6
1.2.2 Específicos	6
1.3 Justificación	7

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

	<b>Pág.</b>
2.1 Marco teórico	9
2.1.1 Antecedentes históricos	9
2.1.2 Antecedentes referenciales	12
2.1.3 Fundamentación	13
2.2 Marco legal	17
2.3 Marco conceptual	22
2.4 Hipótesis y variables	23
2.4.1 Hipótesis General	23
2.4.2 Hipótesis Particulares	23
2.4.3 Declaración de Variables	23
2.4.4 Operacionalización de las variables	24

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

	<b>Pág.</b>
3.1 Tipo y diseño de investigación	26

3.2 Población y muestra	27
3.2.1 Características de la Población	27
3.2.2 Delimitación de la Población	27
3.2.3 Tipo de la muestra	27
3.2.4 Tamaño de la muestra	27
3.2.5 Proceso de selección	28
3.3 Métodos y técnicas	28
3.4 El tratamiento estadístico de la información	29

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

	<b>Pág.</b>
4.1 Análisis de la situación actual	30
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva	36
4.3 Resultados	36
4.4 Verificación de la hipótesis	37

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

	<b>Pág.</b>
5.1 Tema	38
5.2 Fundamentación	38
5.3 Justificación	38

5.4 Objetivos	39
5.4.1 Objetivo general de la propuesta	39
5.4.2 Objetivos específicos	39
5.5 Ubicación	39
5.6 Factibilidad	39
5.7 Descripción de la propuesta	40
5.7.1 Actividades	45
5.7.2 Recurso y análisis financiero	46
5.7.3 Impacto	46
5.7.4 Cronograma	47
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	47
Conclusiones	48
Recomendaciones	49
Bibliografía	50
Referencias Textuales	52
Anexos	53

## ÍNDICE DE CUADROS

### **Cuadro 1.**

Operacionalización de las variables	24
-------------------------------------	----

### **Cuadro 2.**

Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	30
---	----

<b>Cuadro 3.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	31
<b>Cuadro 4.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	32
<b>Cuadro 5.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	33
<b>Cuadro 6.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	34
<b>Cuadro 7.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	35
<b>Cuadro 8.</b>	
Verificación de la hipótesis	37
<b>Cuadro 9.</b>	
RECURSO Y ANÁLISIS FINANCIERO	46
<b>Cuadro 10.</b>	
Cronograma	47

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>PÁG.</b>
<b>Gráfico 1.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	30
<b>Gráfico 2.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	31
<b>Gráfico 3.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	32

**Gráfico 4.**

Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro 33

**Gráfico 5.**

Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro 34

**Gráfico 6.**

Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro 35

## RESUMEN

El desarrollo de este proyecto investigativo ha permitido conocer a profundidad sobre la ética periodística con la que actualmente se maneja el entorno comunicacional del cantón Milagro. La ética profesional puede definirse como la ciencia normativa que estudia los deberes y derechos profesionales de cada profesión; al decir profesional no solo se refiere a que la ética es solo para quienes tienen un cartón o son profesionales, sino que va destinada especialmente a las personas que ejercen una profesión u oficio particular. Es importante puntualizar el criterio de personajes reconocidos y entendidos del ámbito comunicacional, como es Deborah Potter; según lo manifiesta, en su Manual de Periodismo Independiente “La responsabilidad fundamental de los periodistas en una sociedad libre es informar, comunicar las noticias con precisión e imparcialidad, es decir, ejercer el periodismo ético.” Para Ricardo Rodríguez bibliotecario Municipal de este cantón “todo periódico por la parte económica tienen un manejo diferente de la noticia por esa razón en muchas ocasiones abusan de la crónica roja”.

Tomando en consideración estas aportaciones de profesionales que conocen sobre el tema, se ha propuesto en este proyecto la elaboración de un manual ético periodístico, el cual se compone de articulados que regulan el accionar de los profesionales del periodismo al publicar una información en el medio escrito en el que laboran. Con esto se espera que el lector pueda recibir datos veraces y sobre todo que no afecten la susceptibilidad de las personas. Los ejemplares que serán entregados a los distintos medios escritos de este sector, siempre y cuando estos se responsabilicen del costo de su elaboración. La propuesta de este trabajo está encaminada a contribuir en la disminución de información tergiversada como de contenido censurado, por tal razón se han establecido las respectivas conclusiones y recomendaciones, que aportaran directamente al sector periodístico de esta localidad.

## ABSTRACT

The development of this project investigativo has allowed to know to depth on the journalistic ethics with which nowadays the communication environment of the canton manages Milagro. The professional ethics can be defined as the normative science that studies the duties and professional rights of every profession; on having said not alone professional refers that the ethics are alone for those who have a carton or are professional, but it is destined specially to the persons who exercise a profession or particular trade. It is important to specify the criterion of prominent figures recognized and understood on the communication area, since she is Deborah Potter; as it demonstrates, in his Manual of Independent Journalism " The fundamental responsibility of the journalists in a free company is to report, to communicate the news accurately and impartiality, that is to say, to exercise the ethical journalism." For Ricardo Rodríguez librarian Municipal of this canton " any newspaper on the economic part they take a managing different from the news as this reason in many occasions abuse the red chronicle ".

Taking in consideration these professionals' contributions that know on the topic, one has proposed in this project the production of an ethical journalistic manual, which consists of articulated that they regulate to gesticulate of the professionals of the journalism on having published information in the written way in which they work. With this it hopes that the reader could receive veracious information and especially that do not affect the susceptibility of the persons. The copies that will be dedicated to the different written means of these sector, always and these when they take responsibility of the cost of his production. The offer of this work is directed to contribute in the decrease of information distorted like of censured content, for such a reason there have been established the respective conclusions and recommendations, which were reaching directly to the journalistic sector of this locality.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo contiene información referida al comportamiento de los profesionales del periodismo de este cantón y su forma de trabajar con respecto a los datos emitidos por los distintos medios escritos que circulan en esta localidad.

Para una mejor comprensión del tema planteado se ha distribuido la información en cinco capítulos, donde se podrá observar los lineamientos empleados en este trabajo.

**El primer capítulo** está compuesto por el planteamiento del problema, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene este estudio sobre la ética periodística. También encontramos los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo.

La justificación sustenta el porqué del proyecto la importancia y seriedad, puesto que esto ayudará a proyectar a la ciudadanía una información veraz y oportuna.

**El segundo capítulo** se refiere al marco teórico donde se pone en manifiesto que el proyecto es autentico y viable. En su fundamentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la ética periodística, su incidencia y efectos.

**El tercer capítulo**, se refiere a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente, esto conlleva a la formulación de interrogantes con respuestas trascendentales para la realización de una investigación y análisis profunda.

Además contamos con las técnicas e instrumentos de la investigación que nos posibilita la interpretación de datos encontrados para nuestra investigación.



La técnica utilizada fue de la encuesta dirigida los estudiantes y profesionales de este sector demás personas dedicadas a una actividad comercial, a través de esta técnica obtendremos los resultados necesarios para la obtención de nuestro objetivo.

**En el cuarto capítulo** tenemos las respectivas preguntas planteadas en la encuesta las mismas que se realizaron y aplicaron a la muestra poblacional tomada como referencia para realizar nuestro estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de este instrumento.

**En el quinto capítulo** tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general del manual de ética periodística, la ubicación.

Se podrá visualizar claramente el contenido del trabajo propuesto, finalmente se realizaran las respectivas conclusiones y recomendaciones.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los medios escritos que se publican en Milagro no aplican la ética y profesionalismo que debe manejar un medio informativo, cada uno de sus ejemplares están llenos de material absurdo, extremista y hasta cierto punto devastador que atenta contra la moral y dignidad de las personas.

No cumplen con informar al lector manejando la información en forma correcta, además que en reiteradas ocasiones dichos “periódicos” se convierten en un informativo privado, pues a cambio de cierta cantidad de dinero publican lo que sus anunciantes desean y no la realidad del cantón y sus habitantes.

Es de vital importancia comenzar a rescatar la verdadera labor periodística cumpliendo primordialmente con las leyes de ética, moral y profesionalismo aprendidas en el aula de clases y darle a la ciudadanía lo que se merece, prensa leal y veraz, que trabaje cumpliendo las normas y márgenes de calidad necesarios.

#### **1.1.1 Problematicación: Origen y descripción del problema**

Las primeras manifestaciones de carácter sensacionalista pertenecen al siglo XVI con las gacetas alemanas y francesas que incluían notas sobre crímenes, dramas familiares y chismes de la realeza.

En la segunda mitad del siglo XIX se las asumió como expresiones de carácter particular y deliberado de hacer periodismo. Esto ocurrió principalmente en Francia, Inglaterra, Alemania y en los Estados Unidos.

La agencia noticiosa internacional *Associated Press* inventó en 1944, un ataque nazi contra una flota mercante brasileña en el Océano Atlántico que impulsó al gobierno de Brasil a hacerse parte de las naciones aliadas contra Alemania y poco después, tras la victoria de la revolución cubana en 1959, difundió en más de cuarenta oportunidades versiones falsas sobre una supuesta muerte del líder de ese movimiento, Fidel Castro.

El periodismo sensacionalista surge en el Perú, con enorme éxito, en 1950, con el diario vespertino “Última Hora”, fundado por Pedro Beltrán, logrando a fines de ese año las más altas ventas del periodismo peruano con el célebre titular “Chinos como cancha en el paradero<sup>38</sup>”. En la década de los 90, los diarios “Chicha” como se los conoce popularmente en Perú, se encuentran en pleno auge.

