



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PERCEPCIONES DEL PÚBLICO TELEVIDENTE DE CANALES  
DE SEÑAL ABIERTA SOBRE LA RELACIÓN MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN – GOBIERNO**

**AUTORES:**

**Pedreros Obando, Luis Alberto  
Ordeñana Gómez, Karla Priscila  
Rendón Guerrero, Narcisa Jockebec**

**Trabajo de Graduación previo a la Obtención del Título en  
Comunicación Social y Periodismo**

**TUTORA:**

**Jiménez Vanegas, Dra. Rosa Elena**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Pedrerros Obando, Luis Alberto - Ordeñana Gómez, Karla Priscila; y Rendón Guerrero, Narcisa Jockebec** como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciados en Comunicación Social y Periodismo.

**TUTORA**

---

**ROSA ELENA, JIMÉNEZ**

**REVISORES**

---

---

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**MGS. EFRAÍN, LUNA**

**Guayaquil, a los 30 del mes de Abril del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros,

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **Percepciones del público televidente de canales de señal abierta sobre la relación Medios de Comunicación - Gobierno** previa a la obtención del Título de **Licenciado de Comunicación Social y Periodismo**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 del mes de Abril del año 2014**

## **LOS AUTORES**

---

**LUIS ALBERTO, PEDREROS OBANDO**

---

**KARLA PRISCILA, ORDEÑANA GÓMEZ**

---

**NARCISA JOCKEBEC, RENDÓN GUERRERO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Nosotros: **Luis Alberto Pedreros Obando, Karla Priscila Ordeñana  
Gómez, y Narcisa Jockebec Rendón Guerrero**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Percepciones del público televidente de canales de señal abierta sobre la relación Medios de Comunicación - Gobierno**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 del mes de Abril del año 2014**

**LOS AUTORES:**

---

**LUIS ALBERTO, PEDREROS OBANDO**

---

**KARLA PRISCILA, ORDEÑANA GÓMEZ**

---

**NARCISA JOCKEBEC, RENDÓN GUERRERO**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco ante todo al Ser Supremo, porque gracias a él estoy culminando otra meta más: mi segunda carrera universitaria. Gracias a mi madre, que en paz descansa, María Gladys Obando; a mi padre, Víctor Pedreros; y a mi madre de crianza, Ma. Del Carmen Pedreros. Gracias también a mi hija, a mi familia y amigos, que han hecho lo posible para lograr esto que para mí es ya un triunfo.

---

### **LUIS ALBERTO, PEDREROS OBANDO**

Seis maravillosas lumbres han permanecido desde el inicio hasta la culminación de mis estudios, cada una a su manera fue moldeando mi camino. Mis padres, Carlos y Priscila, el motivo sublime de esta tenaz lucha; mis abuelos, Ignacio e Hilda, mis voces de experiencia y lealtad; a ti, Fernando, mi compañero de épicos momentos y el pulso diario; y al Ser Supremo, por impedirme claudicar y motivarme a seguir dejando huellas.

---

### **KARLA PRISCILA, ORDEÑANA GÓMEZ**

Este agradecimiento humano tiene una sola dirección y en forma recta llegando hasta los ojos de mi madre. Lila es su nombre y a ella comparto este trabajo de forma especial para que sea la encargada de comparar las cientos de palabras de mi autoría con los días de su intenso esfuerzo jamás en vano. A Dios gracias por permitirme idear este trabajo de tesis, y a la bella política por ser tan imperfecta.

---

### **NARCISA JOCKEBEC, RENDÓN GUERRERO**

# TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

---

Dra. Rosa Elena Jiménez Vanegas  
TUTORA

---

Mgs. Efraín Luna  
DIRECTOR DE CARRERA

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **CALIFICACIÓN**

---

Dra. Rosa Elena Jiménez Vanegas  
TUTORA



# ÍNDICE GENERAL

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
2.1	Tema.....	3
2.2	Antecedentes.....	3
2.3	Justificación.....	4
3.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
3.1	Objetivo general.....	10
3.2	Objetivos específicos.....	10
4.	MARCO TEÓRICO.....	11
4.1	Gobierno y medios de comunicación.....	11
4.1.1	Gobierno.....	11
4.1.2	Tipos o sistemas de gobierno.....	11
4.1.3	Medios de comunicación.....	12
4.1.4	Responsabilidades de los medios de comunicación en Ecuador.....	15
4.2	Las agendas de noticias.....	16
4.3	La percepción como proceso individual que proviene de lo social.....	17
4.4	La libertad de prensa en el Ecuador.....	19
4.4.1	Libertad de expresión en gobiernos democráticos derechistas.....	21
4.5	La democracia, el eje de la relación entre medios y gobierno.....	23
4.5.1	¿Qué es la democracia?.....	23
4.5.2	Relación medios – Gobierno en estados democráticos.....	25
4.6	El poder de la comunicación.....	26
4.7	El poder de los medios de comunicación.....	26
4.8	Los medios, constructores de discursos políticos.....	28
4.9	Relación medios de comunicación y democracia.....	30
4.10	La audiencia, el punto objetivo del mensaje mediático.....	30
4.10.1	Audiencia, también catalogada como <i>masa</i> .....	31

4.10.2 El público .....	32
4.11 Relación medios de comunicación y gobierno.....	33
4.11.1 Caso Ecuador.....	33
5. MARCO METODOLÓGICO.....	36
5.1 Formulación de Hipótesis .....	36
5.2 Sujetos de estudio .....	37
5.3 Ejes de la investigación .....	37
5.4 Técnicas utilizadas y lugar de la investigación .....	37
5.5 Encuesta.....	38
5.5.1 Encuesta a hogares en Guayaquil.....	38
5.6 ¿Cómo se desarrolló la investigación? .....	38
5.7 Ficha técnica.....	40
5.7.1 Operación de la muestra .....	41
5.8 Variables de la encuesta.....	42
5.9 Levantamiento de la información .....	42
6. RESULTADOS.....	44
6.1 Resultados de la evaluación a los ciudadanos de clase media .....	44
6.1.1 Conocimiento de temas que hayan generado conflictos entre los medios de comunicación y el Gobierno .....	44
6.1.2 Relación de los medios de comunicación con los intereses prescritos por el actual Gobierno del Ecuador.....	51
6.1.3 Análisis de la relación entre los medios de comunicación y el Gobierno.....	57
6.1.4 Análisis de las percepciones sobre los medios de comunicación.....	64
6.1.5 Análisis de las acciones comunicativas del Gobierno actual.....	69
6.1.6 Análisis de los noticieros televisivos de los diferentes medios de comunicación.....	72
6.1.7 Análisis de los actores mediáticos.....	78
6.1.8 Análisis de los actores gubernamentales .....	87
7. CONCLUSIONES .....	96
8. BIBLIOGRAFÍA.....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 6. 1 CONOCIMIENTO DE CONFLICTO ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO.....	44
TABLA 6. 2 CONOCIMIENTO DE ALGÚN CONFLICTO ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN FRECUENCIA DE CONSUMO DE NOTICIAS A LA SEMANA.....	45
TABLA 6. 3 TEMAS DE CONFLICTOS QUE HAYAN SURGIDO ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO DE ACUERDO A LOS ENCUESTADOS .....	47
TABLA 6. 4 TIPO DE MEDIO DEL QUE OBTUVIERON CONOCIMIENTO LOS ENCUESTADOS SOBRE TEMAS DE CONFLICTO ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO .....	48
TABLA 6. 5 TEMAS DE CONFLICTO SEGÚN TIPO DE MEDIO DE DONDE OBTUVIERON CONOCIMIENTO DE LOS ENCUESTADOS .....	50
TABLA 6. 6 CATEGORIZACIÓN DE LA IDEOLOGÍA POLÍTICA DEL GOBIERNO SEGÚN EL SEXO DE LOS ENCUESTADOS.....	51
TABLA 6. 7 CATEGORIZACIÓN DE LA IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE LOS ENCUESTADOS .....	53
TABLA 6. 8 AFINIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS INTERESES QUE PERSIGUE EL ACTUAL GOBIERNO.....	54
TABLA 6. 9 VALORACIÓN DE RELACIÓN ENTRE PARTIDOS DE IZQUIERDA Y DERECHA.....	55
TABLA 6. 10 AFINIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS INTERESES QUE PERSIGUE EL GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD .....	56
TABLA 6. 11 VALORACIÓN DE LA RELACIÓN ACTUAL ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO .....	57
TABLA 6. 12 TIPO DE LA RELACIÓN ACTUAL ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD.....	58
TABLA 6. 13 VALORACIÓN PERSONAL DE LOS ENCUESTADOS DE LA RELACIÓN ACTUAL ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD .....	59
TABLA 6. 14 EXPECTATIVA DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA RELACIÓN ACTUAL ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD .....	60
TABLA 6. 15 NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO EN ÁMBITO PERSONAL .....	61
TABLA 6. 16 NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO EN ÁMBITO FAMILIAR.....	62
TABLA 6. 17 NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO EN ÁMBITO SOCIAL .....	63
TABLA 6. 18 IMPARCIALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	64
TABLA 6. 19 COMPARACIÓN DEL PODERÍO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	65
TABLA 6. 20 DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	65
TABLA 6. 21 DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	67
TABLA 6. 22 DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	68
TABLA 6. 23 ESPACIOS UTILIZADOS POR EL GOBIERNO PARA HABLAR SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	69
TABLA 6. 24 ESPACIOS UTILIZADOS POR EL GOBIERNO PARA HABLAR SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	70
TABLA 6. 25 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL NOTICIERO TELEVISTAZO DE CANAL 2- ECUAVISAS SOBRE EL ACTUAL GOBIERNO.....	72
TABLA 6. 26 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL NOTICIERO LA NOTICIA DE CANAL 4-RTS SOBRE EL ACTUAL GOBIERNO .....	73
TABLA 6. 27 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL NOTICIERO 24 HORAS DE TELEAMAZONAS SOBRE GOBIERNO.....	74
TABLA 6. 28 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL NOTICIERO GAMANOTICIAS DE CANAL 8-GAMATV SOBRE EL ACTUAL GOBIERNO.....	75
TABLA 6. 29 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL INFORMATIVO EL NOTICIERO DE CANAL 10-TCTELEVISIÓN SOBRE EL ACTUAL GOBIERNO.....	76
TABLA 6. 30 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL INFORMATIVO NOTICIERO UNO DE CANAL 12-CANAL UNO SOBRE EL ACTUAL GOBIERNO.....	77
TABLA 6. 31 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO ESTEFANI ESPÍN SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	78
TABLA 6. 32 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO MARÍA JOSEFA CORONEL SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	79
TABLA 6. 33 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO CARLOS OCHOA SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO.....	80
TABLA 6. 34 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO ANDRÉS CARRIÓN SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO.....	81
TABLA 6. 35 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO CARLOS RABASCALL SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	82
TABLA 6. 36 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO RODOLFO MUÑOZ SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO.....	83

TABLA 6. 38 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO ALFREDO PINOARGOTE SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO. ....	85
TABLA 6. 39 ANÁLISIS DE ACTOR MEDIÁTICO ALFONSO ESPINOZA SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO. ....	86
TABLA 6. 40 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL MARÍA DE LOS ÁNGELES DUARTE CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	87
TABLA 6. 41 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL RAFAEL CORREA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	88
TABLA 6. 42 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL LENIN MORENO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	89
TABLA 6. 43 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL JORGE GLAS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	90
TABLA 6. 44 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL JOSÉ SERRANO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	91
TABLA 6. 45 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL GABRIELA RIVADENEIRA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	92
TABLA 6. 46 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL JOSÉ FRANCISCO CEVALLOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	93
TABLA 6. 47 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL RICARDO PATIÑO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	94
TABLA 6. 48 VALORACIÓN DE RELACIÓN DE ACTOR GUBERNAMENTAL FERNANDO CORDERO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	95

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 6. 1 CONOCIMIENTO DE ALGÚN CONFLICTO ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO .....	44
GRÁFICO 6. 2 CONOCIMIENTO DE ALGÚN CONFLICTO POR FRECUENCIA DE CONSUMO DE NOTICIAS A LA SEMANA .....	45
GRÁFICO 6. 3 TEMAS DE CONFLICTOS ENTRE MEDIOS Y EL ACTUAL GOBIERNO PROPUESTOS POR LOS ENCUESTADOS .....	47
GRÁFICO 6. 4 TIPO DE MEDIO DE DONDE OBTUVIERON CONOCIMIENTO LOS ENCUESTADOS SOBRE TEMAS DE CONFLICTO .....	49
GRÁFICO 6. 5 TEMAS DE CONFLICTO SEGÚN TIPO DE MEDIO DE DONDE OBTUVIERON CONOCIMIENTO DE LOS ENCUESTADOS .....	51
GRÁFICO 6. 6 IDEOLOGÍA POLÍTICA DEL GOBIERNO SEGÚN SEXO .....	52
GRÁFICO 6. 7 IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN SEXO .....	53
GRÁFICO 6. 8 AFINIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS INTERESES QUE PERSIGUE EL ACTUAL GOBIERNO .....	54
GRÁFICO 6. 9 RELACIÓN ENTRE PARTIDOS DE IZQUIERDA Y DERECHA .....	55
GRÁFICO 6. 10 AFINIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS INTERESES QUE PERSIGUE EL ACTUAL GOBIERNO .....	56
GRÁFICO 6. 11 TIPO DE RELACIÓN ENTRE MEDIOS Y GOBIERNO .....	57
GRÁFICO 6. 12 TIPO DE RELACIÓN MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD .....	58
GRÁFICO 6. 13 VALORACIÓN PERSONAL DE LA RELACIÓN MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD .....	59
GRÁFICO 6. 14 EXPECTATIVA DE LA RELACIÓN MEDIOS Y GOBIERNO SEGÚN RANGO DE EDAD .....	60
GRÁFICO 6. 15 NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN EN ÁMBITO PERSONAL .....	61
GRÁFICO 6. 16 NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN EN ÁMBITO FAMILIAR .....	62
GRÁFICO 6. 17 NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN EN ÁMBITO SOCIAL .....	63
GRÁFICO 6. 18 VALORACIÓN DE LA IMPARCIALIDAD DE LOS MEDIOS .....	64
GRÁFICO 6. 19 COMPARACIÓN DEL PODERÍO DE LOS MEDIOS DE HACE 6 AÑOS CON LA ACTUALIDAD .....	65
GRÁFICO 6. 20 DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	66
GRÁFICO 6. 21 DEMOCRACIA SIN MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	67
GRÁFICO 6. 22 LEY DE COMUNICACIÓN .....	68
GRÁFICO 6. 23 ESPACIOS MEDIÁTICOS UTILIZADOS POR EL GOBIERNO .....	69
GRÁFICO 6. 24 ESPACIOS MEDIÁTICOS UTILIZADOS POR EL GOBIERNO .....	71
GRÁFICO 6. 25 INFORMACIÓN DEL NOTICIERO TELEVISTAZO DE ECUAVISA SOBRE EL GOBIERNO .....	72
GRÁFICO 6. 26 INFORMACIÓN DEL NOTICIERO LA NOTICIA DE RTS SOBRE GOBIERNO .....	73
GRÁFICO 6. 27 INFORMACIÓN DEL NOTICIERO 24 HORAS DE TELEAMAZONAS SOBRE GOBIERNO .....	74
GRÁFICO 6. 28 INFORMACIÓN DEL NOTICIERO GAMANOTICIAS DE GAMATV SOBRE GOBIERNO .....	75
GRÁFICO 6. 29 INFORMACIÓN DE EL NOTICIERO DE TCTELEVISIÓN SOBRE GOBIERNO .....	76
GRÁFICO 6. 30 CONTENIDO DEL INFORMATIVO NOTICIERO UNO DE CANAL UNO SOBRE GOBIERNO .....	77
GRÁFICO 6. 31 ACTOR MEDIÁTICO ESTEFANI ESPÍN SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	78
GRÁFICO 6. 32 ACTOR MEDIÁTICO MARÍA JOSEFA CORONEL SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	79
GRÁFICO 6. 33 ACTOR MEDIÁTICO CARLOS OCHOA SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	80
GRÁFICO 6. 34 ACTOR MEDIÁTICO ANDRÉS CARRIÓN SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	81
GRÁFICO 6. 35 ACTOR MEDIÁTICO CARLOS RABASCALL SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	82
GRÁFICO 6. 36 ACTOR MEDIÁTICO RODOLFO MUÑOZ SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	83
GRÁFICO 6. 37 ACTOR MEDIÁTICO LUISA DELGADILLO SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	84
GRÁFICO 6. 38 ACTOR MEDIÁTICO ALFREDO PINOARGOTE SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	85
GRÁFICO 6. 39 ACTOR MEDIÁTICO ALFONSO ESPINOZA SOBRE SU RELACIÓN CON EL ACTUAL GOBIERNO .....	86
GRÁFICO 6. 40 ACTOR GUBERNAMENTAL MARÍA DE LOS ÁNGELES DUARTE SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	87
GRÁFICO 6. 41 ACTOR GUBERNAMENTAL RAFAEL CORREA SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	88
GRÁFICO 6. 42 ACTOR GUBERNAMENTAL LENIN MORENO SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	89
GRÁFICO 6. 43 ACTOR GUBERNAMENTAL JORGE GLAS SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	90
GRÁFICO 6. 44 ACTOR GUBERNAMENTAL JOSÉ SERRANO SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	91
GRÁFICO 6. 45 ACTOR GUBERNAMENTAL GABRIELA RIVADENEIRA SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	92

GRÁFICO 6. 46 ACTOR GUBERNAMENTAL JOSÉ FRANCISCO CEVALLOS SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	93
GRÁFICO 6. 47 ACTOR GUBERNAMENTAL RICARDO PATIÑO SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	94
GRÁFICO 6. 48 ACTOR GUBERNAMENTAL FERNANDO CORDERO SOBRE SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	95

## RESUMEN

El actual trabajo de titulación consiste en el análisis de las percepciones que tienen los televidentes sobre la relación entre los medios de comunicación, privados y públicos, y el Gobierno. De esta manera consideramos a canales de señal abierta como lo son: Ecuavisa, RTS, Teleamazonas, GamaTV, TCTelevisión y Canal UNO.

Además consideramos la identificación que realizan los ciudadanos sobre los diversos conflictos suscitados en los últimos 6 años entre ambas partes.

Para fundamentar nuestro trabajo aplicamos métodos de investigación de campo como las encuestas, abarcando un total de 330 televidentes pertenecientes a la clase media de la ciudad portuaria de Guayaquil y quienes tienen por lo menos un televisor en su hogar. Todo este proceso se realizó en base a las cifras presentadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el 2011, las mismas que se exponen en el capítulo de la metodología.

Las preguntas fueron tanto cuantitativas como cualitativas debido al origen de nuestro trabajo como lo son las percepciones, por ello nos fundamentamos en un estudio similar que abarca dicho tema. Las investigaciones de la Corporación Latinobarómetro utilizan dentro de sus encuestas indicadores de opinión pública que miden subjetividades como los comportamientos, valores y actitudes.

Una vez recolectados los datos, procedimos al tratamiento de los mismos evaluando y clasificando las respuestas para obtener los resultados de la manera más clara posible, elaborando una tabla dinámica que se convertiría en nuestra base de datos, reflejada en cuadros estadísticos que se detallan en el capítulo de resultados.

Estos formarán parte de la interpretación sobre la opinión de los televidentes, parte de la esfera pública, la cual ayudará a darnos una visión sobre los hechos que se suscitan hasta el día de hoy en torno a este tópico controversial de la última década, que evidentemente denota un cambio en

el pensamiento social y político, no sólo de los guayaquileños sino de los ecuatorianos.

**Palabras claves:** percepciones, Gobierno, esfera pública, medios de comunicación, medios privados y públicos, sociedad, clase media, política.



# 1. INTRODUCCIÓN

Desde que se posiciona como ideal nacional el concepto “democracia”, los medios de comunicación están autollamados a participar activamente en los procesos políticos del país. Marcados por perspectivas que se difunden a manera de información y opinión, los medios de comunicación han ocasionado reacciones directamente de los líderes gobernantes, quienes muchas veces expresan disconformidad con estas empresas y sus periodistas por los contenidos que se difunden, desequilibrando de esta manera la relación entre ambas instituciones.

El actual gobierno, presidido por el economista Rafael Correa Delgado, ha sido uno de los más críticos en las últimas décadas de la función que ejercen los medios de comunicación en el país, ya que al inicio de su mandato en enero de 2007, la plaza mediática estaba cubierta por medios privados. Para contrarrestar "la desinformación" que muchos de ellos, a criterio presidencial, causaban, luego de 9 meses, el gobierno creó el primer canal público Ecuador TV; más tarde compró diario El Telégrafo a la Agencia de Garantías de Depósitos (AGD), convirtiéndolo en el primer periódico público. La primera Radio Pública fue creada, el primer diario digital El Ciudadano y la primera Agencia Nacional de Noticias Andes; todos éstos de propiedad estatal. Progresivamente se dan incautaciones a medios como Gamavisión y TC Televisión.

Fijado este nuevo bloque de medios y el argumento que representaba su creación, entre el Gobierno y los medios de comunicación privados hubo un alejamiento político evidente, sobre todo porque los últimos daban cabida en sus espacios de información a ciertos personajes de oposición al régimen;

mientras que el Gobierno criticaba los procesos administrativos de los medios y el ejercicio periodístico.

Bajo este contexto crece un interés por estudiar más técnicamente la relación entre el actual gobierno y los medios de comunicación.

Rocío Orlando (2012) desarrolló un libro titulado "*Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina*", que detalla antecedentes y el proceso mismo del rompimiento de "vínculos" entre el poder ejecutivo y los medios privados. En el Ecuador por no existir un estudio que involucre a la sociedad en el nuevo vínculo entre medios y el gobierno, es necesario conocer lo que los ciudadanos perciben de esta relación. En general, es importante respondernos a las siguientes preguntas: ¿la esfera pública consume mediáticamente un conflicto?, ¿el público diferencia entre los contenidos de los medios públicos y los privados?, ¿el público identifica temas de conflicto? Para resolver éstas y otras interrogantes, se eligió a medios de comunicación de televisión, como escenario de la relación medios-gobierno para proceder a encuestar a ciudadanos televidentes y finalmente resolver el tema de la investigación.