Si algo preocupa allí donde opera el sensacionalismo, es la cuestión nunca resuelta del todo, de sus presuntos efectos en el incremento de las tasas de violencia y criminalidad, en la incitación al sexo descontrolado o, en contraste, en su función educativa y ejemplarizadora (cuando muestra las consecuencias de las conductas no admitidas socialmente).

Para la mayoría de los consumidores a nivel mundial, el perfil de los diarios sensacionalistas está basado en las noticias del mundo del espectáculo y la aparición de vedettes; en segundo lugar, a la crónica roja y a los casos policiales. En nuestro país, la presencia y valoración de los titulares o noticias vinculados a la política no motivan la compra. Por ello podemos concluir que la motivación para su compra o lectura integral no se originaría en el interés por los contenidos políticos; sino, en la crónica roja, las mujeres semidesnudas y los casos policiales.

Luego de analizar de forma detallada cada uno de los medios impresos que circulan en el cantón Milagro, basándonos en los diferentes manuales de estilo y redacción periodística de los diarios *El Comercio* y *El Hoy* y el manual de estilo de diario *El País* de España, además de tomar en cuenta las opiniones vertidas por varios conocedores de la materia en el cantón, hemos

detectado la poca o nula aplicación de ética y profesionalismo utilizada por los periódicos de la localidad al momento de publicar una noticia.

Los medios más allá de informar buscan estrategias mal enfocadas de ventas, tratan de impactar al lector de forma errónea, llegando al extremismo, haciendo publicaciones fuertes que atentan en muchos casos contra la sensibilidad de la ciudadanía y en especial la de los involucrados en la noticia; dejando como último, pero no menos importante, el hecho de incumplir con un sin número de leyes establecidas en la Constitución Política del Ecuador, el Código de Protección de la Niñez y la Adolescencia, entre otros, que son clave importante para la publicación de un medio informativo.

#### **Pronóstico:**

Esta problemática a hecho que la prensa escrita local pase de ser un medio informativo a un tabloide cargado de sangre, terror, exposición de cuerpos desnudos, fotografías desgarradores y un sin número de pronunciamientos que violan la ética y el profesionalismo que debe caracterizar a un periodista así como la creación de diseños inusuales en el periodismo real.

Y si en esta problemática no existiera arreglo para la prensa escrita local, llegarían a ser demandados por los múltiples incumplimientos a las leyes del país, teniendo que pagar altas sumas de dinero e inclusive ser condenados penalmente.

#### **Control del Pronóstico:**

Tomando en cuenta los antecedentes encontrados consideramos que la ciudad y sus alrededores necesitan un periódico que informe con la veracidad y claridad que la población necesita; además de cumplir con todas y cada uno de las leyes que demanda el Estado y sin jugar con la sensibilidad del lector.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Región:** Costa

**Cantón:** Milagro

**Sector:** Medios Impresos

**Área temática:** Comunicación

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Cómo influye en los lectores la información publicada en los medios impresos sensacionalistas del cantón Milagro?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

- ¿Por qué utilizan los medios escritos del cantón imágenes crudas?
- ¿Los periodistas son conscientes del que provocan en las personas que leen las noticias publicadas?
- ¿Qué reacciones causaría a la ciudadanía un periódico que se rija en las leyes civiles, éticas y morales necesarias para trabajar con profesionalismo?

### **1.1.5 Determinación del tema**

El tratamiento de la información en los medios impresos de Milagro, bajo principios éticos del periodista

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General de la Investigación**

Concienciar a periodistas y editores de los medios impresos de Milagro sobre un manejo ético de la información.

### **1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación**

- Determinar el efecto que causa en el lector la prensa escrita que circula en nuestra ciudad, cargada de imprecisiones informativas, imágenes fuertes, redacción y publicación final.

- Identificar si los medios escritos del cantón tienen un manual de estilo para orientar éticamente a sus redactores y así no cometa errores en sus publicaciones.
- Identificar las necesidades que tiene la ciudadanía de recibir en sus manos un periódico diferente que respete sus valores, sensibilidad y derechos como ciudadanos.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN:**

El presente trabajo cuenta con información veraz sobre el tema planteado, además se justifica en la investigación, indagación y análisis respectivo del tratamiento que se le da a la prensa escrita en el cantón y su efecto en la ciudadanía

Con este trabajo se buscara los medios legales que impiden que la prensa amarillista valla más allá de realizar crónica roja de un hecho, un espectáculo digno de ser observado por la ciudadanía en general sin pensar en los sentimientos y pesares de los involucrados en cada una de las notas publicadas.

El periódico es el medio de comunicación masivo más antiguo que existe en Milagro, el mismo que ha venido sufriendo cambios y variaciones a lo largo de los años, en muchos de sus casos convirtiéndose en un suplemento político, publicista, “vendido al mejor postor”, preocupado por interés económicos sin pensar en la verdadera razón por la cual existen, que es INFORMAR.

Con el aporte de experiencias, comentarios, análisis así como diagnósticos de varios profesionales y conocidos de la materia quienes señalan que Milagro no cuenta con un periódico real que cumpla a cabalidad con las necesidades de información que el cantón requiere vemos la necesidad de cumplir con este reto de devolverle a la comunidad un medio escrito que contenga la veracidad que requieren conocer de los hechos y el acontecer local, nacional e internacional.

Esta es una forma de obligar a los medios existentes a cambiar su ritmo de trabajo, respetar al lector y sus exigencias.

El propósito de esta investigación es poner en alto renombre el manejo de la comunicación expuesta a la ciudadanía, la misma que es severa al momento de hacer una crítica sobre algún medio de prensa escrita u otros.

En la actualidad este es un tema que está tomando un giro muy importante, ya que se exige que la información sea real y sin distorsiones que no afecte la integridad de las personas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

A nivel mundial existen un sin número de medios de comunicación que muy reconocidos en todo el planeta, donde manejan informaciones realmente importante referente a la situación de un país o a su vez de un suceso de trascendencia, donde se manejan de una forma muy profesional, sin embargo existen medios no lo realizan de esta manera. En Latinoamérica existe una cadena de comunicación conocida como la CNN, la cual mantiene un alto renombre por su seriedad en manejar diferentes tipos de informaciones. Cabe mencionar que a pesar del profesionalismo con el que se manejan ha tenido ciertos problemas que han puesto en apuros a estas grandes cadenas de la comunicación, esto demuestra que a pesar de proyectar un buen trabajo comunicativo siempre existe algún inconveniente.

El cantón Milagro, en la década de los 50 tuvo la necesidad de sacar a circulación un medio de comunicación escrito en el que se informe a la ciudadanía los hechos más relevantes de esos días.

Por esa razón, el 24 de noviembre de 1957, Elías Aguilera publicó un semanario llamado “La Crónica” y llegó a costar 0,20 ctvos; teniendo tan solo de 4 a 6 páginas de información.

Este semanario era de tinte político ya que “hacía mierda a todito el mundo, contra los Valdez, contra las autoridades, contra los profesores; llevaba la



contra a todo el mundo”, mencionó Ricardo Rodríguez (2012), conocido comunicador con trayectoria en el cantón.

Se caracterizó por tener un estilo telegráfico, irónico y denunciaba irregularidades de los sectores públicos y privados.

Luego comenzó a circular el primer diario en el cantón llamado “La Época” fundado el 24 de agosto de 1963 por Jacinto Matamoros Olvera, dicho ejemplar tenía un costo de 0,40 ctvos.

“La Época” tenía muchas publicidades y una sección que se llamaba fotograma, en esta se veían fotografías de tipo social y acontecimientos relevantes; además, publicaban noticias internacionales. Los títulos siempre eran centrados y escritos en altas y bajas.

“Prensa La Verdad” un diario que comienza a circular en el año de 1984 actualmente es el número uno en ventas en nuestra localidad con el manejo de la crónica roja y con imágenes que son censuradas por una parte de la comunidad milagreña, por el mal uso que se les da a esas imágenes.

Y es que como lo manifiesta Ricardo Rodríguez “todo periódico por la parte económica tienen un manejo diferente de la noticia por esa razón en muchas ocasiones abusan de la crónica roja”.

En el año 1995, se crea el primer diario en el cantón llamado “El Nacional” teniendo un contenido de información local o regional dependiendo de la proximidad de la noticia, este diario tiene su sede en la ciudad de Machala.

Cabe recalcar que en este diario no se presentan investigaciones hechas por sus comunicadores y es menos sensacionalista que el periódico “Prensa La Verdad”, según lo manifiesta el Dr. Carlos Serrano Garzón (2012), ex-Concejal del cantón Milagro en el periodo de 1984-1988, por el Frente Radical Alfarista (FRA).

Luego en el año de 2003, circuló un semanario llamado “El Ciudadino” teniendo como directora a la Ing. Lucy Higuera, quien sin tener un título de periodista estuvo a cargo de este semanario.

Y es que para tener un periódico o diario no se necesitaba tener título de periodista, y “en ese tiempo se sacaba un periódico según la tendencia o personaje político que causaba mayor relevancia en el país”, manifestó Ricardo Rodríguez.

Los medios escritos del cantón Milagro no cumplen con **tratamiento ético y profesional de las noticias**; esto se debe a que los dueños prefieren lograr vender más - gastar menos y se olvidan de los lectores.

Por eso, es que hay problemas graves en los medios escritos de la localidad como son la crudeza de las imágenes que acompañan al texto en las noticias, la poca profundización que se hace en cada noticia que se publica y el uso inadecuado que se le da al medio escrito en nuestro cantón, pierde credibilidad ante la sociedad.

Hay varias causas por lo que ocurre esto, entre ellas citamos: la falta de conocimientos universitarios en el campo del periodismo, falta de conocimientos de las leyes para el ejercicio del periodista, el uso indiscriminado de sensacionalismo y crónica roja en las secciones de los diarios, la falta de un manual de estilo para no cometer errores ortográficos y gramaticales.

Se intuye que los lectores en el cantón Milagro se los este involucrando diariamente con altos contenidos de violencia, que afecta en su vida particular y social tanto a niños, adolescentes, jóvenes adultos y toda persona que lea el periódico, por el incremento de violencia que se ha dado en nuestro cantón en los últimos años.

Para evitar un resultado negativo en la sociedad milagreña es necesario promover la difusión e implementación de medios escritos que respondan a las necesidades de información ciudadana pero con tratamientos éticos-profesionales de la noticia en cada una de sus secciones; para desintoxicar de violencia, sensacionalismo o crónica roja y reemplazarla con los principios básicos con los que son formados los periodistas: información, educación y entretenimiento.

### **2.1.2 Antecedentes referenciales**

#### **El diario público El Telégrafo**

Es resultado de la incautación que hiciera la AGD de las propiedades vinculadas al Banco del Progreso, que fue a su vez, propiedad del ex banquero Fernando Aspiazu Seminario, cuya quiebra fue considerada como detonante de la crisis financiera de 1999.

El Estado ecuatoriano lo adquirió en 2007, con el Ministerio de Finanzas como principal accionista, a fin de incrementar el sistema de medios públicos en el que se pensó desde los inicios del Gobierno de Rafael Correa. De esta manera, surge con nueva imagen y bajo nueva dirección editorial el 17 de marzo de 2008, con el eslogan de “Primer diario público del Ecuador”.

El nombre y las instalaciones de este diario, que tiene sede en la ciudad de Guayaquil, fue durante casi todo el siglo XX, propiedad de la familia de José Abel Castillo, hasta la tercera generación. El nombre tiene la tradición de 125 años, pues, fundado en 1884 por Juan Murillo Miró, resistió no solo al gran incendio de Guayaquil (1889) sino también dictaduras militares, persecuciones políticas, clausuras. En la década de los años 90, El Telégrafo fue adquirido por el ya mencionado ex banquero Aspiazu Seminario, junto con la radioemisora del mismo nombre, que también pertenecía a la familia Castillo. Estos dos medios, además del canal SíTV, hoy llamado Canal Uno, constituyeron uno de los emblemáticos ejemplos de medios vinculados al

capital bancario y financiero del país, cuya prohibición es norma constitucional desde 2008.

Si bien El Telégrafo tiene un costo menor al del resto de los impresos de circulación nacional (\$ 0.25), se distribuye, gratuitamente sobre todo, entre entidades públicas, académicas y otras. Sus páginas editoriales, con diversidad de articulistas, hombres y mujeres, académicos, dirigentes sociales, periodistas, escritores, religiosos, que también expresan algunas posiciones críticas al Gobierno, son citadas con frecuencia por otros medios de comunicación, quizás para contrastar posiciones con las consideradas como voces afines al oficialismo. Este diario tiene su manual de estilo, con el cual se maneja en este medio tan exigente.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Roberto Rodríguez Andrés Periodistas ante conflictos. (2008)**

En la sociedad actual las situaciones conflictivas rodean nuestro quehacer diario. No se trata sólo de enfrentamientos armados sino que su naturaleza abarca desde conflictos psicológicos y crisis empresariales hasta enfrentamientos étnicos, electorales o mediáticos. Y en ellos, como señalan los editores en el prólogo de este libro, los medios de comunicación juegan un papel decisivo. Han dejado de ser simples espejos de la realidad para pasar a interpretar, valorar e incluso persuadir a sus audiencias. Lo que escriben es punto de referencia para miles de personas. Periodistas ante conflictos aúna los dos campos de interés citados y ofrece algunas claves para comprender cuál es el papel que los medios de comunicación pueden desempeñar en momentos de crisis. “¿Contribuyen realmente los medios a resolver conflictos o, en su incesante búsqueda de lo extraordinario, los avivan aún más?”.

Parte del libro recopila las aportaciones presentadas durante el transcurso de las XIII Jornadas Internacionales de la Comunicación, organizadas por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, y celebradas en Pamplona los días 5 y 6 de noviembre de 1998. En la variedad de los autores

y los distintos puntos de vista tratados reside su interés, que sobrepasa al de periodistas y académicos y se dirige a todos los ciudadanos interesados por los acontecimientos que surgen en este final de siglo y en los que los medios de comunicación son, sin duda, protagonistas indiscutibles.

La introducción y el primer capítulo están dedicados a establecer la base teórica sobre el concepto y la naturaleza del conflicto, y sobre el carácter mediador de los profesionales de la comunicación. Al respecto, escriben Alejandro Llano, Francisco Gómez Antón y Alejandro Navas García, profesores de la Universidad de Navarra; Alejandro López García, de la Universidad de Valencia; y Mia Doornaert, ex presidenta de la Federación Internacional de Periodistas. Gómez Antón apunta que los medios, al contribuir a desarrollar la capacidad crítica de los ciudadanos, alimentan el debate necesario para desvelar la verdad. Y en este sentido, Mia Doornaert afirma que “la luz brota del choque de ideas”. No se pretende, por lo tanto, que los medios eliminen los conflictos, sino que los encaucen hacia vías de diálogo y participación.

Una vez delimitada la aproximación teórica, los siguientes capítulos analizan determinados tipos de conflictos de gran repercusión mediática y social. El segundo capítulo se centra en conflictos internacionales, principalmente de carácter bélico, con especial referencia a dos recientes en el tiempo: la intervención de la OTAN en Yugoslavia y la tensión mantenida entre India y Pakistán a raíz de las pruebas nucleares llevadas a cabo por ambos países y, sobre todo, por su disputa sobre el territorio de Cachemira. Aportaciones que corresponden a Pedro Lozano Bartolozzi y María Teresa La Porte, profesores de la Universidad de Navarra; y Vicente Garrido Rebolledo, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid. También hay unas líneas dedicadas a recoger una propuesta original, la de Juan Pedro Quiñonero, escritor y periodista, corresponsal de ABC en París, que propone fijarse en Goya y sus fusilamientos del 2 de mayo para aprender a redactar una buena crónica de un conflicto internacional, para saber contemplar la realidad y comunicarla.

El conflicto vasco y el papel de los medios en relación con el terrorismo ocupa el tercer capítulo. Florencio Domínguez, periodista de Vasco Press y autor de varios libros sobre ETA, expone la visión que ha tenido la banda terrorista sobre los medios; Cayetano González Hermosilla, jefe de comunicación del Ministerio del Interior señala las estrategias del gobierno en la comunicación de ese conflicto; y Teresa Sádaba Garraza, docente de la Universidad de Navarra, habla sobre la cobertura del terrorismo realizada por los medios. También se incluyen trabajos empíricos de Alfonso Vara Miguel y del equipo de investigación formado por José Javier Sánchez Aranda, Jordi Rodríguez Virgili y Silvia Pellicer, profesores de la Universidad de Navarra.

La cuarta parte se aproxima al mundo empresarial y al campo de la comunicación en situaciones de crisis, un área menos conocida pero no por ello menos importante, ya que la comunicación se ha convertido en un elemento más a tener en cuenta en la política de la empresa. En este capítulo se cuenta con las aportaciones de Carlos Sotelo, profesor en la Universidad de Navarra; Teresa Dorn, consejera de Burson Marsteller; y José María García-Perrote, subdirector de relaciones con los medios de Repsol. Los ejemplos que se apuntan sobre crisis en determinadas empresas –sobre todo aquellas que cuentan con importantes factores de riesgo como el sector petroquímico o el de las líneas aéreas– ilustran la necesidad de una buena gestión en comunicación si se quiere alcanzar el triunfo empresarial. Resultan de particular interés los criterios y pautas que se ofrecen para la planificación y gestión de este tipo de conflictos.

Y el último capítulo presta atención a otras situaciones conflictivas en las que han intervenido periodistas: el profesor Carlos Barrera habla de la “guerra de los medios” vivida en España, centrándose en la batalla en torno a las plataformas digitales; el periodista de Canal Sur, Miguel Montaña, escribe acerca de los conflictos medioambientales y del desastre de Doñana; y la profesora Rosa Berganza trata el papel de los medios en los conflictos étnicos y culturales, partiendo de las aportaciones del sociólogo Robert Park.

El libro se cierra con el epílogo de Violeta Chamorro, ex presidenta de Nicaragua, que viajó hasta Pamplona para recoger el II Premio Brajnovic de la Comunicación que anualmente otorga la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. El hilo conductor de su discurso fue la libertad de prensa: “Para todos los tiempos mi reflexión es la misma: no puede haber paz y democracia sin lograr primero libertad de prensa”.

Unas palabras que ponen punto final a esta obra recopilatoria, y que consigue constituirse en espacio de reflexión y de análisis práctico sobre el binomio conflicto-comunicación. Su valor fundamental se encuentra en las ideas de fondo que surgen a lo largo de los diferentes trabajos y cuyo nexo de unión es el principio de la responsabilidad del periodista. El trabajo que desarrolla el periodista es un servicio público y no un mero instrumento de enriquecimiento o de fama. En definitiva, se debe al público, sujeto principal del derecho a la información.

### **María Luisa Gárate (2008)**

Antes de la aparición de los tipos de imprenta móviles a mediados del siglo XV, las noticias se difundían por vía oral, por carta o por anuncio público. El alemán Johann Gutenberg, es considerado como el inventor de la imprenta. La fecha de dicho invento es el año 1450 y el ejemplar conocido como la Biblia de Gutenberg, sobrepasa en belleza y maestría a todos los libros que supuestamente le precedieron. El gran logro de Gutenberg contribuyó sin duda de forma decisiva a la aceptación inmediata del libro impreso como sustituto del libro manuscrito.