El presente estudio se efectuó a un universo de 330 hogares de la clase media de Guayaquil, con características de hábitos de vida más o menos similares, siguiendo los datos sociodemográficos más actuales que ofrece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, sobre la población media en el Ecuador.

Cabe destacar que aunque el título del presente trabajo engloba o generaliza a los medios de comunicación, y no se enfoca solo en los privados o en los públicos, existe una distinción conceptual entre ambos. Sin embargo, según un estudio realizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, (Ayala, 2009) en el 2009, se confirmó que solo un pequeño porcentaje de la población tiene un concepto claro de medios públicos. Ante ello, se creyó conveniente generalizar el tema y permitir que el

mismo público encuestado ejerza la diferenciación entre medios públicos y privados. Vale recalcar además que no se identifica el tema como un problema social, más bien como asunto de interés colectivo que podría servir para trabajos posteriores.

## **2. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

### **2.1 Tema**

Percepciones de los públicos televidentes de canales de señal abierta sobre la relación Gobierno y Medios de Comunicación.

### **2.2 Antecedentes**

En el Ecuador existen estudios que analizan la relación (sobre todo en los últimos años), entre prensa y régimen, o medios – estado. Gracias a la información de algunas de ellas, se evidencia un distinto escenario mediático en el país a raíz de la separación de estas dos instituciones.

“Por primera vez en la historia de este país, los medios ocupan el banquillo de los acusados”. (Abad, 2010, p. 184)

Desde el mismo periodismo se cree que así es, pero las grandes masas aún no se pronuncian (esto es, que no existen pruebas) en torno al tema. Ni los medios convencionales ni el gobierno han decidido plantear una encuesta de percepciones sobre este vínculo que se “aviva” al menos semanalmente con un tema, y bajo un escenario específico como lo es los enlaces sabatinos.

Grandes niveles de reacción alcanzó en la esfera pública la demanda judicial del presidente de la República Rafael Correa a Diario El Universo, inculpando a sus directivos de ser parte del “delito de injuria grave a la autoridad” por publicar el artículo de opinión “NO a las mentiras” del ex columnista y ex editor de

opinión Emilio Palacio. El artículo generó criterios a favor del accionar del ejecutivo; mientras hubo otras posturas ciudadanas que condenaban estrictamente el hecho, dando lugar a la posibilidad de un conflicto general entre Gobierno vs Medios de comunicación.

### **2.3 Justificación**

En un análisis exploratorio sobre las percepciones ciudadanas a partir de la relación entre el actual gobierno y los medios de comunicación, Gustavo Abad hace referencia a la conducción conflictiva que mantienen estas dos instituciones sin fijar, o siquiera pretender algún acuerdo entre ambas partes: “ni el gobierno ni los medios privados han logrado proponer un debate de gran altura al respecto. En su lugar, mantienen una atmósfera de tensión” (Abad, 2010, p. 184).

El escenario del conflicto suelen ser los medios de comunicación. En algunas ocasiones se evidencian niveles alarmantes de debate que llegan a emplear términos ofensivos. *“¿A qué se refiere Correa cuando habla de “prensa mediocre”? ¿A qué se refieren los medios privados cuando hablan de “gobierno autoritario”?”*(Abad, 2010, pág. 184)

Lo siguiente es un ejemplo de un programa de entrevista a políticos, donde ellos tenían la oportunidad de responder las preguntas o bien refutar por algo o alguien que le importune; así mismo, el periodista no solo pregunta, también contesta. Gustavo Abad, lo reseña textualmente de la siguiente manera:

“Es la mañana del 12 de junio de 2007. Set de entrevistas del canal Teleamazonas. A un lado, Ricardo Patiño, entonces ministro de

Economía. Al otro, Jorge Ortiz, entrevistador principal de ese canal y uno de los más críticos al gobierno.

Patiño le debe al país una explicación de por qué se reunió, cuatro meses antes, con empresarios de la firma Abadi&Company, en un cuarto de hotel, para escuchar una propuesta sospechosa sobre renegociación de la deuda externa. El video de esa conversación llega a los canales de manos de un ex asesor de Patiño, como represalia por haber sido despedido. Los medios bautizan el caso como los “Pativideos” y lo tratan más como un espectáculo que como una investigación periodística. Todo indica que el ministro está a punto de perder los privilegios que otorga el poder. Lo que el periodista no sabe es que el entrevistado está más convencido que nunca de que la mejor defensa es el ataque. A la primera oportunidad, el ministro saca sus cartas:

- Ricardo Patiño: Usted está desinformado (...) no sabe lo que dice, está mal informado, nervioso (...) Usted es el autor intelectual de esto, el presentador oficial de los “Egasvideos” (en alusión al banquero Fidel Egas, dueño del canal)...
- Jorge Ortiz (con risa nerviosa): Ja, ja, ja...
- RP: ... ¡Sonríase!...
- JO: No me sonrío, me río a carcajadas...
- RP: Así como el señor Egas es dueño de este canal, es dueño del Banco del Pichincha, y está organizando una campaña fenomenal en contra del gobierno, de la cual usted es, lastimosamente, el artífice material...

Los televidentes asisten a un intercambio, no de preguntas y respuestas, sino de acusaciones entre un funcionario agresivo y un periodista nervioso. Patiño no le responde al país por qué manejó de manera poco clara un tema de interés público. Ortiz no puede refutar la acusación de que trabaja en un canal de propiedad de un banquero y que participa en una campaña mediática contra el gobierno. El derrame de bilis continúa de parte y parte.

El público recibe espectáculo en lugar de información. Sigamos:

- RP: Para encontrar a los corruptos hay que hacerlo a escondidas...
- JO: ¿Y ya los ha encontrado?
- RP: Ya encontramos a los primeros (...) Tengo ya la información de cuántos millones de dólares tenía el notario Cabrera –el fallecido notario José Cabrera, autor del delito de captación ilegal de dinero, conocido como sistema piramidal– en la banca ecuatoriana. El amoso notario Cabrera tenía cientos de millones de dólares aupados por algunos segmentos de la banca y nunca le preguntaron: mire señor Cabrera ¿Usted cobra tanto por dar las certificaciones de un título de propiedad? Estaban más preocupados por tener depósitos (...) ¿Por qué no les pregunta a los señores de la banca cuántos presos hay por el caso Cabrera?...
- JO: ¿Y cuántos presos hay por el caso Abadi? Pero le contesto...
- RP: ¡Contésteme qué pasó con esos depósitos millonarios en la banca! ¿Usted se ha preocupado de investigar eso, tan acucioso que es?
- JO: ¿Ha visto que en Teleamazonas presentamos incluso una serie sobre el caso Cabrera?

- RP (casi gritando): ¡Escondiendo a la banca! ¡Dígalo con claridad! Escondiendo a la banca (...) porque ustedes son propiedad de la banca... ¡Desenmáscárense! Nosotros somos abiertos, francos y claros. Ustedes ¡Desenmáscárense!
- JO: Abiertos, claros y francos poniendo cámaras ocultas en un cuarto y grabando a la gente. Nadie les cree ese cuento...
- RP: La mayor parte de los ecuatorianos nos creen. Vea usted todas las encuestas...
- JO: Abiertos, claros y francos poniendo cámaras ocultas en un cuarto y grabando a la gente. Nadie les cree ese cuento...
- RP: La mayor parte de los ecuatorianos nos creen. Vea usted todas las encuestas...
- JO: Eso no significa que tengan razón...
- RP: Pregunte por su credibilidad...
- JO: Seguramente está por debajo de la suya...
- RP: ¡Por los suelos!...
- JO: Sí, debe estar por los suelos...

El periodista no puede evitar pasar de cuestionador a cuestionado. Después, no puede rebatir la acusación –por segunda vez– de que existe una vinculación de intereses entre el medio de comunicación y la banca privada. Finalmente, admite que su credibilidad está por los suelos y comienza a interceder por la banca privada:

- JO: La Asociación de Bancos Privados quiere que se bajen las tasas de interés y las comisiones pero no por imposición sino por diálogo. ¡No me interrumpa!...
- RP: Pero usted interrumpe siempre. Yo también lo voy a interrumpir. Le pregunto ¿Cuántos años han dialogado y no han bajado las tasas de interés?...
- JO: (nervioso) Yo no trabajo con la banca...
- RP (sorprendido): ¿No trabaja con la banca?
- JO: No trabajo con la banca...
- RP: Pero si usted es empleado del señor Egas...
- JO (más nervioso): Pero en Teleamazonas, no en el banco...
- RP (irónico): Aaah, no están relacionados lo uno con lo otro. Aaah ya, siga nomás...

Ortiz pierde completamente el libreto. No logra que su entrevistado lo respete. Sonríe nervioso y avergonzado por quedar expuesto públicamente. Entonces opta por la sumisión. Baja la vista y acepta el castigo:

- RP: Estoy seguro que usted, cuando me vaya, hablará pestes de mí...
- JO: Ni una palabra...
- RP: Semanas enteras...
- JO: Ni una palabra...

Así, la autoridad elude su obligación de rendir cuentas gracias a que tiene al frente a un periodista disminuido, sin argumentos, a quien resulta fácil poner a la defensiva con solo mencionar la vinculación de su medio con un sector cuestionado en el Ecuador, como la banca privada. Los



dos pierden credibilidad y le quedan debiendo al país su derecho a la información”(Abad, 2010, págs. 184 - 187)

Hasta el momento, entrevistadores de medios privados continúan entrevistando a funcionarios de gobierno. En algunas ocasiones es posible identificar momentos de conflicto, sobre todo cuando personalizan los debates. Es importante entonces realizar una investigación que aporte a la sociedad y le manifieste cómo las actitudes de los voceros de las instituciones gubernamentales, y de las empresas de comunicación, influyen en el público que escucha y ve, de manera mediada, los momentos directos e indirectos de la relación entre ambos.

Se considera anticipadamente que los medios de comunicación están ligados a la política, tal como se lo señala en el marco teórico (apartado “La democracia como base de la relación entre medios y gobierno”); por ello el vínculo no cesará, pero es importante cómo actualmente se encuentra esta relación.

### **3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuál es la percepción que prevalece en la audiencia de canales de señal abierta sobre la relación entre los medios de comunicación y el Gobierno, luego del rompimiento de vínculos entre los medios privados y el poder ejecutivo, y del incremento de medios de propiedad estatal?

#### **3.1 Objetivo general**

Identificar las percepciones de determinados grupos de la clase media de Guayaquil sobre la relación entre los medios de comunicación y el gobierno; situación que se evidencia en el escenario mediático televisivo; así como los conocimientos y consideraciones relacionados a este vínculo.

#### **3.2 Objetivos específicos**

1. Caracterizar al público televidente de canales de señal abierta
2. Establecer los elementos que componen las percepciones de la audiencia de canales de señal abierta sobre la relación medios - Gobierno.

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1 Gobierno y medios de comunicación

#### 4.1.1 Gobierno

En el marco institucionalizado, el Estado es un ente organizado que ampara a los ciudadanos que pertenecen a un territorio específico, pero éste es nada sin la representación de un órgano con funciones específicas llamado Gobierno.

“Gobierno” es, a decir del sociólogo JavierHurtado:

*“La expresión institucional de la autoridad del Estado. Su función consiste en la elaboración, ejecución y sanción de normas jurídicas a través de órganos legítimamente constituidos que, en un sentido amplio, cumplen todos aquellos sistemas de gobierno que organizan y estructuran el poder político bajo principios democráticos. En otro sentido, el término también denota el método mediante el cual se gobierna a una sociedad, o bien, se refiere a un grupo de individuos que comparten una determinada responsabilidad en las instituciones gubernamentales”*(Hurtado, 1999, pág. 2)

Por otra parte, y según el investigador Jose Luis Cea, *“en la arraigada tradición anglosajona -vigente hoy en día-, el término 'gobierno', government, se refiere al conjunto de poderes públicos. (...)Pero(...) hay otra concepción, bastante más específica, de la palabra Gobierno. Se refiere al equipo formado por el Presidente de la República o la Corona -en el supuesto de que tales jefes de Estado tengan poderes de gobierno-, y el Presidente del Gobierno, los posibles Vicepresidentes y los Ministros, que se reúnen formando el Consejo de Ministros o Gabinete”*(Cea, 1997, págs. 61-76).

#### 4.1.2 Tipos o sistemas de gobierno

Existen dos maneras de identificar los sistemas actuales de gobierno, según variables políticas de dependencia e independencia social. La primera de

acuerdo a Javier Hurtado se refiere a que *“si se considera que determinan o que están determinados por el sistema electoral o de partidos”*(Hurtado, 1999, pág. 4) y la segunda es *“si se lesentiende como causa o efecto de los cambios en el sistema social”*(Hurtado, 1999, pág. 4).

Para Javier Hurtado, *“si a los gobiernos se les considera como de variable independiente, éstos asumirían un carácter autoritario o totalitario; en tanto que si son vistos como de variable dependiente, serán gobiernos pluralistas y democráticos”*(Hurtado, 1999, pág. 2)

Según su clasificación, existen gobiernos presidenciales y parlamentarios. En un estudio sobre Gobierno y Presidencialismo, Jorge Lanzaro asegura que: *“el debate “parlamentarismos versus presidencialismos” despunta en América Latina a mediados de los años ochenta, cuando varios países de la región entraban en una doble transición”*(Lanzaro, 2001, pág. 16).

En el mismo estudio, Lanzaro detalla que la primera transición se refiere a la salida de las dictaduras en el sur del continente. Según el estudioso, *“la segunda transición se refiere a su vez a la agenda de ajustes y de reforma estructural en el estado y en el mercado, en la política y en la economía”* (Lanzaro, 2001, pág. 16)

#### **4.1.3 Medios de comunicación**

El primer concepto que surge sobre los medios de comunicación siempre está ligado al objeto fundamental de informar a las grandes masas o públicos. Sin embargo existen varios estudios sobre la importante influencia en la percepción y opinión pública que generan.

Issa Luna sostiene que *“se puede entender por medios de comunicación cualquier objeto que hace las veces de vía para conducir información de un sujeto a otro”*(Luna, 2001).

En Ecuador existe desde el martes 25 de junio del 2013 una Ley Orgánica de Comunicación que divide a los medios de comunicación social en tres tipos:

#### **4.1.3.1 Tipos de medios**

1. Públicos;
2. Privados; y,
3. Comunitarios (Asamblea Nacional, 2013, pág. 13)

#### **4.1.3.2 Medios públicos**

En el marco legal ecuatoriano y a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación se crea el primer concepto de medios de comunicación públicos. *“Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público. Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea”*(Asamblea Nacional, 2013, pág. 15).

Gustavo Abad en el libro “El club de la pelea. Poder político vs poder mediático” expone una definición de Medios públicos a partir de un análisis de la logística de su creación: *“los medios públicos surgen en medio de una gran tensión entre un gobierno con discurso revolucionario y unas fuerzas políticas y económicas alineadas con la derecha empresarial y con una marcada influencia en la agenda de los medios privados”* (Abad, 2010, pág. 195)

#### **4.1.3.3 Medios privados**

Son medios de comunicación privados aquellos que ofrecen programación dividida por segmentos publicitarios y propagandísticos. Sobresale, en este tipo de medios, el lucro comercial que da solvencia a su existencia y mantenimiento. Según la Ley Orgánica de Comunicación, se prescribe que *“los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos*

*de comunicación con responsabilidad social”* (Asamblea Nacional, 2013, pág. 15)

#### **4.1.3.4 Medios comunitarios**

En la Ley Orgánica de Comunicación se crea por primera vez un concepto de Medios Comunitarios y por tanto se institucionaliza a nivel nacional la posibilidad de crearlos con apoyo fundamental del Estado. Según esta Ley *“los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades”*(Asamblea Nacional, 2013, pág. 15).

Los medios de comunicación comunitarios son nuevos en materia legal con la posición del gobierno actual. En la nueva Constitución ecuatoriana se mencionan, por primera vez, tres tipos de medios de comunicación: públicos, privados y comunitarios. Además se afirma *“el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, para gestionar estos medios (estaciones de radio y televisión), en igualdad de condiciones”*(Ciespal, 2010)

Una publicación de la Coordinadora Latinoamericana de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas defiende el posicionamiento territorial de medios comunitarios por ejercer un aporte al espacio que representan.

*“Desde su surgimiento y, pese a los problemas políticos, económicos y sociales, los medios comunitarios han seguido creciendo en Ecuador; en muchos casos su existencia ha pasado desapercibida por los grandes grupos humanos, pero para las poblaciones donde funcionan, estos medios han brindado un aporte significativo y han marcado un antes y un después en sus formas de comunicación”*(Coordinadora Latinoamericana de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas, 2013)

#### **4.1.4 Responsabilidades de los medios de comunicación en Ecuador**

En el caso de Ecuador, la actual Ley Orgánica de Comunicación hace referencia a ciertas “responsabilidades comunes” que deben aplicar los medios de comunicación, sin omisión del tipo público, privado o comunitario al que pertenezcan. Esta Ley de Comunicación, planteada desde la Asamblea Nacional, cita diez obligaciones sociales que los medios de comunicación social deben cumplir:

1. “Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;
8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación”(Asamblea Nacional, 2013)

## 4.2 Las agendas de noticias

Tanto los medios públicos como los privados, cuya mayor causalidad de existir la deriva su dependencia económica, tienen una estructura técnica comunicacional que garantiza su posicionamiento en los temas de conversación del público. Se trata de la agenda que manejan, las cuales guían el contenido que se difunden. Actualmente se la conoce como Teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión. Anteriormente se la denominaba “Agenda Setting”, cuya funcionalidad es paralela a la actual.

*"La agenda-setting es un proceso que puede afectar tanto a los temas en que pensamos como en la forma en que pensamos en ellos" (Exeni, 1999, pág. 16)*

Al referirse sobre cómo se posiciona la agenda setting en los espacios de comunicación social, el investigador Maxwell McCombs, *considera un proceso organizativo:*

*"la capacidad de la agenda pública y la competición entre los temas para ocupar un espacio en esta agenda, el lapso de tiempo que se dedica a la evolución de la agenda pública, y las funciones comparativas de periódicos y noticieros de televisión en el proceso de la agenda-setting"(Exeni, 1999, pág. 38)*

La teoría de la Agenda Setting explica que al inicio del día los medios de comunicación masivos elaboran una agenda de trabajo sobre la información que van a difundir, y esta va clasificada de acuerdo a la importancia de los hechos del país y del mundo. El objetivo es generar mayor impacto en la audiencia. Si en la agenda está seleccionado que haya tres reportajes con diferentes temáticas pero sobre un mismo personaje político, es muy posible que la audiencia luego de ver el producto comunicacional, recuerde más a este personaje que a algún otro difundido en el noticiero.



Un estudio de Teresa Correa hace un análisis de la influencia de las agendas de noticias de los medios de comunicación en los temas de relevancia de información, de personajes “públicos” y los conceptos que de ellos se deriven.

*Según Correa, “el método de la agenda setting, no sólo permite evaluar la relevancia de los candidatos en el público sino también lo que éste piensa acerca de ellos y con qué atributos los identifica (liderazgo, honestidad, preparación para el cargo, etc) (...) En conclusión, la agenda setting establece que los medios no sólo pueden influir en qué piensa el público, sino también en cómo piensa”(Correa, 2005, pág. 91)*

#### **4.3 La percepción como proceso individual que proviene de lo social.**

La percepción de los ciudadanos que conviven o se enfrentan a un mismo fenómeno social se puede entender desde un esquema psicológico. Así lo orientan diversos estudios sobre esta rama que llegan a definir este proceso y sus composiciones.

“La percepción” según Ester Martínez *“es un proceso por el que los individuos organizan e interpretan las impresiones sensoriales para darle un sentido al entorno”* (Martínez E. , 2010, pág. 2).

En el proceso perceptivo del individuo, existen “factores” que influyen en lo que determinan los seres humanos; esto es:

- *“Las actitudes, motivos, intereses, experiencia anterior y expectativas.*
- *Los Elementos que interfieren: los deseos y temores (desconfianza, inseguridad personal)(Martínez E. , 2010, pág. 3)*

En cuanto a los factores que influyen en el objeto percibido, influye:

- *Las propias características del objeto influyen en que sea más o menos destacable (tamaño, sonidos, etc.)*

- *La proximidad entre objetos provoca que se asocien, aún sin tener relación alguna (estereotipo de grupo)*
- *La semejanza hace que percibamos elementos aislados como un grupo común*
- *Otros: antecedentes, novedad...* (Martínez E. , 2010, pág. 3)

Desde esta visión teórica, se entiende que el ser humano induce el fenómeno social, lo asimila (lo individualiza), para luego deducir sobre él. Este proceso perceptivo constituye un mecanismo sumamente psicológico del individuo, el cual llega a integrar otros elementos significativos antes de la etapa deductiva, o de la percepción manifestada.

David Oseguera en el 2004, realizó un estudio de la “Percepción Social sobre las Culturas Contemporáneas”. Él utiliza el término *percepción* para señalar que es “*la representación mental de lo captado por los sentidos*”(Oseguera, 2004, pág. 32).

La percepción construye además una forma de pensar y de actuar. Ambas manifestaciones se enmarcan en la ideología existente en cada ser humano, o en su conjunto. Gina Collazos en su tesis sobre Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología, expone la definición de *ideología* que había formulado anteriormente Jhon Thompson en 1991:

*“Jhon Thompson definió a la ideología como la forma en que las industrias culturales, televisión, radio y prensa, transmiten el mensaje y manejan la opinión pública. La forma en que los individuos la entienden y adaptan a sus vidas depende entonces de la cantidad de información que posean. En este sentido, podría decirse que ideologías existen como diarios en el mercado, y un ciudadano debería informarse no únicamente con un solo diario, pues se estaría quedando únicamente con una forma de ver la realidad, la riqueza se encuentra entonces en leer varios diarios, con distintas ideologías que le permitan a un individuo formar una*

*ideología propia con base en varias opiniones, un individuo que lee varios diarios es menos persuasible por ellos, que una persona que lee un solo diario y se queda con un solo discurso". (Collazos, 2011, págs. 12-13)*

El mismo Thompson relaciona la ideología del individuo con el poder que convive en la sociedad. *"Tiene que ver con las maneras en que el significado es movilizado para los intereses de individuos y grupos poderosos"*(Thompson, 1991, pág. 10). Según este autor la ideología puede operar también a través de la disimulación.