En el periodo comprendido entre 1450 y 1500 se imprimieron más de 6.000 obras diferentes. El número de imprentas aumentó rápidamente durante esos años. Hasta 1609 no se empezaron a publicar los primeros periódicos. Estos ejemplares, impresos en el norte de Alemania, se denominaban “Corantos” y publicaban “suelos” sobre sucesos en otros países. La palabra noticia se acuñó un siglo más tarde.

### **Fundamentación ética:**

**Deborah Potter;** según lo manifiesta, en su Manual de Periodismo Independiente “La responsabilidad fundamental de los periodistas en una sociedad libre es informar, comunicar las noticias con precisión e imparcialidad, es decir, ejercer el periodismo ético.”

Basándonos en lo anterior, escogimos los principios básicos de ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales de Estados Unidos, una organización periodística de tipo voluntario, que menciona:

#### **Buscar la verdad e informar sobre ella.**

El periodista debe ser sincero, imparcial y valiente para recopilar, transmitir e interpretar la información.

#### **Minimizar los daños.**

El periodista ético trata a sus informantes, a las personas de quienes escribe y a sus colegas como seres humanos que merecen respeto.

#### **Actuar con independencia.**

El periodista no debe estar obligado con ningún otro interés que no sea el derecho del público a la información.

#### **Ser responsable.**

El periodista es responsable ante sus lectores, oyentes, espectadores y colegas.

**La ética aristotélica es una ética elitista;** para él, la plena excelencia sólo puede ser alcanzada por el varón adulto y maduro perteneciente a la clase alta y no por las mujeres, niños, "bárbaros" (no griegos) o "mecánicos" asalariados (trabajadores manuales), a los que Aristóteles se negaba a conceder el derecho al voto.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **LEY DE COMUNICACIÓN<sup>1</sup>**

Los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública constituyen sustentos de la democracia y son parte del núcleo de la dignidad y autonomía de las personas que el Estado

---

<sup>1</sup> Investigación basada en la Ley de Comunicación del año 1975, vigente hasta la fecha.



Constitucional está obligado a proteger. No hay democracia si los ciudadanos y ciudadanas no son libres para definir de la manera autónoma sus preferencias y voluntad política y la opinión pública no surge de procesos deliberativos libres de coacción y presiones. Sin la vigencia de estos derechos es imposible pensar en una sociedad plural, basada en el respeto a los demás y el ejercicio de la libertad en su acepción más amplia. Sin la protección y garantía de estos derechos, además, no sería factible el ejercicio de los demás derechos humanos, los mismos que requieren de un libre flujo de información, la expresión creativa de todas las manifestaciones individuales y colectivas de la sociedad y el acceso a la información sobre asuntos de interés público.

En ese sentido, la protección y plena vigencia de los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a información pública se ubican en el centro del sistema de protección de los derechos humanos en general y su limitación podría generar una grave devaluación de la democracia en su conjunto. Los derechos sobre los cuales versa esta Ley son derechos fundamentales de los cuales depende la vida democrática de la sociedad y el ejercicio mismo de la ciudadanía.

La Ley de Comunicación, Libertad de Expresión y Acceso a la Información Pública ubican a los derechos humanos, su vigencia y protección, en el centro de la convivencia social. Así lo exige el Estado constitucional de derechos y justicia que consagra la Constitución del Ecuador, la misma que establece que el más alto deber de Estado es respetar y hacer respetar los derechos de los ecuatorianos. En tal virtud, los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública deben entenderse y aplicarse en su sentido más amplio, anteponiendo su plena garantía a cualquier intensión de interferencia o intervención estatal o intento de control por parte de sectores públicos o privados que busquen distorsionarlos o adecuarlos a sus intereses particulares.

El principal objetivo de la LEY DE COMUNICACIÓN es universalizar el derecho a la comunicación, así como democratizar el acceso a los medios y a las tecnologías que hacen posible el ejercicio de este derecho.

**Artículo 10.** Pluralidad y diversidad en el proceso de comunicación.- La construcción un sistema democrático depende del mayor flujo de información posible, así como de diversidad de las fuentes para hacer realidad el pluralismo en el proceso de comunicación. Para ello, es indispensable la existencia de medios de comunicación, periodistas y comunicadores independientes, que puedan ejercer su profesión en libertad y sin coacción alguna. Se prohíbe la existencia de monopolios y oligopolios públicos o privados en la propiedad de los medios de comunicación. Las limitaciones antimonopólicas u oligopólicas serán las mismas que para otros sectores. Se promoverá la creación de medios de comunicación comunitarios, propiedad de organizaciones sin fines de lucro legalmente constituidas. El proceso de asignación de frecuencias propiciará la participación democrática de dichos actores en el proceso comunicativo, en igualdad de condiciones.

**Artículo 12.** Publicidad y máxima divulgación de la información pública.- La información pública, y en general cualquier información que se encuentre en poder del Estado o cualquiera de sus instituciones, incluyendo aquellas en las cuales el Estado tenga participación o aquellas entidades privadas que hayan sido recibido recursos estatales o se traten sobre asuntos de interés público, se someterán al principio de publicidad y al principio de máxima divulgación de la información pública. La información pública en poder de los servidores públicos pertenece a la sociedad y a los ciudadanos. La responsabilidad de proteger la información confidencial en poder del Estado corresponde exclusivamente a las autoridades y servidores públicos a cargo de dicha información. El Estado y las instituciones privadas depositarias de archivos con información pública están obligados a garantizar el acceso a la información. El acceso a la información pública será gratuito.

**Artículo 13.** Limitaciones a los derechos de comunicación.- Ninguna expresión estará sujeta a censura previa y que toda limitación deberá producirse mediante responsabilidades ulteriores. El derecho al acceso a la información pública solo podrá limitarse por razones de defensa nacional.

## CAPÍTULO VI

### DEL DERECHO AL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

**Artículo 36.** Alcance de la información pública.- La información pública comprende a todo documento, en cualquier formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas que produzcan o guarden información de interés público, incluidos partidos y organizaciones políticas, organizaciones no gubernamentales; los contenidos e informaciones, creados u obtenidos por ellas que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado. Se excluirá del principio de publicidad de la información pública la información pública personal o información confidencial.

**Artículo 37.** Publicidad obligatoria.- Las instituciones y entidades mencionadas por el artículo 36 deberán publicar en su página web institucional y en un medio físico lo siguiente:

- a) Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; plan estratégico, misión, visión; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos;
- b) El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal;
- c) La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes;
- d) Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones;
- f) Los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción;

- g) Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos;
- h) Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal;
- i) Información completa y detallada sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones;
- j) Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución;
- k) Planes y programas de la institución en ejecución;
- m) Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño;
- o) El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley;

**Artículo 38.** Obligación de mantener archivos.- Las entidades señaladas en el artículo 36 de esta Ley deberán, mantener y preservar los archivos físicos o electrónicos con toda la documentación e información en su poder.

**Artículo 39.** Responsabilidad por la información pública.- Quienes administren, manejen, archiven o conserven información pública, serán personalmente responsables, solidariamente con la autoridad de la dependencia en poder de dicha información y/o documentación, por las consecuencias civiles, administrativas o penales a que pudiera haber lugar, por sus acciones u omisiones, en la ocultación, alteración, pérdida y/o desmembración de documentación e información pública. Los documentos

originales deberán permanecer en las dependencias a las que pertenezcan, hasta que sean transferidas a los archivos generales o Archivo Nacional.

**Artículo 40.** Informes.- Las instituciones señaladas en el artículo 36 de esta Ley, a través de su titular o representante legal, presentarán al Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación, hasta el último día laborable del mes de marzo de cada año, un informe anual sobre el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública, que contendrá:

- a) Información del período anterior sobre el cumplimiento de las obligaciones que le asigna esta Ley;
- b) Detalle de las solicitudes de acceso a la información y el trámite dado a cada una de ellas; y,
- c) Informe semestral actualizado sobre el listado índice de información reservada.

### 2.3 MARCO CONCEPTUAL.

**Investigación:** determina actitudes y comportamientos de los públicos con objeto de identificar actividades afines a ellos.

**Relaciones con los medios:** establece y fomenta una relación profesional y cordial con los medios de comunicación, con el objetivo de mantener una presencia continuada y positiva en éstos.

**Imprescindible.-** Que es necesario indispensable.

**Interactividad.-** Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetivos, agentes o fuerzas.

**Relaciones con empleados:** Fomenta la relación con los empleados de la organización, les motiva y les fideliza, a la vez que sirve como vehículo de comunicación.

**Fideliza:** Se los induce a los futuros clientes o empleados a consumir nuestro producto o a ser fieles con nuestra empresa.

**Organización.-** Acción de organizar. Manera como está compuesto un cuerpo. Institución o agrupación que tienen a cargo un grupo de personas ejerciendo alguna actividad laboral.

**Dirección.-** Acción de dirigir, administrar correctamente, a través de un buen mando y liderazgo empleado en las decisiones propias de una organización.

**Control.-** Comprobación, inspección registro / dominio o mando en alguna actividad.

**Subordinados.-** Personas que están al mando de un líder, o jefe para llevar a cabo el cumplimiento de un objetivo en común.

**Motivación.-** Acción de motivar / Incentivo que mueve a esforzarse para alcanzar ciertas metas.

**Procesos.-** Acción de ir hacia adelante, para el cumplimiento de un objetivo propósito.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis General**

Si se norma el comportamiento ético de los periodistas en los medios escritos de Milagro, incidiría de manera positiva en los lectores la información publicada.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

- Aplicando técnicas como la encuesta y la entrevista obtendremos datos para la elaboración de un manual de ética del periodismo que satisfaga las necesidades de la ciudadanía, además que cumple con las leyes y normas a cabalidad.
- Los profesionales de la comunicación están consientes de los problemas que provocan en las personas que leen las noticias publicadas.
- El contar con un medio que maneje información adecuada causara un impacto social en la ciudadanía

### **2.4.3 Declaración de Variables**

#### **Variable Independiente**

El tratamiento ético de la información en los medios impresos de Milagro

### **Variables Dependientes**

Incidencia positiva en los lectores

### **Hipótesis particulares**

#### **Variable Independiente**

Técnicas.

#### **Variables Dependientes**

Leyes y normas

#### **Variable Independiente**

Profesionales de la comunicación

#### **Variables Dependientes**

Noticias publicadas

#### **Variable Independiente**

Información adecuada

#### **Variables Dependientes**

Impacto social

## **2.4.4 Operacionalización de las Variables**

**Cuadro 1**

<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
El tratamiento ético de la información en los medios impresos de Milagro	El tratamiento ético debe ser utilizado de manera responsable y siguiendo los principios expuestos en la fundamentación ética.	Es importante tener un manual ético, que canalice la información a publicarse de una manera responsable.
Incidencia positiva en los lectores	A través de una difusión ética de la información se podrá circular su contenido para	Aplicación de Herramientas investigativas

	todas las edades.	
Redacción	Van a ser concisas, claras y precisas.	El director de contenido, además de estudiar lo que se va a publicar, se encargará también de revisar las noticias para tener ese resultado; y se darán capacitaciones para que todos redacten así.
Diagramación	Dará una continuidad y claridad para que el lector pueda leer toda la información	La diagramación se va a regir a estándares de lectura, es decir, a la forma en que las personas leen con mayor claridad.
Leyes	Se basará en el cumplimiento de todas las leyes vigentes para no caer en ilegalidades o demandas.	Se tendrá un abogado para que revise lo redactado y sea principal fuente de consulta de los periodistas en términos legales.

**Elaborado por:** Eduardo Novillo Albán



## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El tratamiento ético y profesional de las noticias en el diseño e implementación de un periódico para la ciudad de Milagro tiene las siguientes características:

La **finalidad** de este proyecto es que la Universidad Estatal de Milagro tenga un medio de comunicación escrito en el que los estudiantes que estén finalizando la carrera de Comunicación Social, pueden hacer las pasantías preprofesionales y así obtengan experiencia laboral.

Va a ser **descriptiva** porque la información recopilada va a realizarse mediante encuestas.

El diseño de esta investigación es **cuantitativo**.

Y en cuanto a la perspectiva general de la investigación, se determina en primer lugar por el papel de los investigadores en la investigación, va a ser participativo e interactivo. Además la interpretación y percepción de la realidad que interese a los investigadores, va a ser enfocada siempre en el tratamiento ético y profesional de las noticias.

La estructura del conocimiento que conciba el investigador, esta determinada con no imponer sino de consensuar criterios, con quienes compongan el Departamento de Relaciones Públicas y se retroalimentará y fortalecerá con la experiencia de ellos.

## 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

### 3.2.1 Características de la población

La población va a ser los lectores, profesionales, estudiantes universitarios (comunicación social), profesores y autoridades del Cantón Milagro.

### 3.2.2 Delimitación de la población

El tamaño de la población milagreña, es de 166634 habitantes, de acuerdo al INEC. Por lo tanto, la población para esta investigación es de **166634**.

### 3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra en esta investigación es **no probabilística**, porque nosotros seleccionaremos a los individuos u objetos no por probabilidad sino por causas relacionadas con las características de los investigadores.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

Como nuestra población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

$$n = \frac{Npq}{z^2 \left( \frac{E^2}{(N-1)} + pq \right)}$$

Donde:

**n:** tamaño de la muestra.

**N:** tamaño de la población (166634)

**p,q:** Probabilidades de éxito y fracaso, que tienen un valor de 50% (0,5)

**E:** error, se considera el  $E = 0,0025$

$$\frac{166634 (0,5) (0,5)}{(166634 - 1) 0,05 (0,5) (0,5)}$$

$$1,96$$

$$n = \frac{166634 (0,25)}{166633 0,0025 0,25}$$

$$3,84$$

$$n = \frac{41658,5}{416,5825 .+ 0,25}$$

$$3,84$$

$$n = \frac{41658,5}{108,485026 .+ 0,25}$$

$$n = \frac{41658,5}{108,73503}$$

$$n = \mathbf{383}$$

### 3.2.5 Proceso de selección

Como nuestra muestra no es probabilística, seleccionamos:

**Muestra por tipos:** Porque los encuestados van a ser lectores, profesionales, estudiantes universitarios (comunicación social), profesores y autoridades (se designarán en proporciones iguales).

### 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

El proyecto tendrá como método principal: el de observación directa, como lo dice Restituto Sierra Bravo, que consiste en la inspección por medio de los sentidos, con o sin la ayuda de aparatos técnicos, de las cosas, hechos o realidades sociales.

La recopilación de los datos de esta investigación se la hará a través de un cuestionario a las personas anteriormente mencionadas.

### **3.4 El tratamiento estadístico de la información**

Se hará bajo criterios estadísticos porcentuales marcando las tendencias mayoritarias de la muestra tomada para esta investigación. Se aplicarán pasteles para mostrar de manera gráfica estos resultados.

Las entrevistas servirán para obtener nuevos criterios de personas entendidas en la temática de esta investigación.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Encuesta realizada a la ciudadanía Milagreña y a los profesionales residentes en esta localidad.

#### 1.- ¿Qué opina de la información publicada en los medios escritos del cantón?

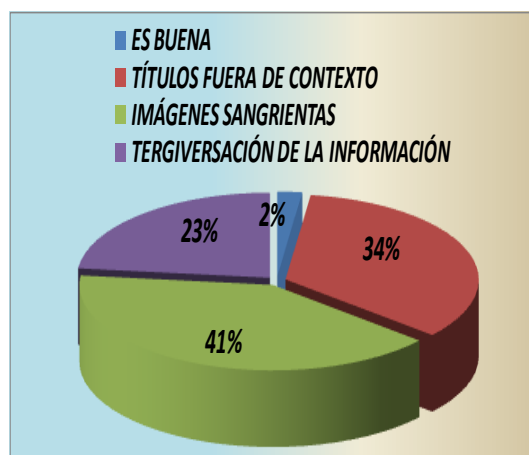
Cuadro 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
ES BUENA	8	2%
TÍTULOS FUERA DE CONTEXTO	131	34%
IMÁGENES SANGRIENTAS	155	40%
TERGIVERSACIÓN DE LA INFORMACIÓN	89	23%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

Gráfico 1



Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

**Interpretación.-** Según la opinión de los encuestados manifestaron que la información publicada por los medios de esta localidad contiene en su mayoría imágenes sangrientas (40%), así como títulos fuera de contexto (34%) y la tergiversación de la información, sin embargo el 2% de los encuestados indicaron que es buena. Como se puede apreciar la ciudadanía no está conforme con este tipo de medios de comunicación.

## 2.- ¿Conoce usted sobre la ética periodística?

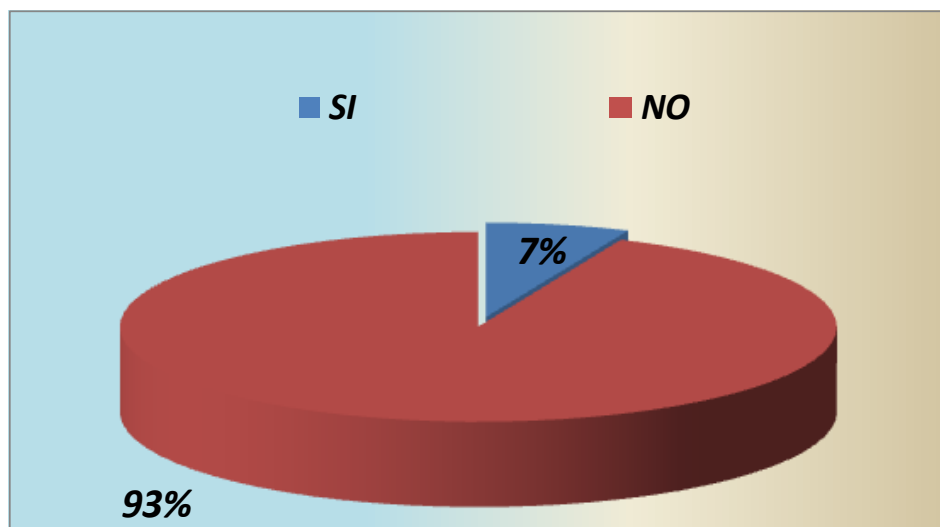
Cuadro 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	25	7%
NO	358	93%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

Gráfico 2



Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

**Interpretación.-** Como se puede apreciar en la gráfica circular el 93% de los encuestados no conocen sobre la ética periodística, por ello, no tienen idea de las informaciones publicadas en los diarios y periódicos de nuestro cantón.