*"Las relaciones de dominación se pueden cancelar, negar u oscurecer de varias maneras, por ejemplo, al describir los procesos sociales o acontecimientos en términos que pongan de relieve ciertos rasgos en detrimento de otros, o a representarlos e interpretarlos de manera tal que encubra las relaciones sociales en las que tienen lugar"*(Thompson, 1991, pág. 10)

#### **4.4 La libertad de prensa en el Ecuador**

La libertad de prensa es catalogada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina como *"uno de los derechos humanos más importantes"*(Ciespal, 2013). La UNESCO también lo hace en una publicación desde su página web, y se refiere a *"la facultad que, por el solo hecho de pensar y tener un criterio respecto de algo, tenemos todos para expresar libremente ese pensamiento sin que por ella debamos ser reprimidos, censurados o recibir calificativos poco encomiables"*(Unesco, 2013)

En el Ecuador, un estudio realizado por Fernando Checa evidencia el concepto de "libertad de expresión" que nace desde los propios comunicadores sociales a partir de entrevistas realizada a ellos y demás métodos de consulta. Checa, lo expresa de una manera crítica:

*“Con frecuencia, los gremios empresariales, medios y algunos periodistas tienen una mirada recortada sobre la libertad de prensa y expresión, las miran como un derecho que les pertenece exclusivamente a ellos, suelen reclamar vehementemente (desde luego, muchas veces con justicia) cuando las de ellos son afectadas de una u otra forma, pero con la misma intensidad callan o minimizan cuando las víctimas son las libertades de otros”*(Checa, 2008, pág. 127).

Lo que expone Checa se asimila a lo que en la Revista Punto de Vista, se colocaba respecto a los grupos dominantes de información, afirmando que:

*“no es casual que los grandes propietarios y editores de prensa agrupados en la SIP, rechacen todo tipo de organización de los trabajadores de la prensa, argumentando paradójicamente que la existencia de colegios de periodistas ATENTA contra la libertad de prensa”*(anónimo, 1988, pág. 6).

Actualmente mucho se ha hablado sobre los fenómenos y violaciones a la libertad de expresión, empleando frases como “no a la Ley Mordaza”, refiriéndose a la Ley de Comunicación o Ley de Medios. Diario Hoy publicó una noticia con el titular “Asamblea aprueba la `ley mordaza” utilizando el término *mordaza*, el cual fue empleado anteriormente para criticar otras leyes internacionales que amenazaban alguna libertad, como la “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” (conocida popularmente como Ley de Medios), aprobada en el 2009 en Argentina; o la Ley de Protección de la Seguridad Ciudadana en España.

A propósito del debate por la creación y validación de leyes de medios, Jose Luis Exeni, propone una visión a la que, según él, deberían apuntar estas reformas:

*“En los distorsionados debates sobre proyectos de “leyes de medios, lo que abundan son “reflejos en vez de reflexiones”. Eso impide comprender que, en este tema, lo que está en cuestión no es el carácter intocable (pero no sacralizado) que deben tener las libertades de expresión y de opinión en sociedades democráticas. De lo que se trata, más bien, es de indagar sobre el carácter general y no absoluto de tales libertades. Es decir, responder a las preguntas que los periodistas con frecuencia se niegan a escuchar y menos a formular: “¿todo lo técnicamente informable es ética y jurídicamente informable?, ¿todo lo comunicable es comunicando?. Esto es: ¿hay excepciones a la difundibilidad a través de los medios masivos? En síntesis, el asunto pareciera que no tiene que ver con los principios del derecho a la información, sino con sus límites. No aborda lo que el periodismo “debe” hacer, sino lo que “puede” hacer”. (Exeni, 2010, pág. 14)*

#### **4.4.1 Libertad de expresión en gobiernos democráticos derechistas**

En la historia política del Ecuador, se ha logrado clasificar a los gobiernos en “de izquierda o “de derecha”, según la ideología que prevalece en sus gobernantes. A las administraciones de derecha, o conservadoras, se las caracterizan como “opresoras de libertades”, desde una mirada al pasado político de todo el planeta; de sus batallas y revoluciones. En el Ecuador, bajo el mandato de la derecha del ingeniero León Febres Cordero, la libertad de expresión fue perjudicada, según lo expone el periodista Andrés Carrión: *“Nunca antes, ni siquiera en tiempo de las dictaduras propiamente dichas, se había registrado una tan permanentemente y sistemática violación a la libertad de expresión, opinión y prensa como la que exhibe el Ecuador desde agosto de 1984”*(Carrión, 1987, pág. 23).

Lo que el periodista Carrión describía en esa publicación era una reseña de la gobernanza del ex presidente ecuatoriano León Febres Cordero referente

al sistema de comunicación y libertades de los medios de comunicación en este ciclo histórico:

*“Un gobierno autoritario, violento y concretador, que apabulla con prepotencia a las instituciones del Estado, requiere para imponer su política de los más diversos recursos. Así, y en lo que toca a la prensa, el régimen emprendió, desde sus inicios, una ofensiva para interferir la acción de todo medio de información.*

*Con este propósito, el 13 de agosto de 1984, primer día hábil del gobierno de León Febres Cordero, se suspendió el noticiero informativo “Minuto a minuto” que se difundía por canal 13 de Quito y estaba a cargo de quienes actualmente conforman ORTEL”. (Carrión, 1987, p. 24)*

Ante una negatividad sobre la situación de la libertad de expresión, a criterio de articulistas que escribían en el contexto de regímenes de derecha (acentuando la presidencia de León Febres Cordero desde 1984 a 1988), el investigador José Martínez Terrero expuso en una entrevista a la Revista Punto de Vista lo siguiente:

*“Los medios de comunicación, que tienen una influencia tan grande en la opinión pública, deberían matizar con responsabilidad comunicacional en qué sentido las políticas neoliberales se pueden aplicar, pero respetando los valores culturales nuestros, y sobre todo la satisfacción de las necesidades básicas de la población” (Martínez J. , 1993, pág. 6).*

La visión de Martínez focalizaba una relación estrecha entre las políticas neoliberales del país con las políticas de los medios de comunicación; estrechez que según él “es una cosa triste porque han tomado una especie de modelo neoliberal con una lista de políticas neoliberales y las están fotocopiando para cada uno de los países, sin adaptarlas” (Martínez J. , 1993, pág. 6).

## **4.5 La democracia, el eje de la relación entre medios y gobierno**

### **4.5.1 ¿Qué es la democracia?**

La palabra democracia es un término que a contexto latinoamericano tiene una representatividad significativa por su paralelismo con los estados de gobierno ideales para sus líderes y para las masas en general. Según Giovanni Sartori *“la democracia es el mandato de la mayoría, si se entiende por mayoría que en la democracia se someten las decisiones a la regla mayoritaria”*(Sartori, 1987, pág. 134).

Por otra parte existe una relación entre la legitimidad que desputa de la ciudadanía hacia los poderes del Estado y las funciones democráticas que nazcan de éste. Daniel Montalvo en su libro *“Desafíos para la democracia de América Latina y el Caribe”* lo expresa de la siguiente manera:

*“La confianza en las instituciones está vitalmente relacionada con el apoyo a la democracia y con los procesos democráticos (...). Adrian y Smith especifican que tanto en sistemas democráticos como en las naciones en proceso de democratización, los individuos que evalúan desfavorablemente regímenes presentes y pasados, expresan a su vez muy poca confianza institucional”*(Montalvo, 2006-2007, pág. 99).

Varios actores del sistema social comparten el concepto de que la comunicación es una condición necesaria para el funcionamiento de la democracia. Javiera Aguirre, en su artículo *Medios de Comunicación y democracia: ¿una relación necesaria o una relación imposible?*, destaca que *“es en la democracia donde tiene sentido la función de los medios de comunicación, pues es en ella donde se da la libre circulación de ideas, de opiniones y la entrega informativa”* (Aguirre, 2009, pág. 384)

En este mismo artículo, Aguirre cita a Carlos Ruiz, quien resume los principios que la teoría liberal desarrolló para el “cumplimiento de la misión de los medios” en relación al concepto general de “democracia”. Éstos son:

- “1) La circulación de información construye democracia,
- 2) Un pueblo informado e ilustrado es garantía contra el abuso de poder,
- 3) Si la base del gobierno es la opinión del pueblo, el primer derecho que se debe defender es el derecho a recibir información para formarse esa opinión, y
- 4) La prensa debe cumplir con tres funciones políticas: de ágora mediática, de contrapoder, y de instrucción”(Aguirre, 2009, pág. 384)

En nombre de la democracia como poder de los ciudadanos y de la sociedad en general, los medios de comunicación, a raíz de su creación y con el paso del tiempo, se han dotado la función de acompañar a la política local, cumpliendo un papel importante en los procesos de involucramiento público. En Ecuador, por ejemplo, los medios dan cobertura a las rendiciones de cuenta semanal que ejerce el presidente Rafael Correa; ejercen prioridad en la agenda de noticias a los temas políticos que desde el gobierno surgen, además de dar seguimiento a los comicios electorales, entre otros aspectos.

El politólogo Leonardo Morlino reconoce que *“fuera del terreno teórico, en la realidad y debido a la complejidad e inestabilidad de los sistemas sociales y políticos, en los países democráticos pueden darse situaciones que cuestionen la calidad de la democracia”*(Morlino, 2005, pág. 4)

Maximiliano Weber es citado por Rosalía Orozco en un estudio sobre la relación medios y gobierno en un escenario específico. Allí indica que esta interrelación llega más allá de la bilateralidad: *“es una conducta social de carácter recíproco que puede involucrar a más de dos individuos e instituciones o actores colectivos; en este caso puede ser la prensa, el gobierno, periodistas y gobernantes”*(Orozco, 2010, pág. 15).



Rosalía Orozco además indica que en la mayoría de relaciones sociales los individuos involucrados, unos con otros, tienen “pre concepciones” sobre cómo actuará el otro ante determinadas situaciones.

En el caso de los medios en Ecuador, al producir cierto material periodístico donde el régimen esté involucrado, los promotores de este material, es decir, productores, periodistas, editores, etc, tienen una idea de la reacción que causará el producto en los actores de gobierno, quienes posteriormente podrán solicitar rectificación o disculpas empleando algún argumento que ampare la actual Ley de Comunicación aprobada en Junio de 2013.

#### **4.5.2 Relación medios – Gobierno en estados democráticos**

En Ecuador, al reconocerse un Estado democrático, coexisten relaciones que involucran libertades de los medios de comunicación en el contexto político. Jean. K. Chalaby es citado por Rosalía Orozco donde menciona unas características de la relación entre medios de comunicación y gobierno en los Estados democráticos:

- *“El Estado no utiliza la coerción en contra de los medios y ninguno es controlado por el gobierno, incluso los medios públicos son independientes del poder público.*
- *Rara vez los políticos ejercen algún tipo de presión sobre los periodistas y cuando lo hacen hay efectos contraproducentes.*
- *Prevalece una relación de interdependencia entre periodistas y políticos, más que una relación de subordinación.*
- *Las organizaciones de los medios forman un campo independiente y los discursos, prácticas y estrategias de los periodistas reflejan los valores específicos del campo de los medios.*

- *Las limitaciones y presiones sobre los periodistas son económicas más que políticas y se generan dentro del campo de los medios, esas presiones son invisibles y no tangibles, como sería la censura en los otros regímenes políticos”(Orozco, 2010, pág. 21)*

#### **4.6 El poder de la comunicación**

Las instituciones sociales ejercen un poder determinado en la esfera pública; unas más que otras. Al referirse al tema de la Comunicación, ésta se dota del mecanismo de la persuasión para ejercer poder. Así lo expuso el mismo Weber quien fue citado más tarde por Víctor Sampedro, para determinar que *“el poder se ejerce por la fuerza o la persuasión, la primera conlleva represión inapelable y la segunda, comunicación de símbolos más ambiguos”(Sampedro, 2000, pág. 22).*

Tanto Weber como Sampedro ratifican que la comunicación es un método de persuasión social. Actualmente mediar una información es cada vez más anhelado no solo por las empresas de comunicación cuya función principal, entre otras cosas, es de informar a la audiencia, si no por toda aquella institución que ejerce hegemonía entre la ciudadanía. Actualmente el gobierno requiere comunicar, requiere persuadir. Aquello lo reafirma José Luis Exeni, de la siguiente manera:

*“Las sociedades diversas e interactivas que arribaron al nuevo siglo están cada vez más mediatizadas; como lo están también la política, la función de gobierno, el poder...”(Exeni, 2010, pág. 19).*

#### **4.7 El poder de los medios de comunicación**

En cuanto al poder de los medios de comunicación, éstos representan una capacidad de influencia directa en el sistema político. José Luis Exeni, analiza varias alternativas de influencia:

*“Más allá de que los medios de comunicación masiva sean o no un poder (cuarto, segundo, ninguno), es importante señalar que estas diferencias de perspectiva tienen consecuencias analíticas a la hora de abordar la relación entre comunicación mediatizada y sistema político. Así, en esa dirección, es posible distinguir tres niveles:*

*a) Uso de los medios (información instrumento): la información es concebida como un instrumento del poder (o directamente se dice que “información es poder”). Supone una competencia por la posesión de información.*

*b) Efectos de los medios (información influencia): los mass media tienen la capacidad de influir en las acciones y decisiones del poder político, lo que está en relación con las diferentes versiones acerca de los efectos mediáticos.*

*c) Gobierno de los medios (información contra-poder): los medios son un (contra) poder político o estatal, lo cual conduce a pensar en un supuesto orden político en el cual los actores mediáticos se ocuparían del ejercicio del poder”(Exeni, 1999, págs. 2-3).*

Luis Exeni llega a la conclusión que los medios son un poder y tienen influencia sobre la política. *“Mediocracia es el nuevo tipo de democracia que se hablaba y que de manera indirecta da a conocer el poder de la comunicación mediatizada”(Exeni, 2010)*

Concluyendo este apartado, tanto el gobierno como los medios de comunicación son instituciones puramente sociales construidas para socializar temas. Lo hacen, y en el contexto político están destinados a siempre relacionarse, unos con otros. La forma cómo lo hagan, su lenguaje, las conclusiones a las que lleguen, el enfoque temático que den sobre el objeto, son elementos que influyen en las percepciones del individuo sobre ese mismo

sujeto/objeto: *“...la clave de todo esto parece estar en la manera cómo cada uno construye y vende su propia imagen y la de su oponente”*(Abad, 2010, pág. 191).

#### **4.8 Los medios, constructores de discursos políticos**

El texto de Miguel Acosta sobre “Los medios de comunicación y la educación ciudadana”, determina que *“los medios de comunicación constituyen uno de los factores fundamentales que pueden contribuir a la educación cívica debido a su capacidad de inculcar a una enorme audiencia los valores y prácticas ciudadanas que requiere todo régimen democrático”*(Acosta, 1997).

Ahora, es importante definir qué es la política, para luego saber cómo la entienden los medios de comunicación. Para Joaquín Abellán la política es:

*“El proceso global en el que se conforma la lucha por el poder y la influencia, la lucha entre grupos distintos por seleccionar el personal adecuado para la formulación de propuestas a la sociedad y para su realización y así conseguir adhesiones de los ciudadanos”, añadiendo además que: “la política consiste en un tipo de conocimiento, un tipo de saber, diferente al de otras ramas del saber, que pretende contribuir a la formulación de máximas de actuación para los gobernantes y ciudadanos en general”* (Abellán, 2004, pág. 13)

Pero de qué manera se relacionan los medios de comunicación, y su función de informar, con la política. El mexicano Miguel Acosta es muy poco optimista en referirse al trabajo que alcanzan los medios de comunicación como educadores de los procesos políticos de una nación; así lo determina:

*“Los medios de comunicación, en general, no han contribuido a establecer una relación democrática entre la ciudadanía y el gobierno que aliente a los ciudadanos a participar de manera cotidiana en los*

*asuntos públicos, y que permita a los funcionarios ser responsables ante quienes los eligieron con su voto” (Acosta, 1997).*

En el libro *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público* de Cándido Monzon, el autor alude que la comunicación y la política son dos campos que *“Cuando el primero influye o guarda relación con el segundo, entonces se puede hablar de comunicación política”*(Monzon, 1996, pág. 218).

Por otra parte ¿qué es comunicación política? Dominique Wolton, en su libro *“La comunicación política: construcción de un modelo”*, la concibe entre tres elementos sociales:

*“Es el espacio [ámbito comunicativo] en que se intercambian los discursos contradictorios [objeto] de los tres actores que tiene legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (Wolton, 1998, págs. 29-31).*

Para explayar un poco más sobre la opinión pública que menciona tanto Wolton como Exeni, la politóloga Noelle Neumann señala que *“casi todas las definiciones de opinión pública están relacionadas con uno de estos dos conceptos:*

*“a) La opinión pública como racionalidad que contribuye al proceso de formación de la opinión y toma de decisiones en una democracia.*

*b) La opinión pública como control social que promueve la integración social y garantiza que haya un nivel suficiente de consenso en el que puedan basarse las acciones y las decisiones”*(Neumann, 1995).

Por otra parte, existe un estudio latinoamericano sobre el rol de los medios en procesos electorales de fuerte polarización. Allí se reconoce un nivel de conflictividad entre *“los gobiernos progresistas de la región con ciertos conglomerados comunicacionales”*, y que además *“se aborda la comparación*

*en referencia a la hipótesis de que los medios son un actor con incidencia en la configuración de los escenarios políticos”(Goldstein & Comellini, 2012, pág. 40).*

#### **4.9 Relación medios de comunicación y democracia**

Luego de emancipación de los pueblos del poder religioso y de la nobleza, la política se ha convertido en un modelo social incluyente y de interacción. La “Teoría liberal de la libertad de prensa”, según el estudioso Carlos Ruiz quien más tarde, a través un estudio de Javiera Aguirre, detalla que *“los medios de comunicación quedaron inequívocamente relacionados con la democracia una vez que la Teoría Liberal dotó a la prensa naciente del siglo XIX de una función política y de una función moral para que los ciudadanos pudiesen vivir en sociedad”*(Aguirre, 2009, pág. 386).

La Teoría Liberal desarrolló tres principios para el cumplimiento de la misión de los medios según el mismo Ruiz quien fuera citado por Aguirre:

- “1) La circulación de información construye democracia*
- 2) Un pueblo informado e ilustrado es garantía contra el abuso de poder*
- 3) Si la base del gobierno es la opinión del pueblo, el primer derecho que se debe defender es el derecho a recibir información para formarse esa opinión”*(Aguirre, 2009, pág. 387).

#### **4.10 La audiencia, el punto objetivo del mensaje mediático**

Amparo Huertas Bailen, en su libro publicado en el 2002, *La audiencia investigada* nos indica que:

*“La audiencia es un concepto flexible y cambiante y por tanto los estudios culturales de una audiencia con respecto a algún mensaje, nunca van a dejar de ser obsoletos o escasos de originalidad (...) la audiencia permite enfocarse a diferentes tópicos de estudio, gracias a lo*

*cambiante que es la misma con el paso del tiempo y con las novedades tecnológicas, sociales, culturales y políticas”(Huertas, 2002)*

En el libro *Audiences* de Nicholas Abercrombie y Brian J Longhurst(1998) se menciona que *"los miembros de la audiencia son anónimos al mensaje producido, donde se presume que tienen una influencia uniforme y una pequeña interacción con los miembros a diferencia de otros autores que dicen que tiene gran repercusión en la audiencia”(Abercrombie & Longhurst , 1998, pág. 24).*

Entonces se puede decir que la audiencia varía y la evolución de la misma también. Es así que la audiencia con el tiempo, ha ido evolucionando de acuerdo al crecimiento de la misma en diferentes contextos y entornos sociales; por lo tanto los estudios culturales, en cuanto a la relación de la audiencia y el mensaje, al pasar el tiempo, mostrarán infinidad de cambios.

El análisis de Virginia Nightingale define como audiencia a *“cualquier persona que utilizase cualquiera de los medios de comunicación en cualquier circunstancia”(Nightingale, 1999, pág. 34).*

#### **4.10.1 Audiencia, también catalogada como *masa***

Varios han sido los términos para definir a la sociedad que consume información. Uno de ellos es Masa. La propia Amparo Huertas, la define de la siguiente manera:

*“La masa es entendida como un amplio grupo de personas que hayan perdido su identidad individual, tampoco disponen de identidad colectiva como comunidad, se trata de un grupo heterogéneo pero tratado como si fuera uniforme, no organizado, desestructurado, sin normas que le autorregulen y carente de un proyecto común unificado. Al ser miembros de un público masivo, las diferencias personales desaparecen y al no*

*compartir un mismo espacio, difícilmente pueden reconocerse como colectivo” (Huertas, 2002, págs. 24-25).*

Otro acercamiento al concepto de masa y comunicación de masas, lo ofrece J.B. Thompson, quien es citado por Luz María Garay, e indica que:

*“El término masa es engañoso ya que conjura la imagen de una vasta audiencia que comprende varios miles, incluso millones de sujetos, lo cual es relativamente cierto para algunos productos mediáticos que circulan de manera internacional como famosas series de televisión o producciones cinematográficas, pero no necesariamente abarca toda la producción mediática que se realiza en distintos países del mundo”(Garay, 2006).*

Sin embargo, históricamente, el término *masa* tenía carácter peyorativo. Así lo explica un análisis sociológico de Denis MacQuail donde *la masa* tenía similitud con la desorganización ciudadana:

*“El término masa era una audiencia que solía ser muy numerosa, estaba sumamente dispersa y sus miembros solían no conocerse entre sí y eran desconocidos para aquellos que los habían convocado (los emisores). Carecía de identidad y conciencia propia y era incapaz de actuar conjuntamente de manera organizada para la consecución de objetivos, era heterogénea en su composición, pero homogénea en su elección de determinado objetivo y era fácilmente manipulable”(MacQuail, 2001, pág. 79).*

#### **4.10.2 El público**

Para el ya mencionado Denis McQuail, "quien a su vez parte de las ideas de H. Blumer para definir esta colectividad llamada *“público”*", este grupo es:

*“...la colectividad (...) el público suele ser grande y duradera, aunque esté sumamente dispersa. Tiende a formarse alrededor de una cuestión*



*o causa de la vida pública y su objetivo principal consiste en postular una opinión, favorecer un interés o lograr cambios políticos” (MacQuail, 2001).*

En términos de Dominique Wolton, autor centrado en el público de la televisión, éste define al público como *algo “inasible, inesperado, no es necesariamente cautivo, es más bien difuso y cambiante y siempre ha sido un reto para los medios el conocer las características de ese gran público”*(Garay, 2006, pág. 7).