### 3.- ¿Según su criterio, qué es ética?

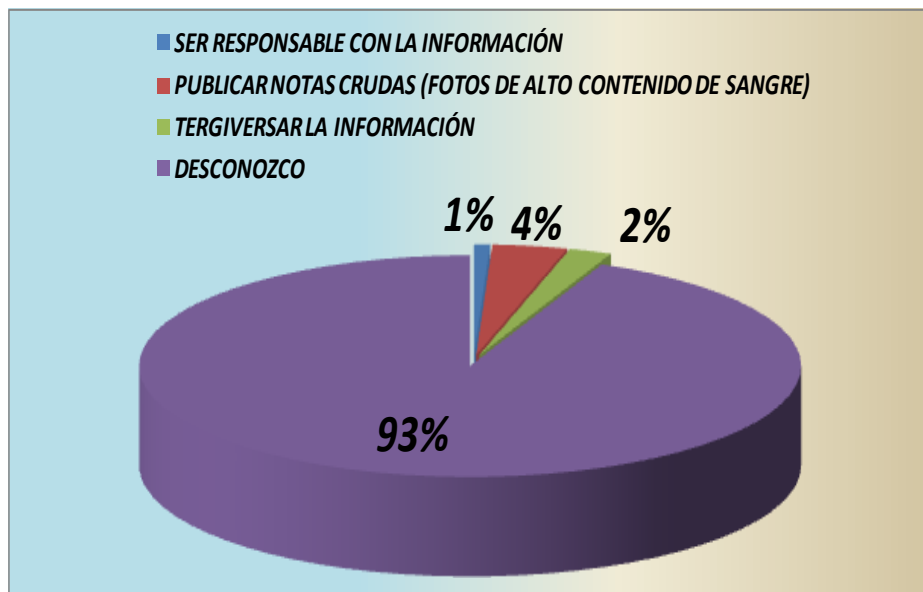
Cuadro 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SER RESPONSABLE CON LA INFORMACIÓN	3	1%
PUBLICAR NOTAS CRUDAS (FOTOS DE ALTO CONTENIDO DE SANGRE)	14	4%
TERGIVERSAR LA INFORMACIÓN	8	2%
DESCONOZCO	358	93%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

Gráfico 3



Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

**Interpretación.-** Como se aprecia en el gráfico existe un alto desconocimiento sobre la ética (93%), esto demuestra la no pronunciación a los entes reguladores de los contenidos publicados, que muchas veces afectan la susceptibilidad de las personas.

4.- ¿En cuántos medios de nuestro cantón, cree usted que existe la ética periodística?

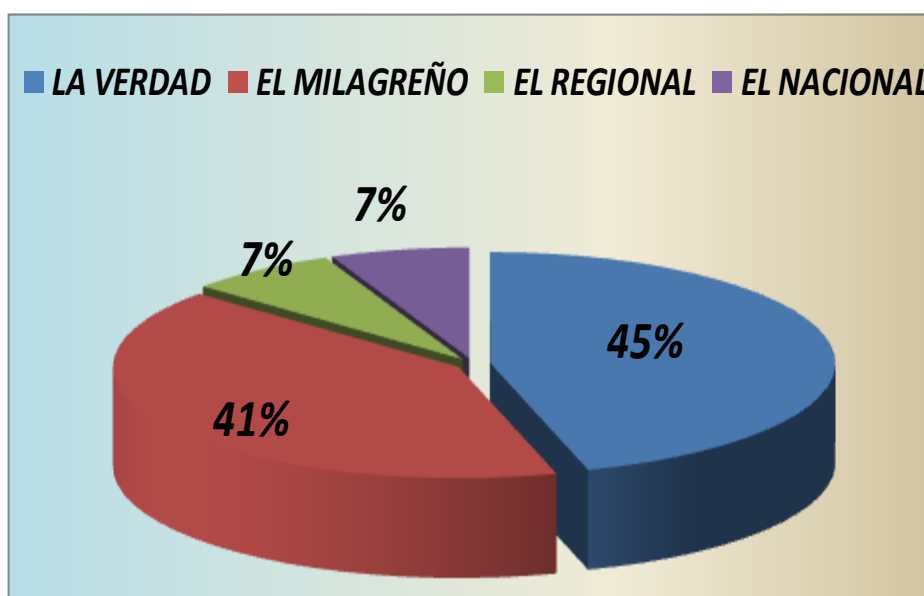
Cuadro 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
LA VERDAD	174	45%
EL MILAGREÑO	157	41%
EL REGIONAL	27	7%
EL NACIONAL	25	7%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

Gráfico 4



Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

**Interpretación.-** Los encuestados manifestaron que en los diarios que existen en esta localidad prensa La Verdad (45%) es el que se maneja bajo este parámetro ético. El 41% se inclina por el diario el Milagreño, sin embargo, muchas de estas personas desconocen sobre la ética periodística ya que ninguno de los diarios nombrados maneja un manual ético periodístico.



5.- ¿Cree lo que dicen los medios escritos del cantón?

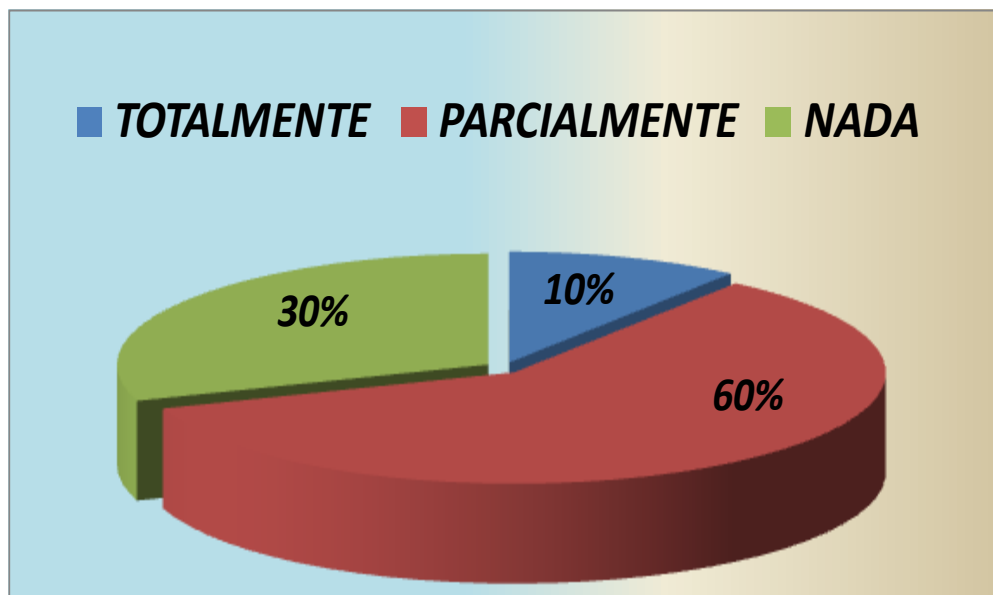
Cuadro 6

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>
TOTALMENTE	39	10%
PARCIALMENTE	228	60%
NADA	116	30%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

Gráfico 5



Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

**Interpretación.-** El 60% de los encuestados indicaron que parcialmente creen en los medios que circulan en esta localidad, mientras que el 30% manifiesta que nada, esta información demuestra que la ciudadanía se encuentra insatisfecha con respecto a los contenidos que se publican en los medios impresos de este sector.

6.- ¿Cree usted que los medios escritos de nuestro cantón deberían usar un manual ético periodístico?

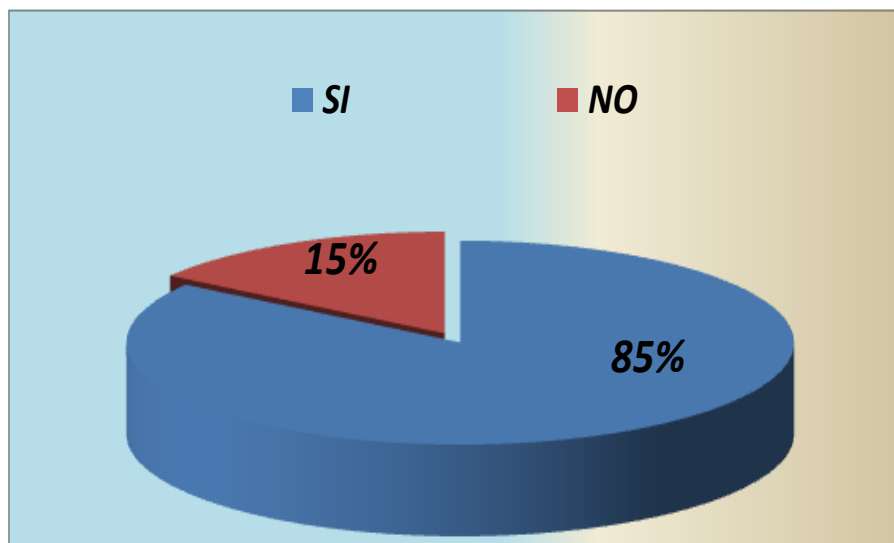
Cuadro 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	324	85%
NO	59	15%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

Gráfico 6



Fuente: Encuesta

Autor: Eduardo Novillo Albán

**Interpretación.-** Los encuestados manifestaron que los medios escritos de nuestro cantón deberían usar un manual ético periodístico (85%), de esta manera se podrá difundir una información que respete al lector, ya que este puede ser una personas menor de edad.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA**

El trabajo investigativo permitió conocer que actualmente los medios escritos no se manejan profesionalmente al momento de publicar algún hecho o suceso, puesto que no toman en cuenta que tales informaciones pueden afectar la susceptibilidad de los lectores, incumpliendo con los principios éticos que involucran esta profesión. Estas evidencias no solo pasan en países como el nuestro sino también en aquellos que se encuentran grandes cadenas de comunicación donde no miden los efectos negativos que causan ciertos contenidos. Mucha de estas situaciones, se originan por la falta de un manual ético que contribuya en la emisión de información veraz a la sociedad.