## **4.11 Relación medios de comunicación y gobierno**

### **4.11.1 Caso Ecuador**

El Gobierno de Rafael Correa es muy mediático y lo ha sido desde sus inicios. La Secretaría de Comunicación, liderada por Fernando Alvarado Espinel es la encargada de auspiciar los comunicados oficiales del gobierno y difundirlos en medios convencionales, así como en nuevos canales de información (medios de comunicación públicos y redes sociales). Es así como existe actualmente un mayor espacio de comunicación política en el país, liderada por las instituciones públicas, siendo el presidente Correa el de mayor presencia mediática. Pero, ¿por qué esto ha pasado ahora y no antes?

La respuesta es, siguiendo un análisis de Omar Rincón, porque:

*“Nunca la comunicación fue tan importante, ni fue noticia de primera plana. Los medios de comunicación producen mucho ruido político en nuestra América Latina del siglo XXI. Y es que asistimos a unos gobiernos fascinados por la lógica de los medios y a unos medios de comunicación que no quieren perder sus privilegios y dominio sobre la opinión pública”*(Rincón, 2010, pág. 5).

Rincón en su libro *¿Por qué nos odian tanto?* especifica que *“el Estado acomoda leyes, produce toda una logística mediática, crea nuevos medios de*

*comunicación para difundir su mensaje, además de convertirse en el mayor anunciante del país. También elaboran un diseño estratégico de la propaganda". (Rincón, 2010, pág. 20).*

Es así que el gobierno se convierte en un productor de información. A todo esto hay que agregar que existen actualmente dos bloques informativos. Uno que representa a los medios privados, y otro a los medios estatales. Sobre los medios de propiedad estatal, María Isabel Punin, expresa lo siguiente:

*"En Ecuador, bajo la administración presidencial del economista Rafael Correa, existe un vínculo distinto entre prensa y gobierno comparado con épocas atrás. Su mismo gobierno ha sumado empresas de medios de comunicación; unas por incautación; otras han sido creadas bajo la figura de "públicas"(Punin, 2011, pág. 8). (...) "Ecuador tiene hoy por hoy 16 medios de comunicación administrados por el gobierno bajo la figura de medios públicos, es decir son quienes representan el monopolio mediático más fuerte, que hasta la fecha no ha podido competir con los medios comerciales"(Punin, 2011, pág. 9).*

Por otra parte, sobre los medios privados del Ecuador, Punin expone cuáles son los medios de comunicación que se ven enfrentados al gobierno: *"Hasta ahora los medios privados se han convertido en el ojo del huracán del oficialismo. Medios como El Universo, El Comercio, Hoy, La Hora, Telamazonas, Ecuavisa y varias radios a nivel nacional han sido objeto de disputa constante con el gobierno de Rafael Correa"(Punin, 2011, pág. 10).*

José Luis Exeni también mira con precaución la relación entre el gobierno y los medios de comunicación no partidarios al régimen: *"Y es precisamente Correa quien ha sostenido directamente una tenaz-tensa "batalla" con los medios de difusión de su país, en especial contra la poderosa Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos"(Exeni, 2010, pág. 38).*

En el análisis de Isabel Ramos, no es la forma de la oposición, o sus manifestaciones, “la base” de una querrela entre medios privados y gobierno; más bien se trata de un conflicto de intereses “tradicionales”:

*“Es importante insistir en que las razones para el clima de polémica y de mutua descalificación que se ha instalado entre el Presidente Rafael Correa y los medios privados de comunicación no deben buscarse en los fuertes calificativos con los que el ejecutivo y algunos funcionarios del Estado “atacan” a ciertas empresas y comunicadores, sino “en las previsibles disconformidades y disputas que está produciendo en las élites tradicionales el hecho de que el gobierno nacional tome decisiones políticas que afectan intereses que, históricamente, nunca fueron cuestionados”*(Ramos, 2012, pág. 70).

Por otro lado, Rocío Orlando, de la Facultad Latinoamericana de Comunicación Social (FLACSO) en su libro de tesis Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina menciona el conflicto que se desató entre el poder ejecutivo y los medios privados en Argentina y Ecuador, entre 2009 y 2012. Orlando indica que *“los medios han intensificado su actuación política construyendo relatos abiertamente autorreferenciales y corporativistas. Desde ambos lados, las apuestas se despliegan en el ámbito mediático con abuso de un discurso monólogo, descontextualizado y deshistorizado”*(Orlando, 2012, pág. 7).

Tal como lo establecen algunas de las publicaciones anteriores, en contextos nacionales e inclusive internacionales, los análisis políticos sobre la relación entre los medios de comunicación y el gobierno, apuntan a resaltar el período del presidente Rafael Correa como esfera negativa donde correlacionan los medios y el gobierno. *“En nuestro país, muy especialmente en el período de Correa que, como es sabido, se ha caracterizado por una confrontación abierta*

*entre él y algunos medios de comunicación, el rol del gobierno como factor de censura ha sido considerado con frecuencia”(Checa, 2008, pág. 118).*

El autor Fernando Checa caracteriza como negativa la relación entre ambos poderes, y suscribe la necesidad de que los medios o plataformas de comunicación formen barreras aliadas, con instituciones inclusive internacionales, para “defender” sus intereses de gremio. Según la publicación de Checa, el observatorio de medios ecuatoriano Fundamedios, en el 2008, *“conjuntamente con la National Endowment for Democracy (NED) de los Estados Unidos, anunció la creación de la I Red de monitoreo de Amenazas a la libertad de expresión”(Checa, 2008, pág. 118).* Es decir, fue la primera vez que una ONG en el Ecuador asume que se ataca a la libertad de expresión en el país, y ejecuta una estrategia para defenderla.

## **5. MARCO METODOLÓGICO**

### **5.1 Formulación de Hipótesis**

#### **Hipótesis General**

La relación del Gobierno con los medios de comunicación es considerada como “mala” por el público de televisión de señal abierta.

#### **Hipótesis Específicas**

- Los medios de comunicación son un foco de crítica constante de los actores gubernamentales.
- El caso “El Universo” es el más recordado por las personas como centro del conflicto entre los medios y el gobierno.
- La cadena sabatina es el escenario donde la relación medios-gobierno tiene un eje conflictivo.

## 5.2 Sujetos de estudio

Los sujetos de estudio del presente proyecto es la población de clase socioeconómicamente media guayaquileña, de la cual se exponen los resultados de sus percepciones en torno a la relación medios de comunicación y gobierno.

## 5.3 Ejes de la investigación

Para cumplir con el objetivo propuesto, se establecieron tres ejes agrupados en la encuesta aplicada al público. Los ejes son:

**1.- Percepción:** Eje destinado a la valoración general del público sobre la relación entre medios de comunicación y gobierno; incluyendo a los actores involucrados. También la valoración de la situación actual, qué tanto afecta, y la satisfacción de dicha relación.

**2.- Conocimientos:** Incluye el nivel de información que tiene el público sobre los temas de relación Medios – Gobierno; sobre las fuentes de información, y los actores involucrados.

**3.- Perspectivas y expectativas.-** Cómo será la relación en un tiempo a futuro.

## 5.4 Técnicas utilizadas y lugar de la investigación

Las preguntas de cada eje se agruparon en una misma encuesta. En total son 20 preguntas; la gran mayoría con literales para escoger una o varias respuestas.

## **5.5 Encuesta**

### **5.5.1 Encuesta a hogares en Guayaquil**

Esta técnica se llevó a cabo durante en dos meses y estuvo a cargo de los miembros de la investigación. Se ejecutó por partes, dividiendo la ciudad por sectores catalogados socialmente de “clase media”: En el norte: Guayacanes, Samanes, Sauces y algunas zonas de Kennedy. En el Centro: Parroquia Rocafuerte. En el Sur: Barrio del Seguro, parroquia García Moreno.

Antes de aplicar cada encuesta, se resolvió garantizar que aquel o aquella encuestado o encuestada vean televisión. Por ello se decidió hacerles una pregunta previa, incluida en la encuesta: ¿Usted ve televisión?, y cuya respuesta marcaba la pauta para continuar con el cuestionario.

### **5.6 ¿Cómo se desarrolló la investigación?**

Al iniciar el trabajo de campo y en el acercamiento a los encuestados, existió una predisposición para responder al cuestionario político denotando que existe contradicción con la idea - mito de que los ciudadanos prefieren no hablar de política. Los jóvenes de la muestra fueron quienes generaron la mayor cantidad de criterios en este estudio, haciéndose partícipes voluntariamente de este estudio.

Por otra parte, los sectores escogidos desplegaron una diversidad de respuestas frente a cada pregunta. No se trataba de sectores con vivencias homogéneas, de similitud de experiencias, nivel de educación y otras características particulares; por ello se exponen diversidad de resultados.

La encuesta además se basa en variables e indicadores similares al que plantea ‘Latinobarómetro’, en uno de sus cuestionarios. (Corporación Latinobarómetro, 1995 - 2013). Latinobarómetro “*es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 20.000 entrevistas en 18 países de*

*América Latina*". El proceso del cruce de variables causó ciertas dificultades debido a la complejidad y amplitud de la encuesta, a pesar de ser mínimas.

La relevancia considerada anteriormente está ligada a la diversidad de cuestiones que quiso alcanzar el estudio. Éste, podría haber considerado el eje de las percepciones, y éstas enfocadas a la relación entre el gobierno y medios de comunicación simplemente; quizá la encuesta habría quedado resumida en 7 a 10 preguntas. Pero la investigación fue más allá. Intentó conocer otros puntos como la expectativa ciudadana de esta relación en un tiempo a futuro, por ejemplo qué tanto le afecta al público este escenario; qué tema de conflicto es el que más identifica, etc. Aspectos más desligados al tema central son: preguntas con opción a respuestas cerradas sobre la política en general que involucra a las instituciones en cuestión; sobre la democracia, la Ley de Comunicación, etc.

Otro eje de investigación es el de conocimientos. Los resultados demuestran que existe un conocimiento de la situación actual entre los medios de comunicación y el Gobierno, pero además se reconoce que la existencia de un conocimiento es por el consumo de información y de noticias. Así, a priori al estudio se creyó cuáles eran las fuentes de información que la mayoría de la audiencia consumía. Posteriormente, al leer los resultados, se confirmó que el público identifica a los actores mediáticos que aparecen en los canales con mayor rating nacional, como Ecuavisa, Teleamazonas, TC. Distinto es la identificación de personajes de la televisión pública, por ejemplo, por su menor tiempo de existencia mediática.

Si bien el tema central incluye como fuente de percepción a la TV, también hubo personas que consumen poca o nula televisión y prefieren otras fuentes de información como internet, o radio. Sin embargo, es preciso exponer una vez más el alcance de la televisión como medio de comunicación preferido por la

ciudadanía para fines informativos, por supuesto, tomando en cuenta la alternativa audiovisual y su variada accesibilidad y alcance en este siglo.

Para sustentar el origen de las preguntas del cuestionario, se tomó de base un estudio similar al actual sobre percepciones. Latinobarómetro fue el escogido. *“La Corporación Latinobarómetro investiga el desarrollo de la democracia, la economía y la sociedad en su conjunto, usando indicadores de opinión pública que miden actitudes, valores y comportamientos”*(Corporación Latinobarómetro , 1995-2013).

## 5.7 Ficha técnica

**Fecha:** 12 de agosto de 2013

**Ciudad:** Guayaquil

**Muestra:** 330 casos

<b>Fuente: INEC</b>	Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011
<b>Viviendas</b>	<b>Guayaquil</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	
D (bajo)	114.311,18
C- (Medio bajo)	311.378,62
C+ (Medio típico)	102.846,03
B (Medio alto)	36.350,53
A (alto)	5.215,44
Total	570.101,80



### 5.7.1 Operación de la muestra

Cálculos		
Población	450.575	450.575
Confiabilidad	1,96	4
Error	5	25
Proporción PQ	2.150	2.150
Muestra:		<b>330</b>

**Universo**

Población urbana mayor de 25 años

43% hombres, 57% mujeres

Con ningún tipo de parentesco con personal de medios de comunicación.

En su hogar que haya al menos un televisor con señal abierta.

**Estrato:**

medio (100%)

**Educación:**

Primaria Incompleta	0,9%
Primaria Completa	2,4%
Secundaria Incompleta	19,7%
Secundaria Completa	27,3%
Tercer Nivel Universitario	47,6%

**Método de muestreo:** muestreo aleatorio simple

**Unidad de selección:** individuos en hogares

**Método de entrevista:** administrada directamente (personal)

**Confiabilidad:** 95%

**Margen de error:** +/- 5%

## 5.8 Variables de la encuesta

### 1) Datos generales de Identificación

- Edad
- Genero
- Estado civil
- Nivel de Educación
- Tipo de Vivienda

### 2) Actores mediáticos de la relación

- Empresas mediáticas
- Periodistas
- Programas

### 3) Actores gubernamentales de la relación

- Figuras mediáticas del Gobierno

### 4) Historial de conflictividad entre Medios de Comunicación y Gobierno

- Procesos Judiciales o casos

### 5) Relación Medios de Comunicación y Gobierno

- Valoración Social

## 5.9 Levantamiento de la información

El trabajo de campo del presente Proyecto de Tesis fue realizado en varios sectores de la ciudad de Guayaquil considerados de “clase media”. En el norte: Guayacanes, Samanes, Sauces y algunas zonas de la ciudadela

Kennedy. En el centro: Parroquia Rocafuerte; y en el sur: Barrio del Seguro, y parroquia urbana García Moreno.

Dicho levantamiento de información se ejecutó bajo los siguientes parámetros:

- Los ciudadanos residentes en los sectores antes mencionados cuentan con al menos un televisor dentro de casa.
- Los encuestados deben ver televisión al menos 1 vez al día.
- El rango de edad de los encuestados oscila entre los 25 a 64 años.

Dentro de la planificación se consideró que las encuestas se ejecutarían durante los meses de octubre y noviembre, específicamente del lunes 7 de octubre al viernes 17 de noviembre del 2013, sin contar el fin de semana. El horario establecido para la recolección de datos fue de 13h00 a 17h00 y de 19h00 a 22h00 ya que durante esos horarios se encontraban la mayoría de integrantes de sus hogares.

Por otro lado la tabulación de los datos recogidos tomó aproximadamente dos semanas y media, y logramos digitalizar en el programa Excel los datos de las 330 encuestas realizadas, agrupándolos y categorizándolos en una “tabla dinámica”, procediendo al cruce de variables y a la elaboración de las tablas y gráficos del mismo.

## 6. RESULTADOS

### 6.1 Resultados de la evaluación a los ciudadanos de clase media

#### 6.1.1 Conocimiento de temas que hayan generado conflictos entre los medios de comunicación y el Gobierno

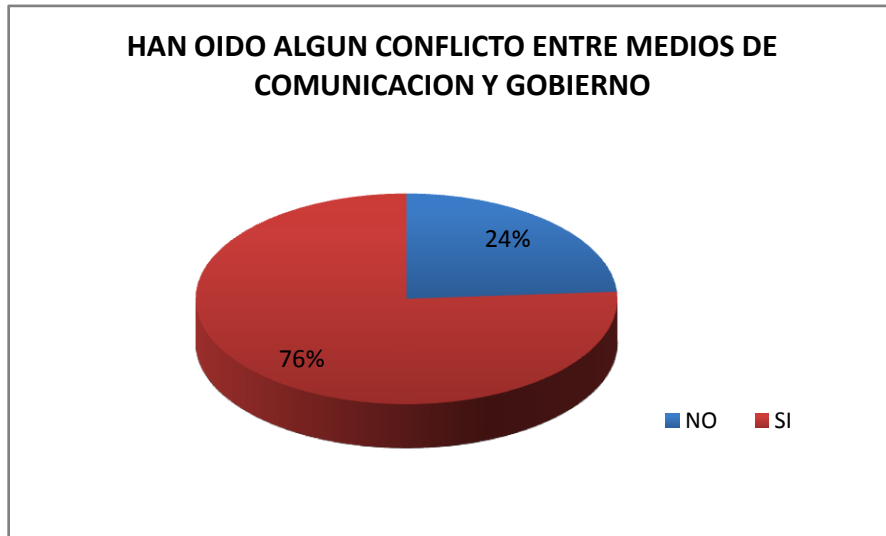


Gráfico 6. 1 Conocimiento de algún conflicto entre Medios y Gobierno

Tabla 6. 1 Conocimiento de conflicto entre Medios y Gobierno

¿HA OÍDO USTED SOBRE ALGÚN CONFLICTO ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO?	
	Total
NO	23,9%
SI	76,1%
Total general	100,0%

En el gráfico 6.1 se evidencia que la mayor parte de los encuestados conocen de algún conflicto entre los medios de comunicación y el Gobierno con un

76,1%, mientras que un 23,9% de ellos afirma no haber escuchado sobre alguno.

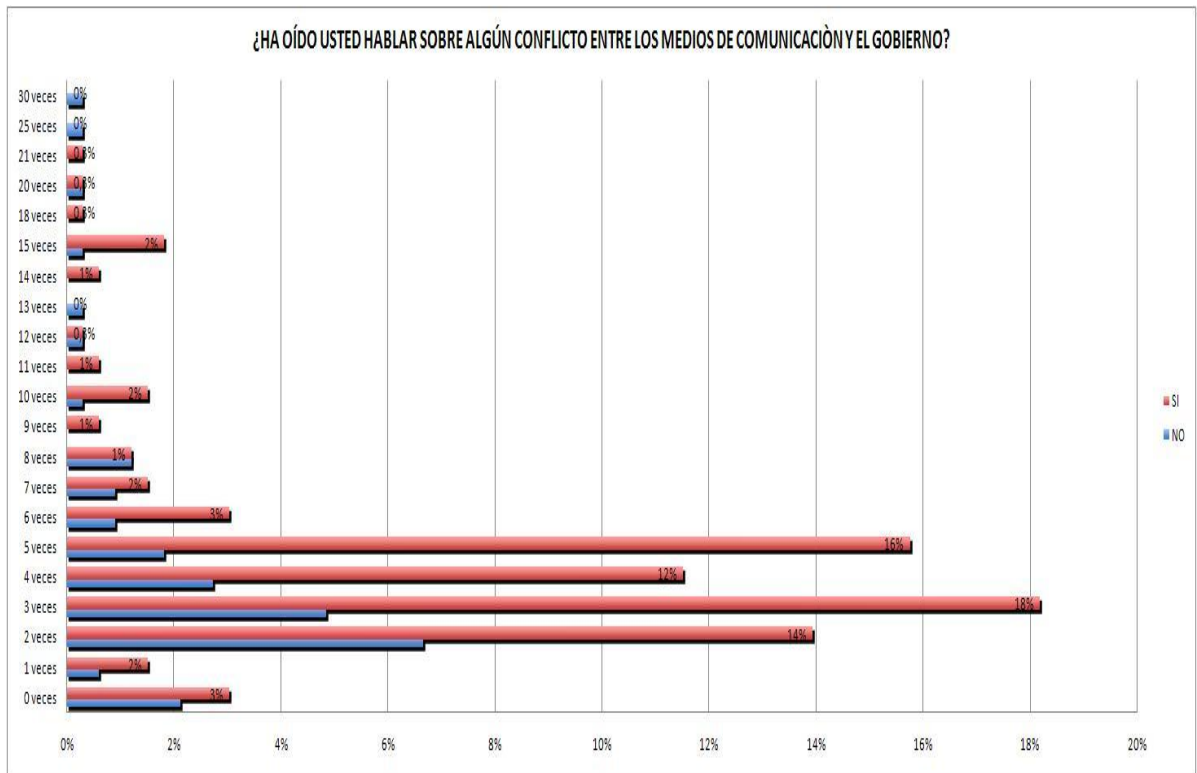


Gráfico 6. 2Conocimiento de algún conflicto por frecuencia de consumo de noticias a la semana

Tabla 6. 2Conocimiento de algún conflicto entre Medios y Gobierno según frecuencia de consumo de noticias a la semana

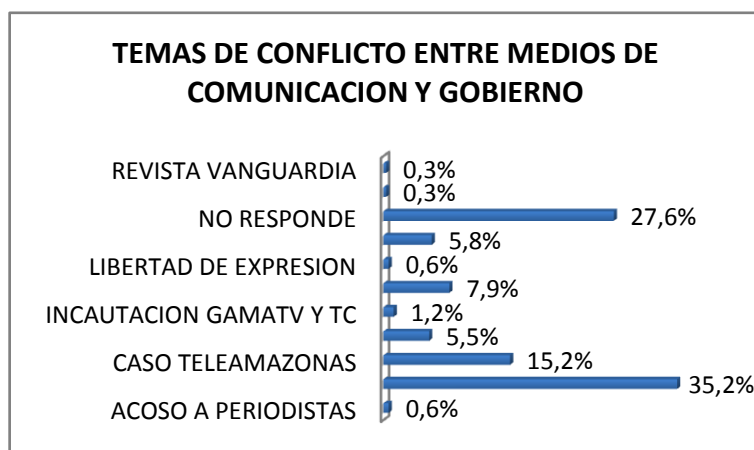
¿HA OÍDO USTED SOBRE ALGÚN CONFLICTO ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO? SEGÚN FRECUENCIA DE CONSUMO DE NOTICIAS			
	NO	SI	Total general
0 veces	2%	3%	5,15%
1 veces	1%	2%	2,12%
2 veces	7%	14%	20,61%

3 veces	5%	18%	23,03%
4 veces	3%	12%	14,24%
5 veces	2%	16%	17,58%
6 veces	1%	3%	3,94%
7 veces	1%	2%	2,42%
8 veces	1%	1%	2,42%
9 veces	0%	1%	0,61%
10 veces	0,3%	2%	1,82%
11 veces	0%	1%	0,61%
12 veces	0,3%	0,3%	0,61%
13 veces	0,3%	0%	0,30%
14 veces	0%	1%	0,61%
15 veces	0,3%	2%	2,12%
18 veces	0%	0,3%	0,30%
20 veces	0,3%	0,3%	0,61%
21 veces	0%	0,3%	0,30%
25 veces	0,3%	0%	0,30%
30 veces	0,3%	0%	0,30%
Total general	23,94%	76,06%	100,00%

En el gráfico 6.2 se observa que el 18% de los encuestados que afirmó conocer sobre algún conflicto entre medios de comunicación y Gobierno consume 3 veces noticias a la semana, seguido de un 16% que las consume 5 veces por semana. Mientras un 7% que dice no haber escuchado sobre algún problema entre ambos sectores consume noticias 2 veces por semana.