Milagro es un sector que tiene un alto índice demográfico en el cual están al servicio de la comunidad diarios y periódicos reconocidos como La Verdad, El Milagreño, El Nacional y El Regional; que no mantienen un lineamiento ético antes de la publicación de la información, tanto en texto como en imágenes. Por ello, se considera viable la creación de un Manual de Ética Periodística, con el fin de proyectar a la sociedad una información donde se respete al lector.

## **4.3 RESULTADOS**

El proceso de encuesta permitió conocer que existe un alto nivel de desconocimiento con respecto a la importancia que tiene para el periodismo Milagreño la empleación de un manual ético periodístico. Esto ha permitido que se publique información poco adecuada como títulos fuera de contexto o imágenes con alto contenido de magenta, provocando en los lectores el rechazo de varios medios escritos de este sector, lo cual a lo largo del tiempo puede disminuir la participación de éstos en nuestra ciudad, dándole la oportunidad a medios de otras ciudades a que se establezcan en esta localidad, puesto que de los 383 encuestados 228 de ellos considera que los medios no publican información veraz, que satisfaga sus expectativas, motivo por el cual se origina la propuesta de darle un nuevo sentido a la profesión de comunicación social, a través de un manual de ética periodística, que regule la información emitida por los periodistas para su publicación. Esto le dará un

mayor prestigio tanto a nivel local como nacional, diferenciándose de aquellos medios que no ejercen su oficio de forma ética.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

**Cuadro 8**

<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VERIFICACIÓN</b>
Si se norma el comportamiento ético de los periodistas en los medios escritos de Milagro, incidiría de manera positiva en los lectores la información publicada	El comportamiento ético debe normarse a través de un manual, con el fin de que el lector cuente con información veraz, esto se lo puede verificar en la pregunta seis de la encuesta.
<b>Hipótesis particular N.- 1</b> • Aplicando la técnica como la encuesta obtendremos datos para la elaboración de un manual de ética del periodismo que satisfaga las necesidades de la ciudadanía, además que cumple con las leyes y normas a cabalidad.	Efectivamente la aplicación de técnicas investigativas permitió conocer que los medios escritos en la actualidad no se manejan con una ética periodística, así lo indican los encuestados en la pregunta dos de la encuesta.
<b>Hipótesis particular N.- 2</b> • Los profesionales de la comunicación están consientes de los problemas que provocan en las personas que leen las noticias publicadas.	El proceso de encuesta permitió conocer que los profesionales de la comunicación, no están consientes de lo que publican y su efecto negativo en el lector, por ello los encuestados indicaron en la pregunta cinco que no creen lo que dicen los medios locales.
<b>Hipótesis particular N.- 3</b> El contar con un medio que maneje información adecuada causará un impacto social en la ciudadanía	Obviamente que el contar con información adecuada causará un impacto social, ya que no se expondrá texto o imágenes que afecten la susceptibilidad de los lectores, por ello, consideran importante la creación de un manual de ética periodística.

**Autor:** Eduardo Novillo Albán

## **CAPITULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

“Manual de ética periodística para los medios escritos del cantón Milagro”

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

Los medios de comunicación juegan un papel decisivo al momento de informar un suceso o hecho acaecido. Han dejado de ser simples espejos de la realidad para pasar a interpretar, valorar e incluso persuadir a sus audiencias. Lo que escriben es punto de referencia para miles de personas. Periodistas ante conflictos aúna los dos campos de interés citados y ofrece algunas claves para comprender cuál es el papel que los medios de comunicación pueden desempeñar en momentos de crisis.

El periodista no debe estar obligado con ningún otro interés que no sea el derecho del público a la información. Es responsable ante sus lectores, oyentes, espectadores y colegas.

#### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

La presente propuesta se justifica a través de los resultados de la encuesta en la cual se verifico que los actuales medios escritos no emplean una ética periodística en la redacción de sus textos expuestos a la ciudadanía Milagreña, por ello, se considera altamente viable el tema propuesto. Con este trabajo se espera que la responsabilidad fundamental de los periodistas en una sociedad libre es informar, comunicar las noticias con precisión e imparcialidad, es decir, ejercer el periodismo ético. El periodista debe ser sincero, imparcial y valiente para recopilar, transmitir e interpretar la información.

Para lo cual se establecerá objetivos que validaran la ejecución de esta propuesta, así mismo se demostrara el contenido del manual ético, el mismo que será de gran aporte para el periodismo de esta localidad.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General**

Elaborar un manual de ética periodística, basados en el código de ética del periodista y de las leyes vigentes, con el fin de cumplir con la actividad que debe realizar un verdadero profesional del periodismo en el cantón Milagro.

### **5.4.2 Objetivos específicos**

- Analizar los códigos, leyes y normativas que regulan la actividad periodística de este país.
- Emplear herramientas de trabajo adecuadas para la elaboración del manual ético periodístico.
- Realizar una planificación que determine la aplicación de este manual en los medios escritos

## **5.5 UBICACIÓN**

Los ejemplares (manual de ética periodística), serán distribuidos en el país Ecuador, Provincia del Guayas, que corresponde a la región costa en uno de sus principales cantones como lo es Milagro, trabajo que será dirigido hacia los medios impresos de esta localidad.

## **5.6 FACTIBILIDAD**

### **5.6.1 ADMINISTRATIVA**

La presente propuesta beneficiará a los medios escritos, puesto que no afectará las actividades administrativas de estos establecimientos, por lo contrario se optimizará las labores y mejorará la calidad de información a publicarse.

## 5.6.2 LEGAL

El contenido de este proyecto está de acuerdo a las leyes de comunicación y a los códigos ético que regulan la actividad periodística en cada uno de sus campos.

## 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta tiene el claro propósito de brindarles a los periodistas una guía para direccionarlos en la correcta difusión de la información en un medio escrito. A continuación se podrá evidenciar el contenido del Manual Ético Periodístico.

# MANUAL ÉTICA PERIODISTA

***La ética profesional puede definirse como la ciencia normativa que estudia los deberes y derechos profesionales de cada profesión; al decir profesional no solo se refiere a que la ética es solo para quienes tienen un cartón o son profesionales, sino que va destinada especialmente a las personas que ejercen una profesión u oficio particular.***

El periodista profesional debe cumplir en este contexto un rol esencial. Está obligado a ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de su pueblo, de su comunidad y de su familia. No es ni puede ser neutral, porque en la sociedad humana es imposible esa neutralidad, como no sea para favorecer directa o indirectamente, intereses antipopulares. Es y debe ser esencialmente objetivo, de manera especial para interpretar los acontecimientos de la vida diaria y darle a la información la categoría, el volumen, la importancia y la interpretación que realmente merece.

La delicada tarea que cumple el periodista profesional le obliga también a ser altamente responsable con los principios universales de la convivencia pacífica entre los países del mundo y el respeto mutuo con los fundamentos sociales de su propio pueblo y sus legítimas aspiraciones y con las libertades y derechos de la persona

humana. No puede, en consecuencia, prestarse para alentar acciones o planes que atenten contra estos principios fundamentales. Deberá ser ajeno al sensacionalismo irresponsable, a la mercantilización de la noticia o cualquier tipo de manipuleo de la información o de la opinión que falsee, tergiverse, niegue o limite la verdad.

Personalmente el periodista profesional, así como tiene derecho a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas, especialmente su vida privada, y a guardar una conducta ejemplar que abalice precisamente su autoridad para informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios de comunicación social.

## **ARTÍCULOS DE MANUAL ÉTICO PROFESIONAL**

### **Artículo 1:**

El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

### **Artículo 2:**

El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

### **Artículo 3:**

El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la discriminación del hombre y de los pueblos.

### **Artículo 4:**

La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

### **Artículo 5:**

El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.



**Artículo 6:**

El periodista está obligado a no mostrar imágenes crudas en primer plano (sangrientas o que muestren el rostro destrozado de la víctima); usaran plano general

**Artículo 7:**

El periodista está obligado a no mostrar la imagen de un menor de edad desaparecido; aunque tenga la autorización de los padres.

**Artículo 8:**

En cuanto a los derechos establecidos en el Código de la Niñez que, de acuerdo con el artículo 50, sostiene: “los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete su integridad personal, física, psicológica, cultural, afectiva y sexual. No podrán ser sometidos a torturas, tratos crueles y degradantes”. Las publicaciones no usarán textos e imágenes que pudieran herir el honor y la reputación de los niños. Se debe evitar el mal uso de imágenes de niños, niñas o adolescentes.

**Artículo 9:**

Se debe evitar al máximo la publicación de información con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso.

**Artículo 10:**

Es obligación del periodista cumplir con las normas éticas relacionadas con los derechos constitucionales de las personas, como el derecho de presunción de inocencia.

**Artículo 11:**

El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad.

**Artículo 12:**

El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales.

**Artículo 13:**

El periodista exigirá al Estado el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva veraz y oportuna.

**Artículo 14:**

El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado, Gobierno Autónomo, Institución Pública o Privada, que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa o ideológica.

**Artículo 15:**

El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

**Artículo 16:**

El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

**Artículo 17:**

Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

**Artículo 18:**

Se deben cuidar mucho las acusaciones y la divulgación de nombres de presuntos delincuentes a no ser que su sindicación sea oficial respecto de un determinado delito. La protección a testigos que hablan a cambio de la reserva debe respetarse.

**Artículo 19:**

Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

**Artículo 20:**

El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

**Artículo 21:**

Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

**Artículo 22:**

Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas (inventadas) y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos.