**Tabla 6. 3Temas de conflictos que hayan surgido entre los medios de comunicación y el Gobierno de acuerdo a los encuestados**

<b>TEMAS DE CONFLICTO ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO</b>	
	<b>Total</b>
ACOSO A PERIODISTAS	0,6%
CASO EL UNIVERSO	35,2%
CASO TELEAMAZONAS	15,2%
CIERRE DE MEDIOS	5,5%
INCAUTACION GAMATV Y TC	1,2%
LEY DE COMUNICACIÓN	7,9%
LIBERTAD DE EXPRESION	0,6%
LIBRO GRAN HERMANO	5,8%
NO RESPONDE	27,6%
REGULACIÓN DE CONTENIDOS	0,3%
REVISTA VANGUARDIA	0,3%
Total general	100,0%



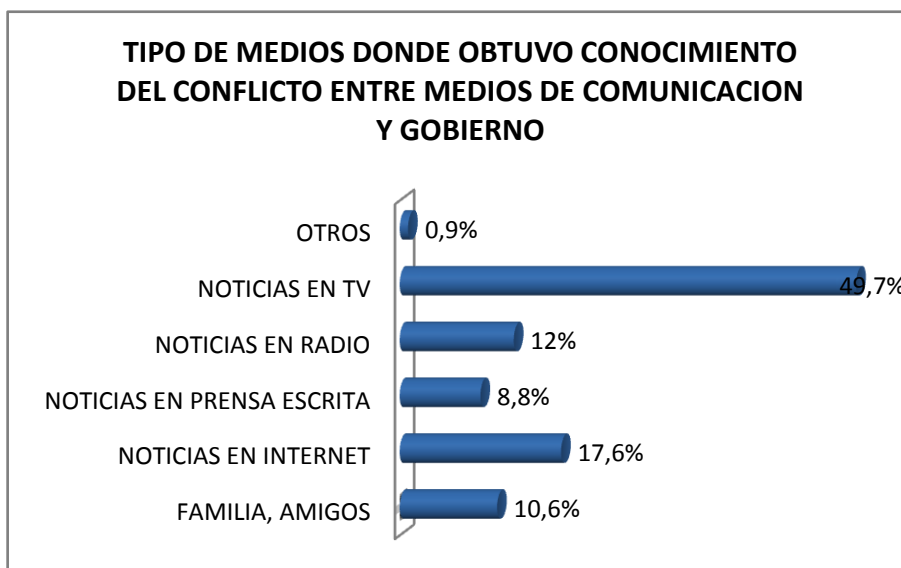
**Gráfico 6. 3Temas de conflictos entre medios y el actual Gobierno propuestos por los encuestados**

En el gráfico 6.3 se demuestra que el ‘Caso El Universo’ es el tema de conflicto que más conocen los encuestados con un 35,2%, luego con un 15,2% el ‘Caso Teleamazonas’, y por último la comentada Ley de Comunicación con 7,9%. Por otra parte temas como el acoso a periodistas y la libertad de expresión son los menos recordados con apenas 0.6%, seguidos por otros como el cierre de Revista Vanguardia y la ‘regulación de los contenidos’ con un 0.3% cada uno.

**Tabla 6. 4** Tipo de medio del que obtuvieron conocimiento los encuestados sobre temas de conflicto entre los medios de comunicación y el Gobierno

<b>TIPO DE MEDIO DEL QUE OBTUVO CONOCIMIENTO DEL CONFLICTO</b>	
	<b>Total</b>
FAMILIA, AMIGOS	10,6%
NOTICIAS EN INTERNET	17,6%
NOTICIAS EN PRENSA ESCRITA	8,8%
NOTICIAS EN RADIO	12%
NOTICIAS EN TV	49,7%
OTROS	0,9%
Total general	100,0%



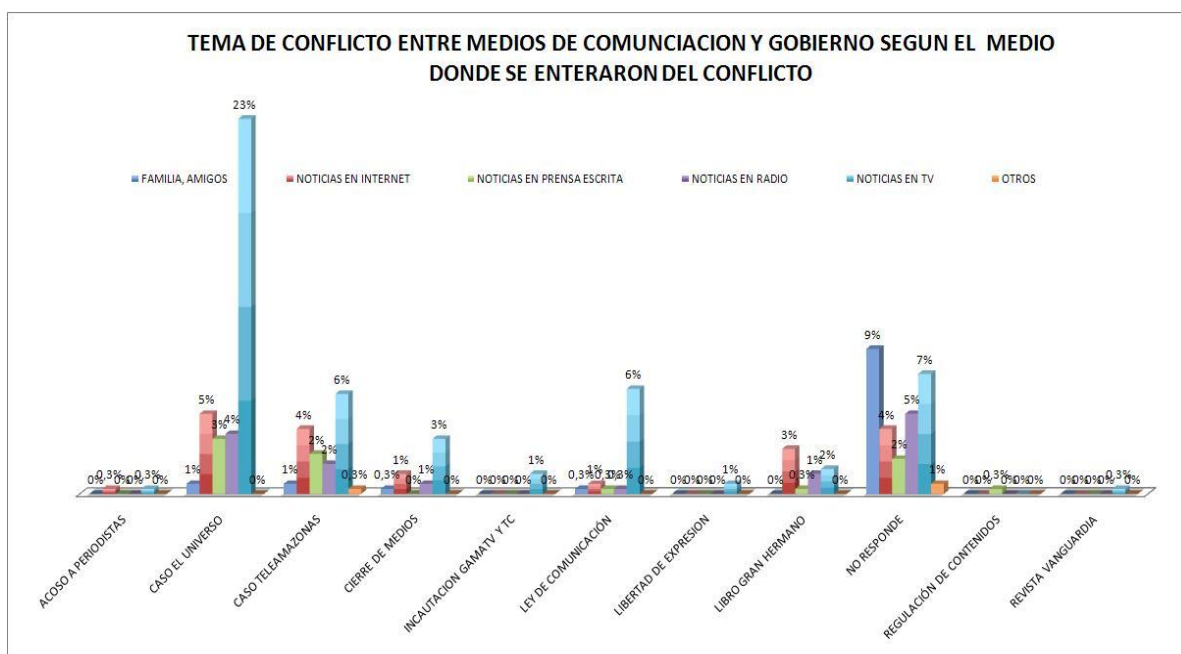


**Gráfico 6. 4 Tipo de medio de donde obtuvieron conocimiento los encuestados sobre temas de conflicto**

En el gráfico 6.4 los encuestados confirmaron con un 49.7% que la fuente de conocimiento principal sobre los temas de conflicto que más recuerdan entre medios de comunicación y Gobierno son los noticieros televisivos, seguido por las noticias en radio con un 12%. En último lugar se coloca la categoría de familia y amigos con 10,6% junto a ‘otros’ medios no especificados con un 0.9%.

Tabla 6. 5Temas de conflicto según tipo de medio de donde obtuvieron conocimiento de los encuestados

<b>TEMA CONFLICTO ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO, SEGÚN EL MEDIO DONDE SE ENTERARON DEL CONFLICTO</b>							
	<b>FAMILIA, AMIGOS</b>	<b>NOTICIAS EN INTERNET</b>	<b>NOTICIAS EN PRENSA ESCRITA</b>	<b>NOTICIAS EN RADIO</b>	<b>NOTICIAS EN TV</b>	<b>OTROS</b>	<b>Total general</b>
ACOSO A PERIODISTAS	0%	0,3%	0%	0%	0,3%	0%	0,61%
CASO EL UNIVERSO	1%	5%	3%	4%	23%	0%	35,15%
CASO TELEAMAZONAS	1%	4%	2%	2%	6%	0,3%	15,15%
CIERRE DE MEDIOS	0,3%	1%	0%	1%	3%	0%	5,45%
INCAUTACION GAMATV Y TC	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1,21%
LEY DE COMUNICACIÓN	0,3%	1%	0,3%	0,3%	6%	0%	7,88%
LIBERTAD DE EXPRESION	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0,61%
LIBRO GRAN HERMANO	0%	3%	0,3%	1%	2%	0%	5,76%
NO RESPONDE	9%	4%	2%	5%	7%	1%	27,58%
REGULACIÓN DE CONTENIDOS	0%	0%	0,3%	0%	0%	0%	0,30%
REVISTA VANGUARDIA	0%	0%	0%	0%	0,3%	0%	0,30%
Total general	10,61%	17,58%	8,79%	12,42%	49,70%	0,91%	100,00%



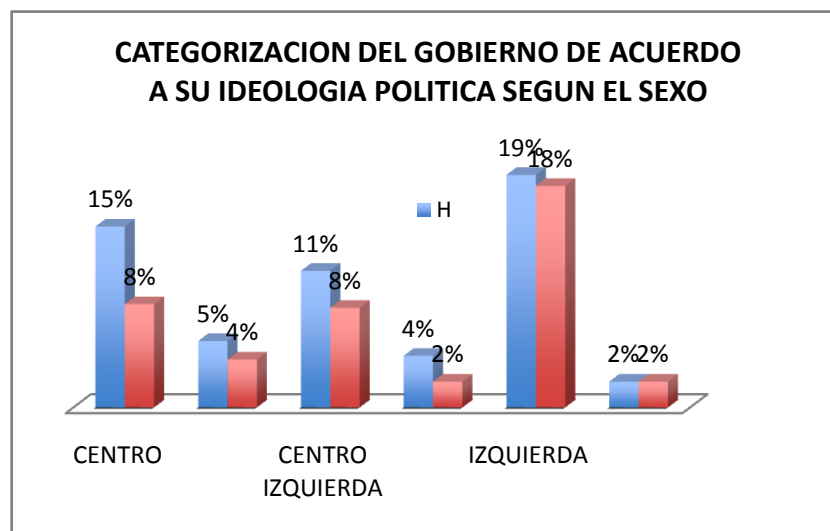
**Gráfico 6. 5Temas de conflicto según tipo de medio de donde obtuvieron conocimiento de los encuestados.**

En el gráfico 6.5 se ratifica que los noticiarios televisivos son el principal medio por el cual los encuestados conocen sobre el ‘Caso el Universo’ con un 23%, mientras que la familia y amigos ocupa un último lugar en el conocimiento de este caso con apenas 1%.

### 6.1.2 Relación de los medios de comunicación con los intereses prescritos por el actual Gobierno del Ecuador

Tabla 6. 6Categorización de la ideología política del Gobierno según el sexo de los encuestados

<b>CATEGORIZACIÓN DEL GOBIERNO DE ACUERDO A SU IDEOLOGÍA POLÍTICA SEGÚN EL SEXO</b>							
	<b>CENTRO</b>	<b>CENTRO DERECHA</b>	<b>CENTRO IZQUIERDA</b>	<b>DERECHA</b>	<b>IZQUIERDA</b>	<b>NO RESPONDE</b>	<b>Total general</b>
H	15%	5%	11%	4%	19%	2%	56,97%
M	8%	4%	8%	2%	18%	2%	43,03%
Total general	23,33%	9,39%	19,39%	6,36%	37,27%	4,24%	100,00%



**Gráfico 6.6** Ideología política del Gobierno según sexo

En el gráfico 6.6 se observa que prevalece la opción de 'izquierda' tanto en hombres como mujeres con un 19% y 18% respectivamente, mientras que su opuesto, es decir 'derecha' queda con un 4% y 2%. Por otra parte, la opción 'centro' quedó con 15% en hombres y 8% en mujeres.

Tabla 6. 7 Categorización de la ideología política de los medios de los encuestados

CATEGORIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO A SU IDEOLOGÍA POLÍTICA SEGÚN EL RANGO DE EDAD							
	CENTRO	CENTRO DERECHA	CENTRO IZQUIERDA	DERECHA	IZQUIERDA	NO RESPONDE	Total general
H	17%	20%	6%	12%	0,3%	2%	56,97%
M	12%	13%	5%	9%	2%	2%	43,03%
Total general	29,09%	33,03%	10,91%	20,61%	2,12%	4,24%	100,00%

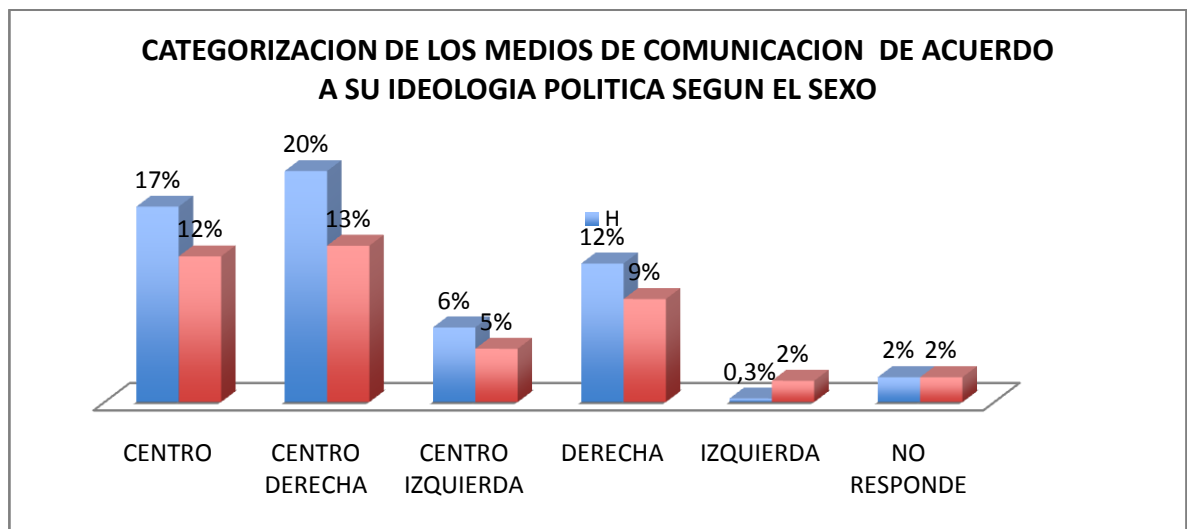
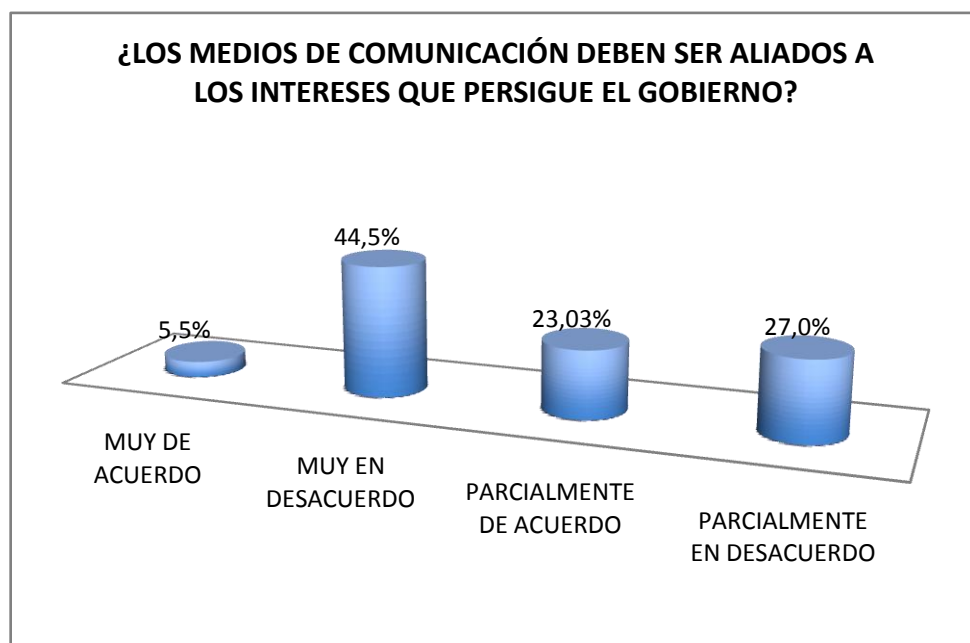


Gráfico 6. 7 Ideología política de los medios de comunicación según sexo

En el gráfico 6.7 los hombres respondieron con un 20% que los medios de comunicación tienen como ideología política la “Centro Derecha”, mientras que las mujeres también lo afirmaron con un 12%. La opción centro quedó con un 17% en hombres y 12% en mujeres. Al contrario del gráfico 5.6, la ideología ‘izquierda’ obtuvo un 0.3% en hombres y 2% en mujeres.

**Tabla 6. 8** Afinidad de los medios de comunicación con los intereses que persigue el actual Gobierno

<b>¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEBEN SER ALIADOS A LOS INTERESES QUE PERSIGUE EL GOBIERNO?</b>		<b>Total</b>
MUY DE ACUERDO		5,5%
MUY EN DESACUERDO		44,5%
PARCIALMENTE DE ACUERDO		23,03%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO		27,0%
Total general		100,0%



**Gráfico 6. 8** Afinidad de los medios de comunicación con los intereses que persigue el actual Gobierno

En el gráfico 6.8 se observa que los encuestados respondieron con 44,5% estar en desacuerdo sobre si los medios deben ser aliados a los intereses que persigue el Gobierno, frente a un 5,5% que está muy de acuerdo.

Tabla 6. 9Valoración de relación entre partidos de izquierda y derecha

TIPO DE RELACIÓN ENTRE PARTIDOS DE IZQUIERDA Y DERECHA	
	Total
BUENA	8,8%
MALA	24,2%
MUY MALA	30,9%
NO EXISTE RELACIÓN	11,5%
REGULAR	24,5%
Total general	100,0%

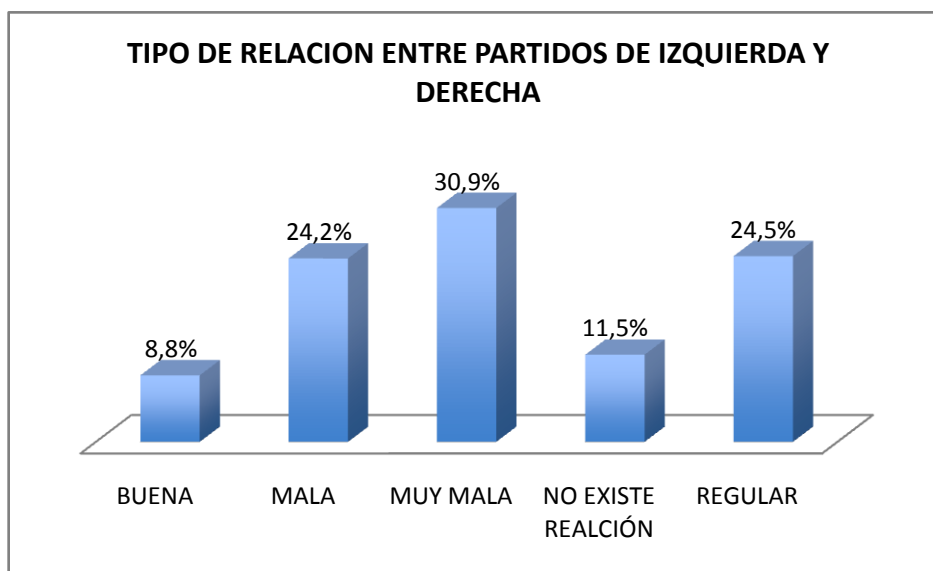


Gráfico 6. 9Relación entre partidos de izquierda y derecha

En el gráfico 6.9 se observa que los encuestados opinan que la relación entre ambas ideología es ‘muy mala’ con un 30,9% y ‘mala’ con un 24,2%. Pero un 24,5% la valora como ‘regular’ y apenas un 8,8% afirma que es ‘buena’.

Tabla 6. 10Afinidad de los medios de comunicación con los intereses que persigue el Gobierno según rango de edad

¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEBEN SER ALIADOS A LOS INTERESES QUE PERSIGUE EL GOBIERNO? SEGÚN RANGO DE EDAD					
	MUY DE ACUERDO	MUY EN DESACUERDO	PARCIALMENTE DE ACUERDO	PARCIALMENTE EN DESACUERDO	Total general
25 - 34	1%	19%	8%	14%	43%
35 - 44	3%	13%	7%	7%	31%
45 - 54	1%	10%	5%	4%	21%
55 - 64	0%	2%	2%	2%	5%
Total general	5,45%	44,55%	23,03%	26,97%	100,00%

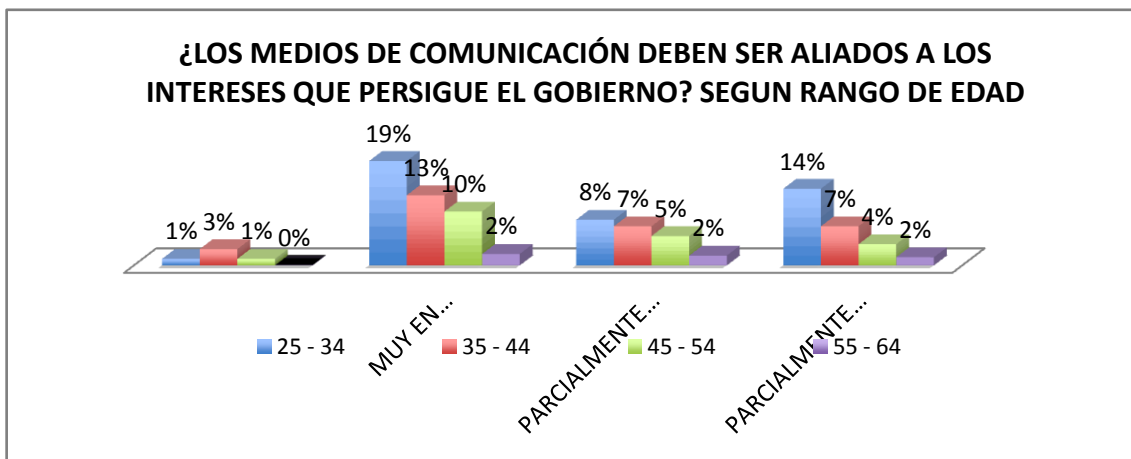


Gráfico 6. 10Afinidad de los medios de comunicación con los intereses que persigue el actual Gobierno

En el gráfico 6.10 se observa que los encuestados del rango de 25-34 años afirma estar muy en desacuerdo sobre que los medios de comunicación sean aliados a los intereses del Gobierno con 19%, seguido por un 14% que dice estar parcialmente en desacuerdo, mientras que 1% de ellos coloca estar muy de acuerdo.



### 6.1.3 Análisis de la relación entre los medios de comunicación y el Gobierno

Tabla 6. 11 Valoración de la relación actual entre medios y Gobierno

TIPO DE RELACIÓN ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO	
	Total
BUENA	3,9%
MALA	17,6%
MUY MALA	37,9%
NO EXISTE RELACIÓN	1,2%
REGULAR	39,4%
Total general	100,00%

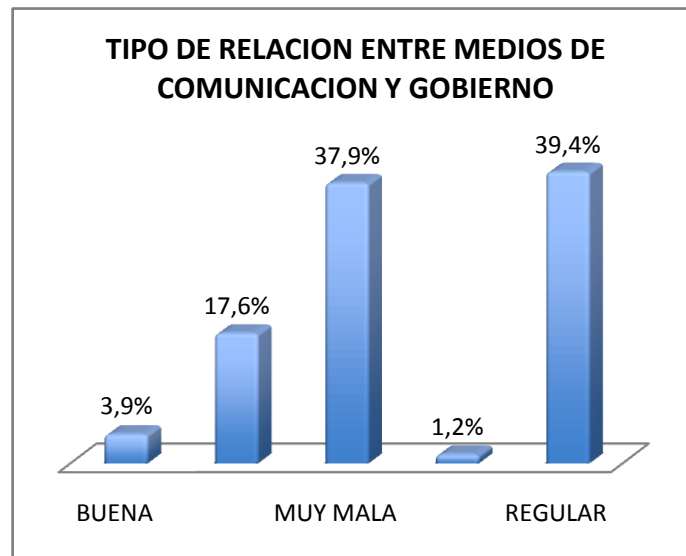


Gráfico 6. 11 Tipo de relación entre medios y Gobierno

En el gráfico 6.11 se evidencia que los encuestados consideran que la relación actual entre ambos sectores es 'regular' con un 39,4%, le sigue la opción de 'muy mala' con un 37,9%, mientras que un 3,9% la valoriza como 'buena'.

Tabla 6. 12 Tipo de la relación actual entre medios y Gobierno según rango de edad

TIPO DE RELACIÓN ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO SEGÚN EL RANGO DE EDAD						
	BUENA	MALA	MUY MALA	NO EXISTE RELACIÓN	REGULAR	Total general
25 - 34	1%	7%	18%	1%	16%	43,33%
35 - 44	1%	5%	12%	0%	13%	30,61%
45 - 54	1%	5%	5%	1%	9%	20,61%
55 - 64	1%	1%	2%	0%	1%	5,45%
Total general	3,94%	17,58%	37,88%	1,21%	39,39%	100,00%

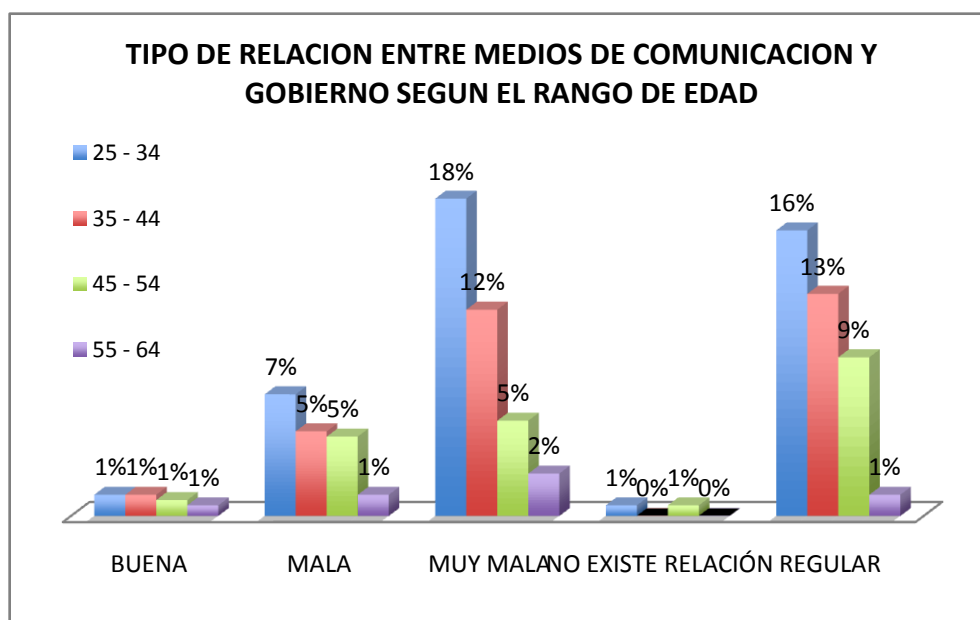


Gráfico 6. 12 Tipo de relación medios y Gobierno según rango de edad

En el gráfico 6.12 se muestra que la categoría 'regular' es la que obtuvo mayores votos con un 39,39%. Sin embargo, los encuestados de 25-34 años opinan que la relación actual entre medios y gobierno es 'muy mala' con un 18%, los de 35-44 afirman con un 13% que es 'regular' y los de 45-54 también con 9%, por último los de 55-64 años consideran 'muy mala' con un 2%.

Tabla 6. 13 Valoración personal de los encuestados de la relación actual entre medios y Gobierno según rango de edad

<b>VALORIZACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE EL GOBIERNO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL RANGO DE EDAD</b>						
	<b>MUY SATISFECHO</b>	<b>NADA SATISFECHO</b>	<b>NO MUY SATISFECHO</b>	<b>NO RESPONDE</b>	<b>UN POCO SATISFECHO</b>	<b>Total general</b>
25 - 34	1%	15%	18%	1%	8%	43,33%
35 - 44	1%	10%	8%	1%	11%	30,61%
45 - 54	1%	4%	7%	1%	8%	20,61%
55 - 64	1%	2%	1%	0,3%	2%	5,45%
Total general	2,73%	30,61%	34,85%	2,42%	29,39%	100,00%

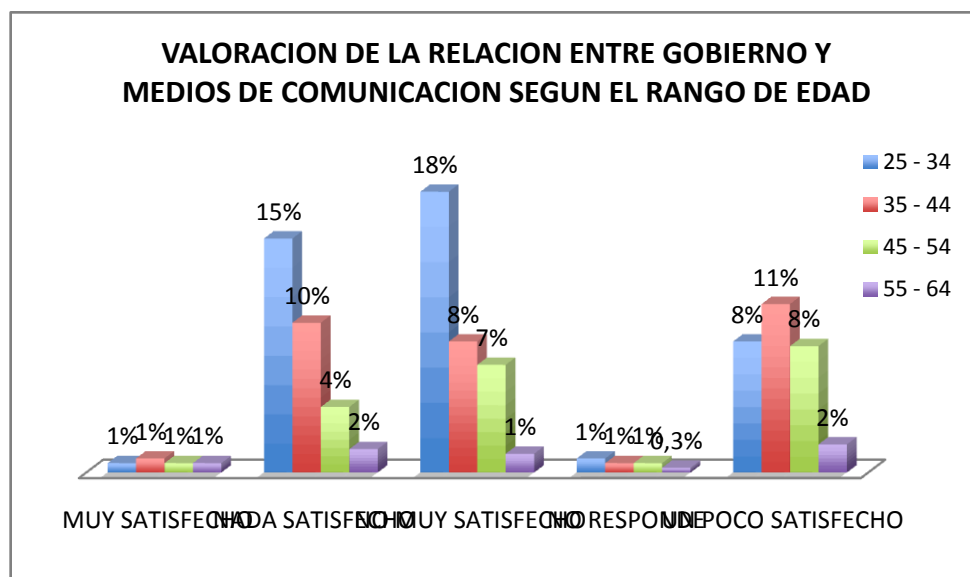


Gráfico 6. 13 Valoración personal de la relación medios y Gobierno según rango de edad

En el gráfico 6.13 se observa que los encuestados se consideran no muy satisfechos con la actual relación entre ambos sectores con un 34,85%, las personas de la siguiente manera: de 25-34 años con 18%, de 35-44 años con un 8%, de 45-54 años con 7% y de 55-64 años con 1%.

Tabla 6. 14 Expectativa de los encuestados sobre la relación actual entre medios y Gobierno según rango de edad

EXPECTATIVA DE LA RELACIÓN ENTRE EL GOBIERNO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL RANGO DE EDAD							
	IGUAL	MUCHO MEJOR	MUCHO PEOR	NO RESPONDE	UN POCO MEJOR	UN POCO PEOR	Total general
25 - 34	15%	2%	9%	2%	12%	4%	43,33%
35 - 44	8%	5%	4%	3%	8%	3%	30,61%
45 - 54	8%	3%	1%	0,3%	6%	3%	20,61%
55 - 64	1%	2%	1%	0,3%	1%	1%	5,45%
Total general	30,91%	11,21%	14,55%	5,15%	27,88%	10,30%	100,00%

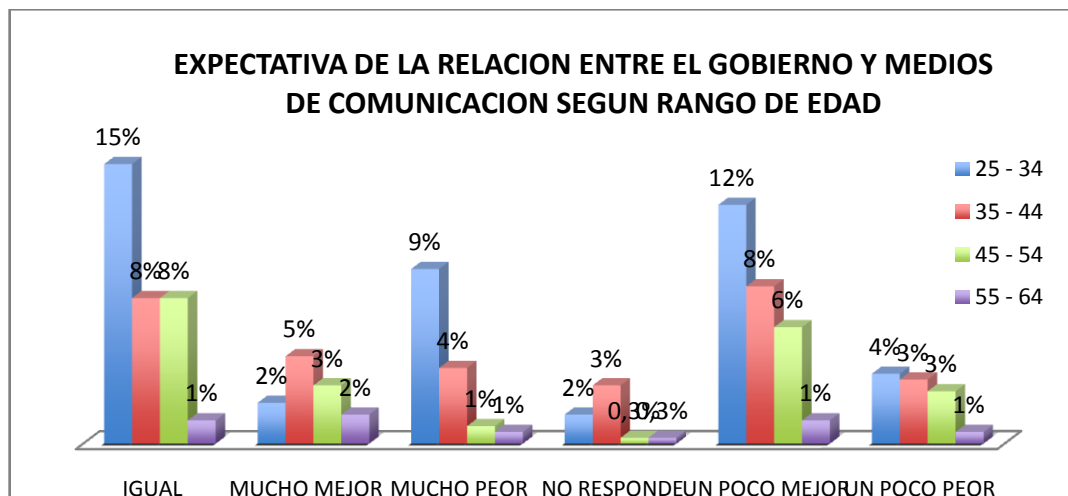
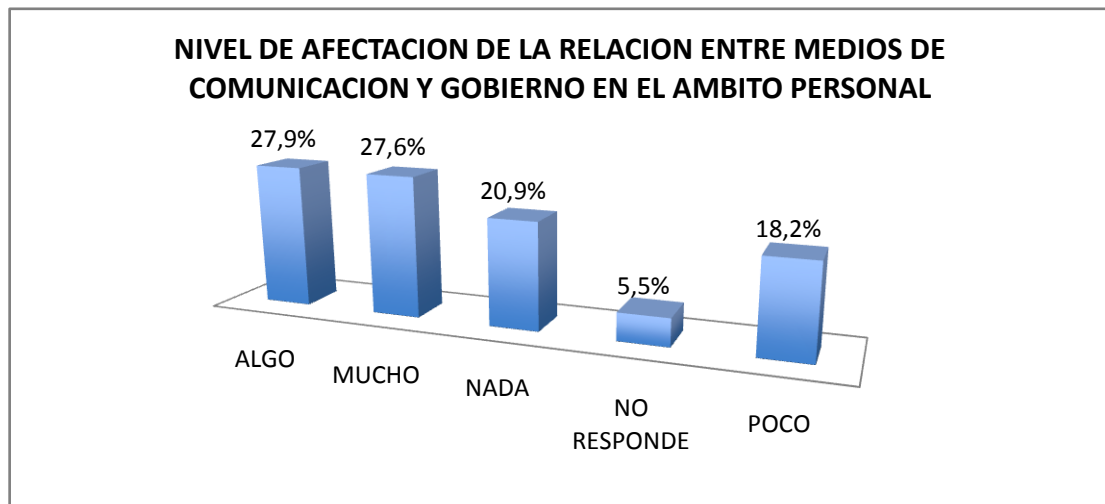


Gráfico 6. 14 Expectativa de la relación medios y Gobierno según rango de edad

En el gráfico 6.14 se evidencia que los encuestados pronostican que la relación entre medios y Gobierno será 'igual' con 30,91%, le sigue 'un poco mejor' con un 27,88%, y 'mucho peor' con un 14,55%.

**Tabla 6. 15**Nivel de afectación de la relación entre los Medios de Comunicación y Gobierno en ámbito personal

<b>NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO EN EL ÁMBITO PERSONAL</b>	
	<b>Total</b>
ALGO	27,9%
MUCHO	27,6%
NADA	20,9%
NO RESPONDE	5,5%
POCO	18,2%
Total general	100,0%

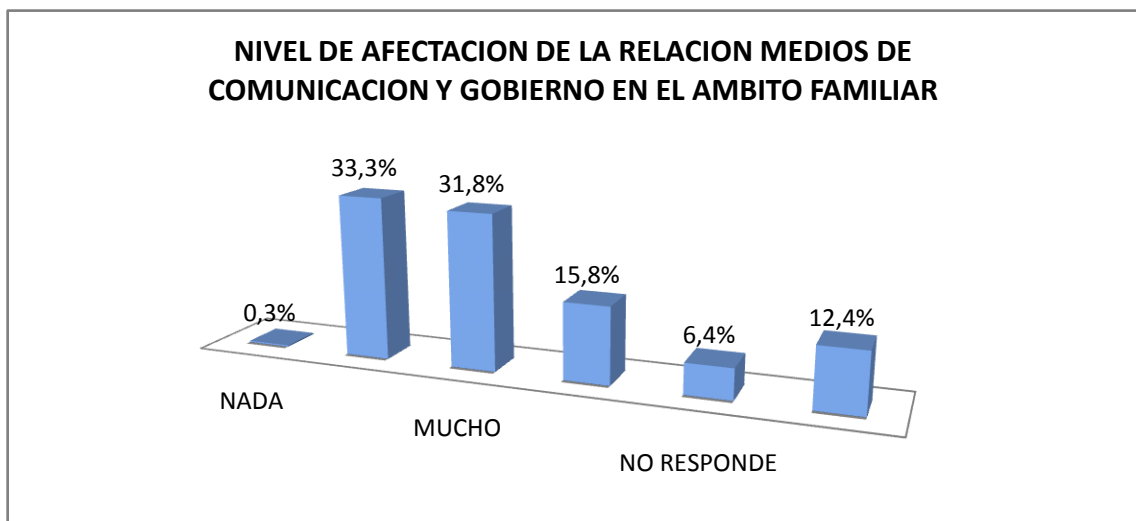


**Gráfico 6. 15**Nivel de afectación de la relación en ámbito personal

En el gráfico 6.15 se muestra que los encuestados consideran que les afecta 'algo' la relación actual que mantienen los medios de comunicación y el Gobierno con un 27,9%, le sigue 'Mucho' con un 27,6%, luego 'nada' con un 20,9

**Tabla 6. 16 Nivel de afectación de la relación entre los Medios de Comunicación y Gobierno en ámbito familiar**

<b>NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO EN EL ÁMBITO FAMILIAR</b>	
	<b>Total</b>
NADA	0,3%
ALGO	33,3%
MUCHO	31,8%
NADA	15,8%
NO RESPONDE	6,4%
POCO	12,4%
Total general	100,0%

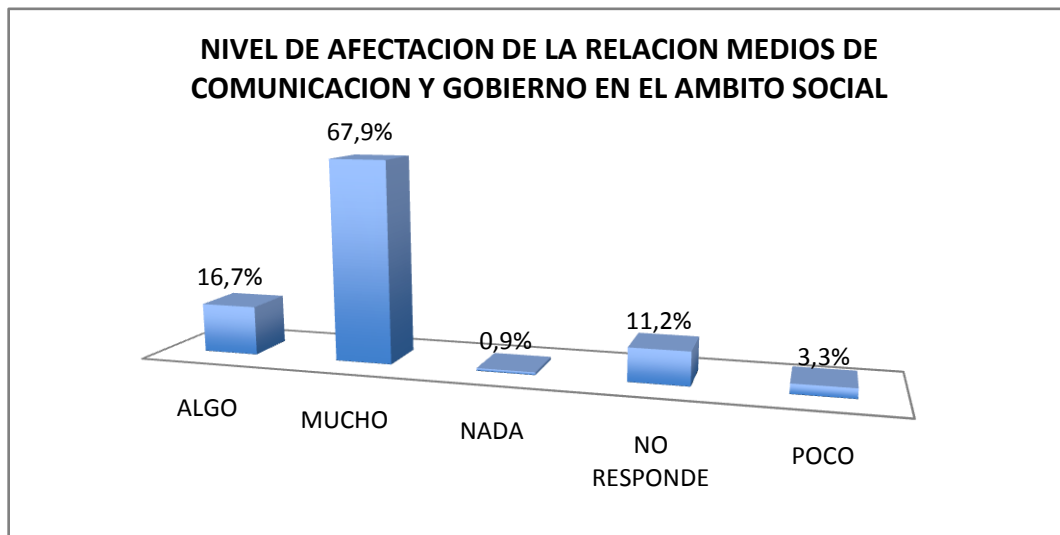


**Gráfico 6. 16 Nivel de afectación de la relación en ámbito familiar**

En el gráfico 6.16 se evidencia que los encuestados consideran que en el ámbito familiar la relación actual entre medios de comunicación y Gobierno les afecta 'algo' con un 33,3% y 'mucho' con un 31,8%. Pero con un 15,8% opinan que les afecta en 'nada'.

**Tabla 6. 17 Nivel de afectación de la relación entre los Medios de Comunicación y Gobierno en ámbito social**

<b>NIVEL DE AFECTACIÓN DE LA RELACIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBIERNO EN EL ÁMBITO SOCIAL</b>	
	<b>Total</b>
ALGO	16,7%
MUCHO	67,9%
NADA	0,9%
NO RESPONDE	11,2%
POCO	3,3%
Total general	100,0%



**Gráfico 6. 17 Nivel de afectación de la relación en ámbito social**

En el gráfico 6.17 presenta que los encuestados consideran que en el ámbito social la relación actual entre medios de comunicación y Gobierno afecta 'mucho' con un 67,9%, 'algo' con un 16,7% y 'poco' con un 3,3%.

### 6.1.4 Análisis de las percepciones sobre los medios de comunicación

Tabla 6. 18Imparcialidad de los Medios de comunicación

<b>EVALUACION DE LA IMPARCIALIDAD DE LOS NOTICIEROS EN EL PAÍS</b>	
	<b>Total</b>
valoración 0	3,9%
valoración 1	3,3%
valoración 2	12,4%
valoración 3	38,8%
valoración 4	22,1%
valoración 5	19,4%
Total general	100,0%

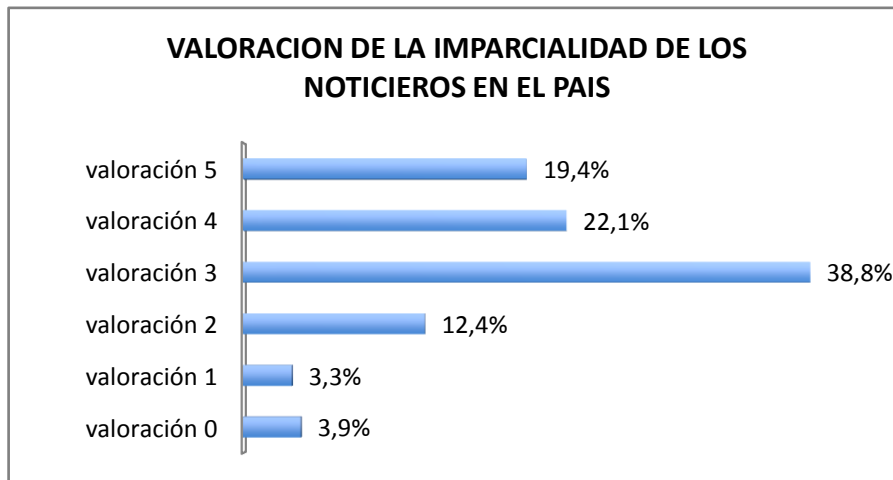


Gráfico 6. 18Valoración de la imparcialidad de los medios

En el gráfico 6.18 se observa que los encuestados valoran la imparcialidad en la categoría 3 con un 38,8%, es decir medio imparcial. Luego con 22,1% la colocan en la 4 posición, es decir, casi nada imparcial; y 19,4% en el puesto 5, es decir, nada imparcial.