**Artículo 23:**

El periodista tiene que utilizar de manera sobria, cuidadosa y respetuosa la información gráfica relacionada con la desnudez corporal. El buen gusto y el respeto al lector son los dos elementos a tener en cuenta.

Adicionalmente, si bien los personajes públicos están más expuestos que los comunes, también tienen derecho a la intimidad, a menos que su vida privada sea de interés público.

**Artículo 24:**

Es ético, manejar métodos limpios para investigar periodísticamente a funcionarios involucrados en escándalos públicos o casos de corrupción.

**Artículo 25:**

El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

**Artículo 26:**

El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

**Artículo 27:**

El periodista tiene prohibido el uso de noticias, información o publicidad próximas a publicarse, como fundamento para posibles decisiones económicas.

**Artículo 28:**

El periodista no deberá aceptar de clientes o lectores, regalos o dinero que comprometan la línea editorial del periódico o diario.

**5.7.1 ACTIVIDADES**

**Investigación.-** Para obtener información veraz se recurrió a herramientas investigativas como la encuesta.

**Redacción.-** Digitar la información investigada para colocarla en el manual de ética periodística.

**Diagramación.-** Se realizará la ubicación correcta de imágenes y textos en el manual de acuerdo a su peso visual.

**Impresión.-** Los ejemplares serán impresos a través de una imprenta situada en esta localidad.

**Distribución.-** Se distribuirán los ejemplares a cada uno de los trabajadores de los medios escritos del cantón como El Milagreño, El Nacional, El Regional y La Verdad

## 5.7.2 RECURSO Y ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro 9

<b>RECURSO MATERIALES</b>			
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR INDIVIDUAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Diagramador	1	350,00	350,00
Redactor	1	292,00	292,00
<b>RECURSOS OPERACIONALES</b>			
Esferográficos.	4	0,25	1,00
Lápiz.	3	0,20	0,60
Transporte (viaticos)	2	50,00	100,00
Refrigerios	1	30,00	30,00
Borradores.	2	0,35	0,70
Resaltadores.	2	0,50	1,00
Grapadora.	1	3,50	3,50
Carpetas	8	0,25	2,00
Impresión de encuestas	30	0,35	10,50
Copias	385	0,03	11,55
Perforadora.	1	3,50	3,50
Impresión del manual	100	3,00	300,00
<b>RECURSOS TECNOLOGICOS</b>			
Internet	20	0,75	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>1121,35</b>

**Autor:** Eduardo Novillo Albán

## 5.7.3 IMPACTO

### **SOCIAL**

La elaboración de este manual de ética periodística servirá de gran aporte a la sociedad, puesto que se canalizará la información a publicarse en los medios escritos, ofreciéndole a la ciudadanía un producto de calidad y apto para ser leído por toda persona sin importar género y edad.

### **INSTITUCIONAL**

Los medios escritos tendrán una herramienta de calidad que les beneficiará a obtener un producto apto para ser aceptado por la ciudadanía, lo cual le

proporcionara el incremento en sus rendimientos económicos, de esta manera el periodismo Milagreño marcará la diferencia ante los nacionales.

#### 5.7.4 CRONOGRAMA

**Cuadro 10**

		<b>CRONOGRAMA</b>																			
No	ACTIVIDAD	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Investigación	■	■	■																	
2	Redacción					■	■														
3	Diagramación									■	■										
4	Impresión											■	■								
5	Distribución													■	■	■					

#### 5.7.5 LINEAMIENTOS PARA EVALUAR LA PROPUESTA

El presente trabajo será revisado, analizado, y validado por la Universidad Estatal de Milagro y la Unidad Académica de la Educación y Comunicación, para verificar si está orientado según los lineamientos del reglamento de la UNEMI, para determinar que es un proyecto factible.

Una vez aprobado este proyecto podrá ser ejecutado por personas interesadas, siempre y cuando cuenten con el aval de Universidad Estatal de Milagro.

## **CONCLUSIONES:**

El desarrollo de este trabajo ha permitido realizar las siguientes conclusiones:

- 1.- El periodismo es una actividad en la cual se debe manejar la información de una manera profesional antes de ser publicada, puesto que se evitaría inconformidad de la ciudadanía por datos falsos o tergiversados.
  
- 2.- La ética periodística es el cumplimiento de los deberes y derechos que tienen los profesionales en el desarrollo de sus funciones, con el fin de ofrecer un trabajo de calidad, para los lectores.
  
- 3.- El estar inmerso en el ámbito periodístico implica mucho el mantener lineamientos de trabajo donde se refleje la exposición de una información idónea, que es lo que la ciudadanía espera obtener en los distintos medios impresos que circulan en esta localidad.

## **RECOMENDACIONES**

1.- Manejar la información de forma ética para no emitir datos falsos o tergiversados que afecten a la susceptibilidad de las personas, de esa manera se proyectará una buena imagen de los diarios o periódicos que circulan en este sector.

2.- Se recomienda que el talento humano de cada medio escrito tenga un título profesional, para desempeñar eficazmente sus labores periodísticas, ofreciendo de esta forma un trabajo de calidad a los lectores.

3.- Emitir una información veraz depende mucho de los lineamientos que se dirijan en cada medio impreso, por ello, se recomienda la aplicación de un manual de ética periodística, con el propósito de publicar datos veraces que no afecte la susceptibilidad de los lectores.



## BIBLIOGRAFÍA

- ARAYA, Rodrigo; ELÓRTEGUI, Claudio; HERRSCHER, Roberto; LAZCANO, Daniela; RIVAS, Fernando; SÁEZ, Chiara; SANTANDER, Pedro. (2009). *Analizando los Medios y la Comunicación*  
Consulta: Febrero 11 del 2012
- DIARIO EL COMERCIO, (1906). *Código de Ética Grupo El Comercio*  
Consulta: Febrero 11 del 2012
- FUENTES, Raúl, (2011). *Estudio Académico de la Comunicación en México*  
Consulta: Febrero 12 del 2012
- MENDIZÁBAL, Victoria, (2011). *Hacia un nuevo contrato entre ciencia y sociedad: el papel de la comunicación científica.*  
Consulta: Febrero 12 del 2012
- TAMAYO, Mario, (2003). *El proceso de la investigación científica*  
Consulta: Febrero 12 del 2012
- PANTIGOSO, Gonzalo, (2010). *Periodismo Sensacionalista*. Disponible en:  
<http://www.slideshare.net/gonpl10/periodismo-sensacional>.  
Consulta: Febrero 15 del 2012
- DIARIO HOY, (2009). *Manual de Estilo del Diario Hoy*  
Consulta: Febrero 15 del 2012
- TAUFIC, Camilo, (2005). *La autorregulación del periodismo, manual de Ética Periodística Comparada*  
Consulta: Febrero 15 del 2012
- Diariocrítico.com, (2009). *Proyecto de Libro de Estilo*. Disponible en:  
[www.diariocritico.com](http://www.diariocritico.com)  
Consulta: Febrero 19 del 2012

- Núñez, Rafael, (2011). La ética como base del ejercicio del periodismo. Disponible en: <http://redciberetica.org/inicio/167-la-etica-como-base-del-ejercicio-del-periodismo>  
Consulta: Febrero 23 del 2012

## REFERENCIAS TEXTUALES

- RODRÍGUEZ, Ricardo, (2012), entrevista personal realizada en marzo 5 del 2012
- SERRANO, Carlos, (2012), entrevista personal realizada en marzo 5 del 2012
- Diario Público El Telégrafo, (2012). Disponible en:  
[http://www.eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=9&Itemid=47](http://www.eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=47).  
(Consulta: Marzo 6 del 2012)
- RODRIGUEZ, Roberto. Periodistas ante conflictos. Disponible en :  
[http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/resena.php?art\\_id=168](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/resena.php?art_id=168)  
(Consulta: Marzo 7 del 2012)
- GÁRATE, María Luisa (2008). El papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis. Disponible en:  
[http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/resena.php?art\\_id=168](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/resena.php?art_id=168)  
(Consulta: Marzo 7 del 2012)
- POTTER, Deborah, (2006): Manual de Periodismo Independiente. Oficina de Programas de Información Internacional; Departamento de Estado de Estados Unidos.

# ANEXOS

## ANEXO 1.

### ENCUESTA

Encuesta realizada a la ciudadanía Milagreña y a los profesionales residentes en esta localidad.

Colocar una x en el recuadro correspondiente.

#### 1.- ¿Qué opina de la información publicada en los medios escritos del cantón?

- ES BUENA
- TÍTULOS FUERA DE CONTEXTO
- IMÁGENES SANGRIENTAS
- TERGIVERSACIÓN DE LA INFORMACIÓN

#### 2.- ¿Conoce usted sobre la ética periodística?

- SI
- NO

#### 3.- ¿Según su criterio, qué es ética?

- SER RESPONSABLE CON LA INFORMACIÓN
- PUBLICAR NOTAS CRUDAS (fotos de alto contenido de sangre)
- TERGIVERSAR LA INFORMACIÓN
- DESCONOZCO

#### 4.- ¿En cuántos medios de nuestro cantón, cree usted que existe la ética periodística?

- LA VERDAD
- EL MILAGREÑO
- EL REGIONAL
- EL NACIONAL

#### 5.- ¿Cree lo que dicen los medios escritos del cantón?

- TOTALMENTE
- PARCIALMENTE
- NADA

#### 6.- ¿Cree usted que los medios escritos de nuestro cantón deberían usar un manual ético periodístico?

- SI
- NO

**ANEXO 2.**

**IMÁGENES DE VARIAS PERSONAS ENCUESTADAS**





**ANEXO 3.**

**IMAGEN DEL MANUAL DE ÉTICA PERIODÍSTICA**