Tabla 6. 19Comparación del poderío de los medios de comunicación

<b>¿HACE 6 AÑOS ATRÁS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TENÍAN MÁS PODER QUE AHORA?</b>	
	<b>Total</b>
MUY DE ACUERDO	28,5%
MUY EN DESACUERDO	22,73%
PARCIALMENTE DE ACUERDO	33,6%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	15%
Total general	100,0%

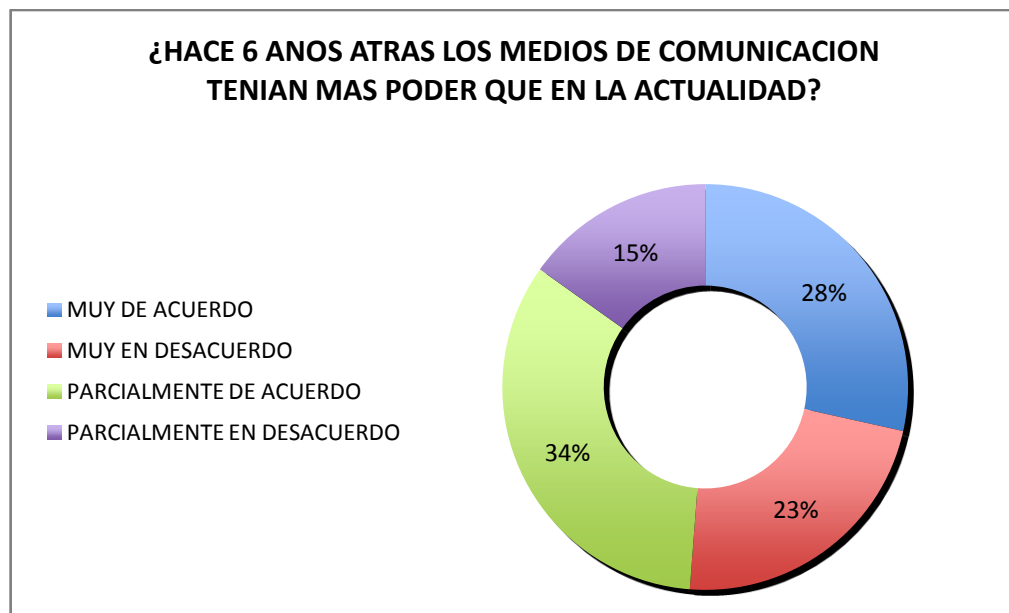


Gráfico 6. 19Comparación del poderío de los medios de hace 6 años con la actualidad

En el gráfico 6.19 se observa que los encuestados opinan con un 34% estar parcialmente de acuerdo con interrogante sobre si hace seis años los medios de comunicación tenían más poder que ahora, le sigue 'muy de acuerdo' con un 28%, y por último con 23% 'muy en desacuerdo'.

Tabla 6. 20Democracia y Medios de Comunicación

¿SIN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO HAY DEMOCRACIA?		Total
MUY DE ACUERDO		35,8%
MUY EN DESACUERDO		24,24%
PARCIALMENTE DE ACUERDO		27%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO		13,3%
Total general		100,0%

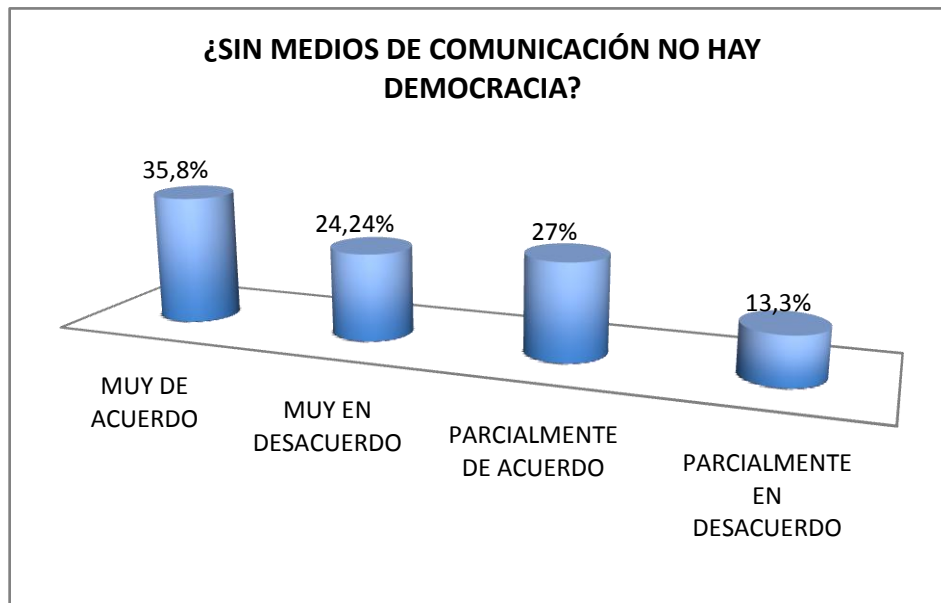


Gráfico 6. 20Democracia y medios de comunicación

En el gráfico 6.20 se observa que los encuestados opinan con un 35,8% estar 'muy de acuerdo' con la interrogante de ¿sin medios de comunicación no hay democracia?, le sigue con 27% 'parcialmente de acuerdo', mientras que un 13,3% afirma estar 'parcialmente en desacuerdo'.

¿LA DEMOCRACIA PUEDE FUNCIONAR SIN MEDIOS DE COMUNICACIÓN?		Total
MUY DE ACUERDO		12,7%
MUY EN DESACUERDO		56,1%
PARCIALMENTE DE ACUERDO		13,0%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO		18,2%
Total general		100,0%

Tabla 6. 21 Democracia y Medios de Comunicación

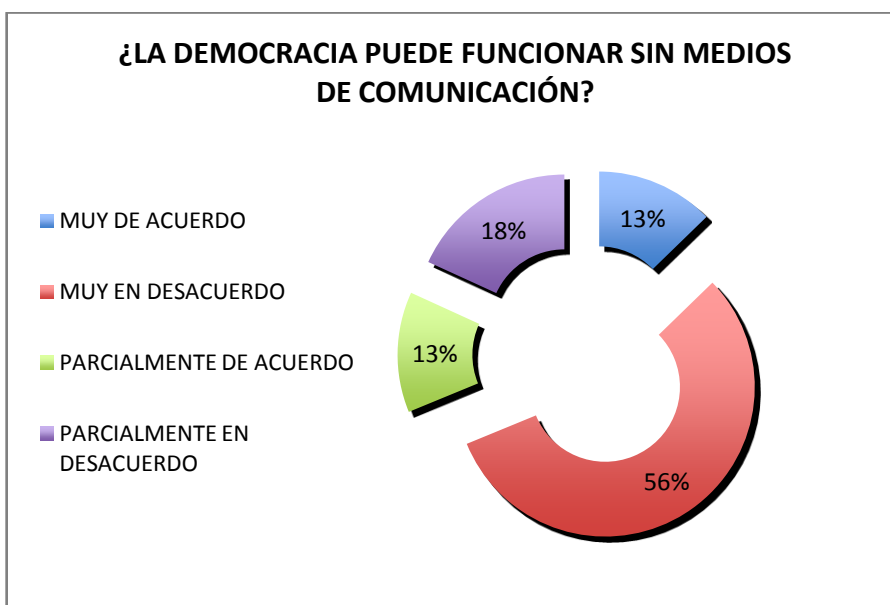


Gráfico 6. 21 Democracia sin medios de comunicación

En el gráfico 6.21 se observa que los encuestados opinan con un 56% que la democracia en un país no puede existir sin medios de comunicación, mientras que un 18% afirma estar parcialmente de acuerdo.

Tabla 6. 22 Democracia y Medios de Comunicación

¿LA LEY DE COMUNICACIÓN MEJORÓ LA RELACIÓN ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO?		Total
MUY DE ACUERDO		9,1%
MUY EN DESACUERDO		27,6%
PARCIALMENTE DE ACUERDO		31,8%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO		31,5%
Total general		100,0%

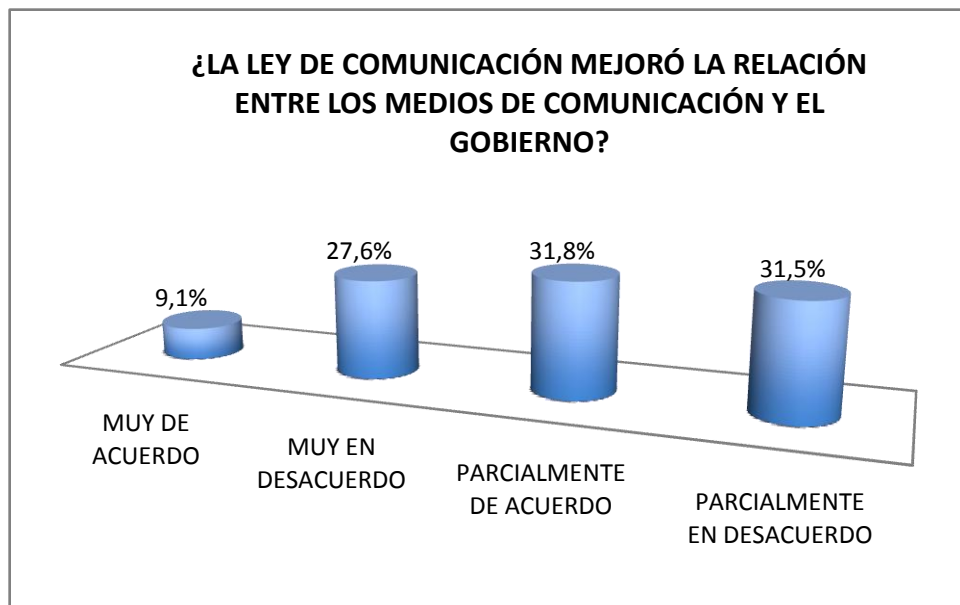


Gráfico 6. 22 Ley de comunicación

En el gráfico 6.22 se evidencia que los encuestados consideran con un 31,8% estar 'parcialmente de acuerdo' sobre que la actual Ley Orgánica de Comunicación haya mejorado la relación entre medios de comunicación y Gobierno, le sigue con un 31,5% los que están 'parcialmente en desacuerdo', y con 9,1% los que están 'muy de acuerdo'.

### 6.1.5 Análisis de las acciones comunicativas del Gobierno actual

Tabla 6. 23Espacios utilizados por el Gobierno para Hablar sobre medios de comunicación

TIPOS DE ESPACIOS QUE UTILIZA EL GOBIERNO PARA HABLAR SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL RANGO DE EDAD					
	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	Total general
CADENAS NACIONALES	5%	5%	1,8%	1%	12,42%
ENLACE CIUDADANO SABATINO	30%	16%	12%	4%	61,21%
NO RESPONDE	2%	1%	1%	0%	3,94%
PROGRAMAS DE ENTREVISTA	1%	2%	3%	0,3%	6,67%
PROPAGANDA POLÍTICA	6%	6%	3%	1%	15,76%
Total general	43,33%	30,61%	20,61%	5,45%	100,00%

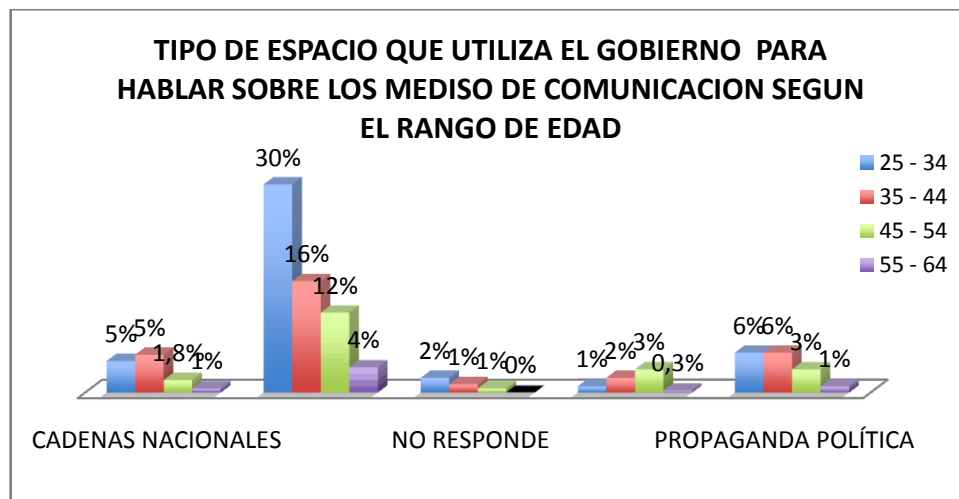
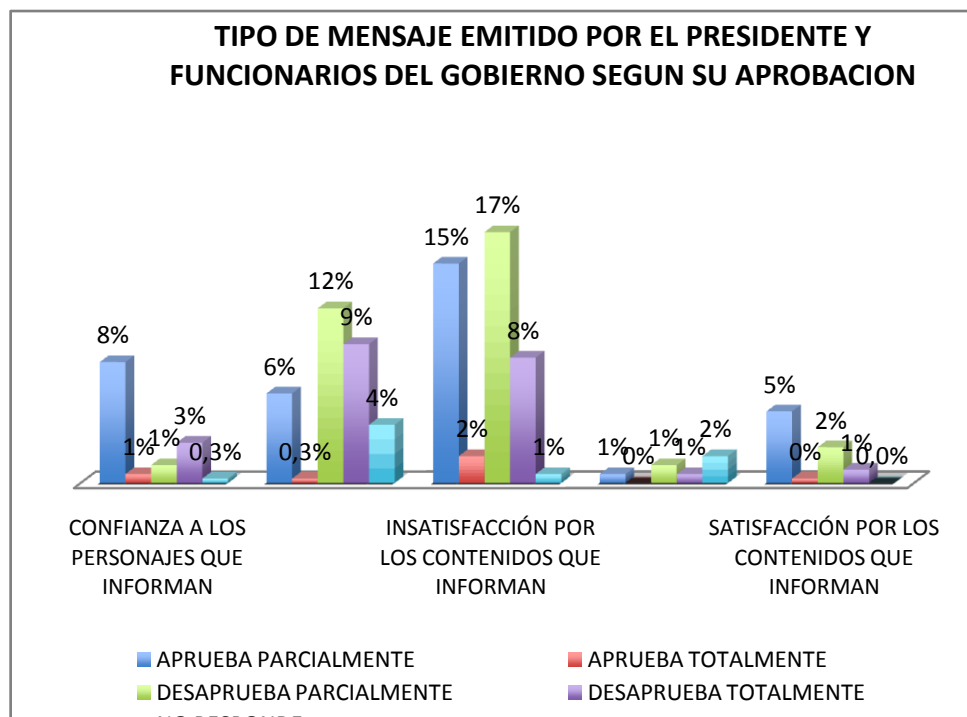


Gráfico 6. 23Espacios mediáticos utilizados por el Gobierno

En el gráfico 6.23 se evidencia con un 61,21% que el Gobierno utiliza su 'Enlace Ciudadano' para hablar sobre los medios de comunicación, por ello las personas de 25-34 años lo ratifican con un 30%, las de 35-44 con un 16%, las de 45-54 con un 12%. En segundo lugar se coloca la propaganda política con un 15,76%, seguido de las cadenas nacionales con 12,41%.

**Tabla 6. 24Espacios utilizados por el Gobierno para Hablar sobre medios de comunicación**

<b>TIPO DE MENSAJE QUE EXPRESAN EL PRESIDENTE U OTROS FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN SU APROBACIÓN</b>						
	<b>CONFIANZA A LOS PERSONAJES QUE INFORMAN</b>	<b>CRÍTICA A LOS PERSONAJES QUE INFORMAN</b>	<b>INSATISFACCIÓN POR LOS CONTENIDOS QUE INFORMAN</b>	<b>NO RESPONDE</b>	<b>SATISFACCIÓN POR LOS CONTENIDOS QUE INFORMAN</b>	<b>Total general</b>
APRUEBA PARCIALMENTE	8%	6%	15%	1%	5%	34,55%
APRUEBA TOTALMENTE	1%	0,3%	2%	0%	0%	3,03%
DESAPRUEBA PARCIALMENTE	1%	12%	17%	1%	2%	33,64%
DESAPRUEBA TOTALMENTE	3%	9%	8%	1%	1%	22,12%
NO RESPONDE	0,3%	4%	1%	2%	0,0%	6,67%
<b>Total general</b>	<b>13,03%</b>	<b>31,52%</b>	<b>42,73%</b>	<b>4,24%</b>	<b>8,48%</b>	<b>100,00 %</b>



**Gráfico 6. 24 Espacios mediáticos utilizados por el Gobierno**

En el gráfico 6.24 se evidencia con un 42,73% que el Gobierno comunica 'Insatisfacción por los contenidos que informan' los medios de comunicación, de ello un 17% desaprueba parcialmente esta acción, mientras que un 15% de los encuestados lo aprueba parcialmente. En segundo lugar se coloca 'crítica a los personajes que informan' con un 31,52% y en tercero 'confianza a los personajes que informan' con un 13,03%.

### 6.1.6 Análisis de los noticiarios televisivos de los diferentes medios de comunicación.

Tabla 6. 25 Análisis de la información del Noticiero Televistazo de Canal 2– Ecuavisa sobre el actual Gobierno

TELEVISTAZO	
	Total
ALGO DESFAVORABLE	34,8%
ALGO FAVORABLE	29,1%
MUY DESFAVORABLE	17,0%
MUY FAVORABLE	7,3%
NO RESPONDE	11,8%
Total general	100,0%

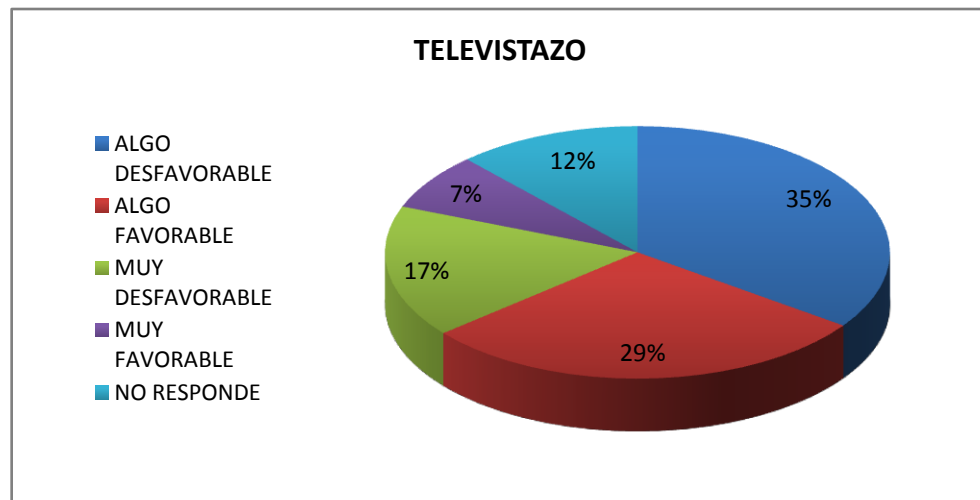


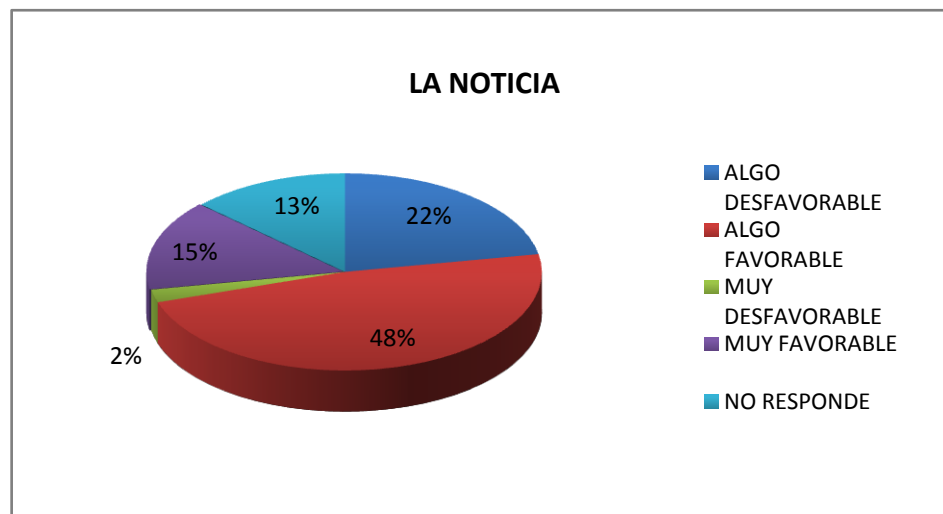
Gráfico 6. 25 Información del Noticiero Televistazo de Ecuavisa sobre el Gobierno

En el gráfico 6.25 se evidencia que los encuestados consideran que el tipo de información que emite el noticiero Televistazo es ‘algo desfavorable’ hacia el Gobierno con un 34,8%, seguido de un 29,1% como ‘algo favorable’, mientras un 7,3% estipula que es ‘muy favorable’.



**Tabla 6. 26 Análisis de la información del Noticiero La Noticia de Canal 4-RTS sobre el actual Gobierno**

<b>LA NOTICIA</b>	
	<b>Total</b>
ALGO DESFAVORABLE	22,1%
ALGO FAVORABLE	47,9%
MUY DESFAVORABLE	2,1%
MUY FAVORABLE	14,8%
NO RESPONDE	13,0%
Total general	100,0%

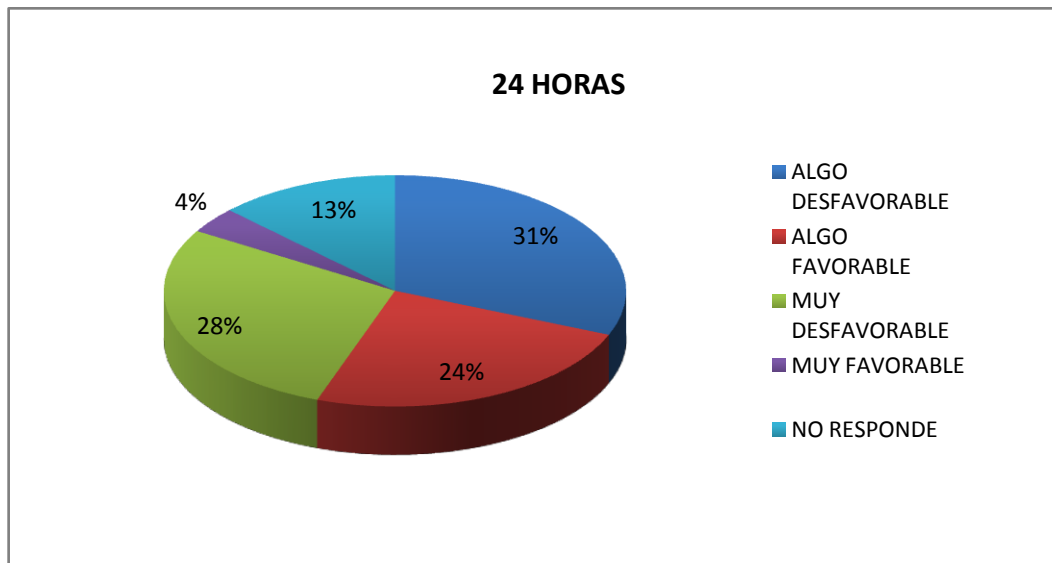


**Gráfico 6. 26 Información del Noticiero La Noticia de RTS sobre Gobierno**

En el gráfico 6.26 se evidencia que los encuestados consideran que el tipo de información que emite el noticiero La Noticia es ‘algo favorable’ hacia el Gobierno con un 47,9%, seguido de un 22,1% como ‘algo desfavorable’, mientras un 14,8% estipula que es ‘muy favorable’.

**Tabla 6. 27 Análisis de la información del Noticiero 24 Horas de Teleamazonas sobre Gobierno**

<b>24 HORAS</b>	
	<b>Total</b>
ALGO DESFAVORABLE	31,2%
ALGO FAVORABLE	24,2%
MUY DESFAVORABLE	28,2%
MUY FAVORABLE	3,6%
NO RESPONDE	12,7%
Total general	100,0%

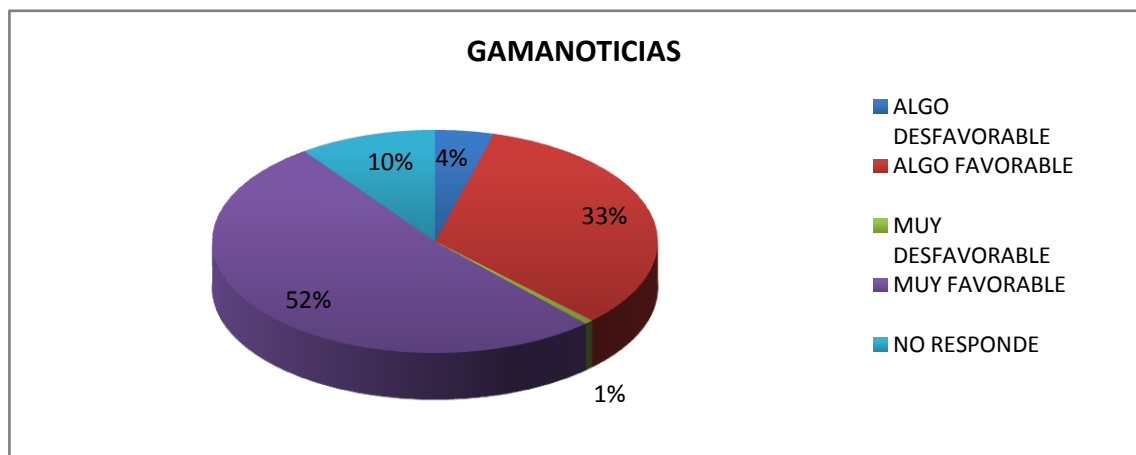


**Gráfico 6. 27 Información del Noticiero 24 Horas de Teleamazonas sobre Gobierno**

En el gráfico 6.27 se evidencia que los encuestados consideran con un 31,2%, que el tipo de información que emite el noticiero 24 Horas es ‘algo desfavorable’ hacia el Gobierno, seguido de un 28,2% como ‘muy desfavorable’, mientras un 24,2% estipula que es ‘algo favorable’.

**Tabla 6. 28** Análisis de la información del Noticiero Gamanoticias de Canal 8-GamaTV sobre el actual Gobierno

<b>GAMANOTICIAS</b>	
	<b>Total</b>
ALGO DESFAVORABLE	4,2%
ALGO FAVORABLE	33,3%
MUY DESFAVORABLE	0,6%
MUY FAVORABLE	51,8%
NO RESPONDE	10,0%
Total general	100,0%

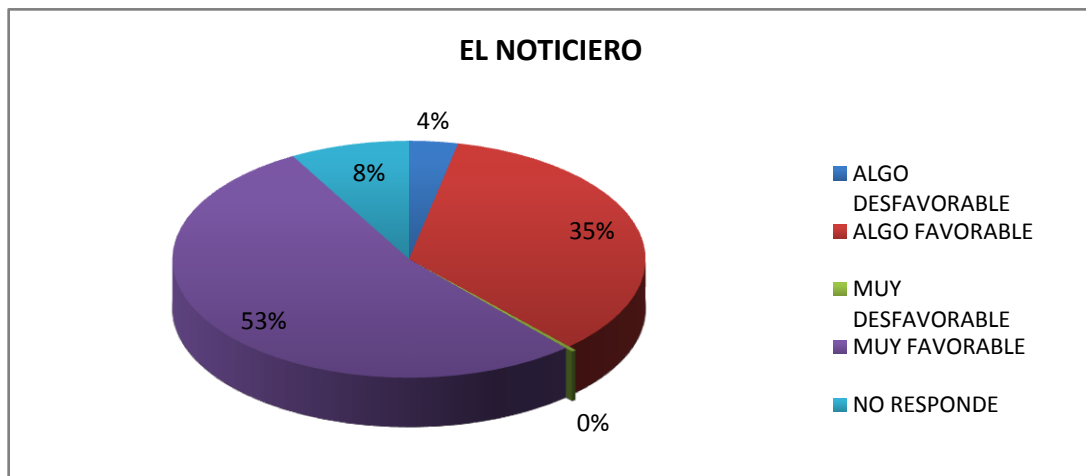


**Gráfico 6. 28** Información del Noticiero Gamanoticias de GamaTV sobre Gobierno

En el gráfico 6.28 se evidencia que los encuestados consideran con un 51,8%, que el tipo de información que emite el noticiero Gamanoticias es 'muy favorable' hacia el Gobierno, seguido de un 33,3% como 'algo favorable', mientras un 0,6% estipula que es 'muy desfavorable'.

**Tabla 6. 29** Análisis de la información del informativo El Noticiero de Canal 10-TCTelevisión sobre el actual Gobierno

<b>EL NOTICIERO</b>	
	<b>Total</b>
ALGO DESFAVORABLE	3,3%
ALGO FAVORABLE	34,8%
MUY DESFAVORABLE	0,3%
MUY FAVORABLE	53,3%
NO RESPONDE	8,2%
Total general	100,0%

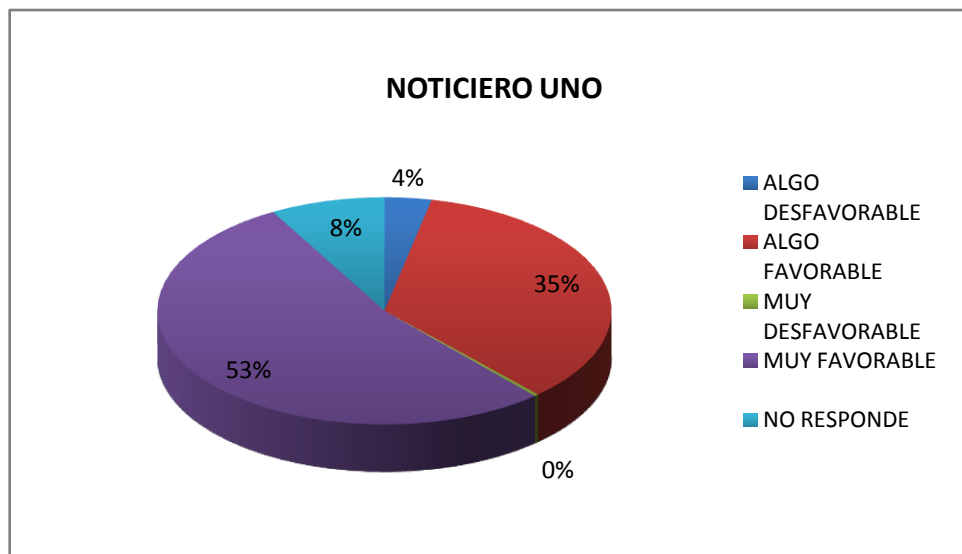


**Gráfico 6. 29** Información de El Noticiero de TCTelevisión sobre Gobierno

En el gráfico 6.29 se evidencia que los encuestados consideran con un 53,3%, que el tipo de información que emite el informativo El Noticiero es 'muy favorable' hacia el Gobierno, seguido de un 34,8% como 'algo favorable', mientras un 0,3% estipula que es 'muy desfavorable'.

**Tabla 6. 30** Análisis de la información del informativo Noticiero Uno de Canal 12-Canal Uno sobre el actual Gobierno

<b>NOTICIERO UNO</b>	
	<b>Total</b>
ALGO DESFAVORABLE	23,6%
ALGO FAVORABLE	43,9%
MUY DESFAVORABLE	6,1%
MUY FAVORABLE	13,9%
NO RESPONDE	12,4%
Total general	100,0%



**Gráfico 6. 30** Contenido del informativo Noticiero Uno de Canal Uno sobre Gobierno

En el gráfico 6.30 se evidencia que los encuestados consideran con un 43,9%, que el tipo de información que emite el informativo Noticiero Uno es 'algo favorable' hacia el Gobierno, seguido de un 23,6% como 'algo desfavorable', mientras un 13,9% estipula que es 'muy favorable'.

### 6.1.7 Análisis de los actores mediáticos

Tabla 6. 31 Análisis de actor mediático Estefani Espín sobre su relación con el actual Gobierno

ESTEFANI ESPÍN	
	Total
ALGO NEGATIVA	28,8%
ALGO POSITIVA	32,7%
MUY NEGATIVA	13,9%
MUY POSITIVA	6,4%
NO RESPONDE	18,2%
Total general	100%

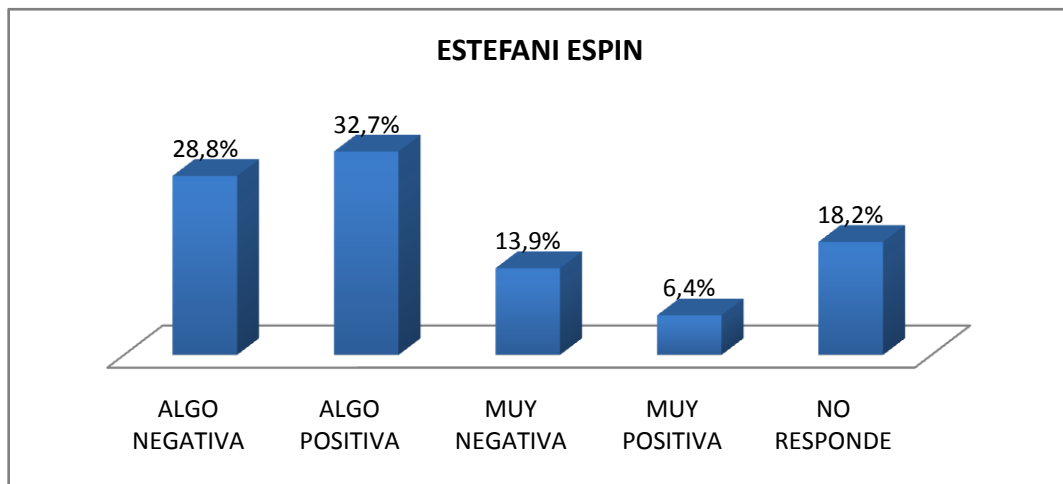


Gráfico 6. 31 Actor mediático Estefani Espín sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.31 se observa que los encuestados consideran que la relación de Estefani Espín con el actual Gobierno es “algo positiva” con un 32,7%. Por otro lado, un 28,8% la estipula como “algo negativa”.

Tabla 6. 32Análisis de actor mediático María Josefa Coronel sobre su relación con el actual Gobierno.

<b>MARÍA JOSEFA CORONEL</b>	
	<b>Total</b>
ALGO NEGATIVA	30,3%
ALGO POSITIVA	13,6%
MUY NEGATIVA	33,6%
MUY POSITIVA	5,5%
NO RESPONDE	17,0%
Total general	100,0%

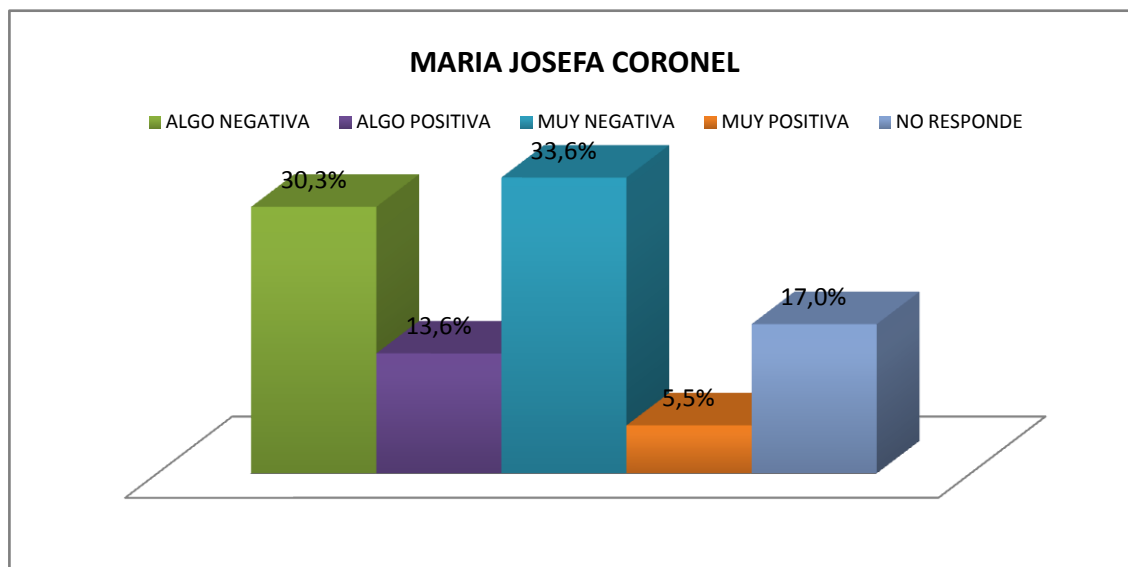


Gráfico 6. 32 Actor mediático María Josefa Coronel sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.32 se observa que los encuestados consideran que la relación de María Josefa Coronel con el actual Gobierno es “muy negativa” con un 33,6%. Por otro lado, un 30,3% la estipula como “algo negativa”.

Tabla 6. 33Análisis de actor mediático Carlos Ochoa sobre su relación con el actual Gobierno.

CARLOS OCHOA	
	Total
ALGO NEGATIVA	10,6%
ALGO POSITIVA	20,3%
MUY NEGATIVA	0,3%
MUY POSITIVA	25,2%
NO RESPONDE	43,6%
Total general	100,0%

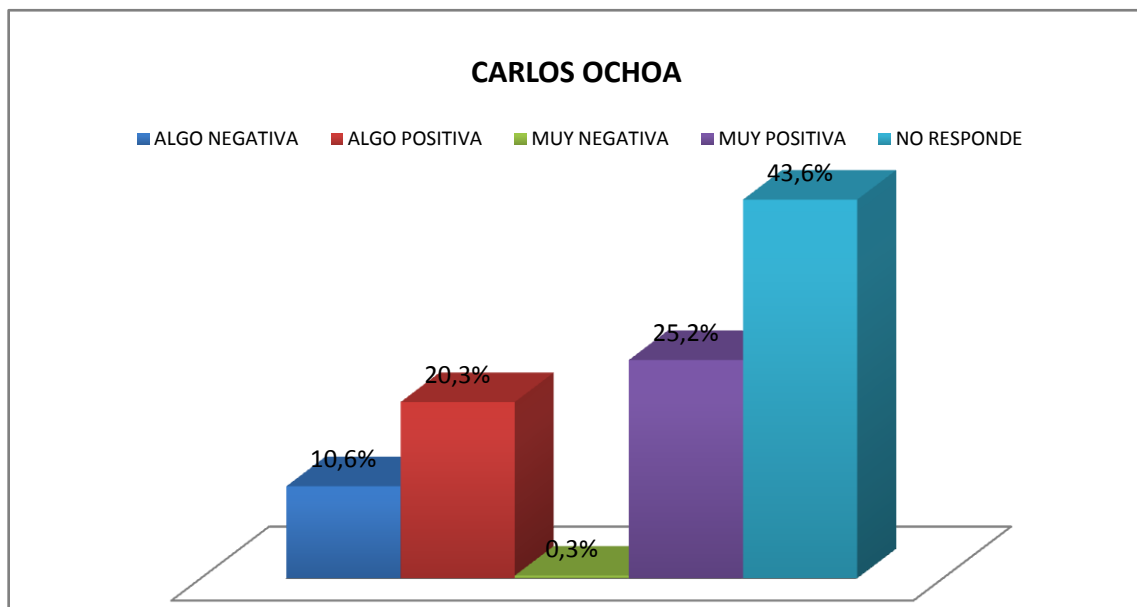


Gráfico 6. 33Actor mediático Carlos Ochoa sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.33 se observa que los encuestados consideran con un 43,6% que no responden debido a que no conocen al actor mediático Carlos Ochoa. Sin embargo, un 20,3% afirma que es “algo positivo” su relación con el actual Gobierno.



Tabla 6. 34Análisis de actor mediático Andrés Carrión sobre su relación con el actual Gobierno.

<b>ANDRÉS CARRIÓN</b>	
	<b>Total</b>
ALGO NEGATIVA	12,7%
ALGO POSITIVA	31,8%
MUY NEGATIVA	5,2%
MUY POSITIVA	20,9%
NO RESPONDE	29,4%
Total general	100,0%

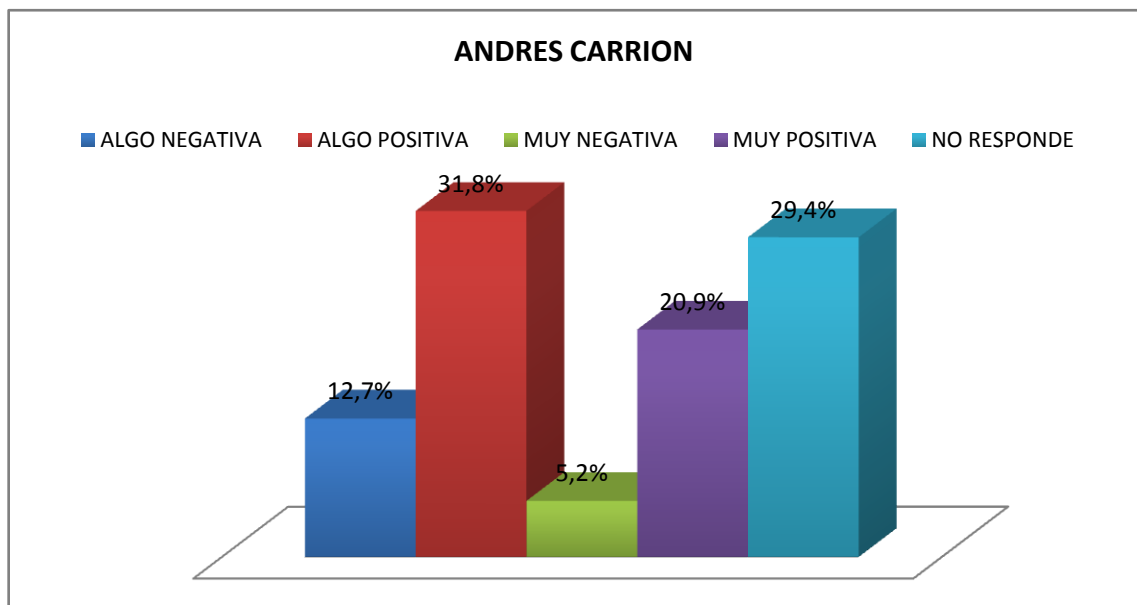
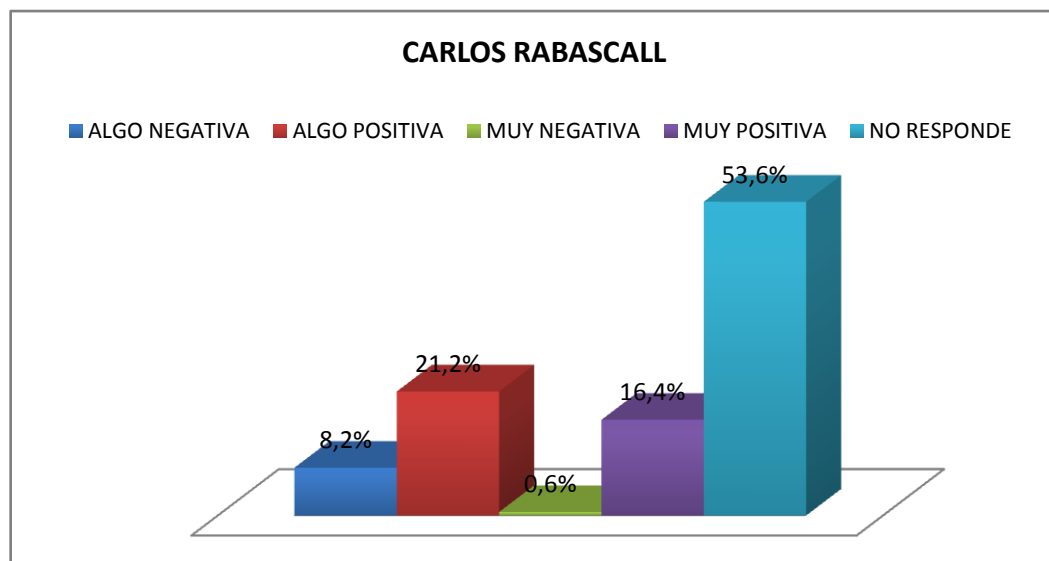


Gráfico 6. 34 Actor mediático Andrés Carrión sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.34 se observa que los encuestados consideran con un 31,8% que la relación de Andrés Carrión con el actual Gobierno es “algo positiva”. Mientras que, un 29,4% no responde y un 20,9% la estipula como muy positiva.

**Tabla 6. 35** Análisis de actor mediático Carlos Rabascall sobre su relación con el actual Gobierno.

<b>CARLOS RABASCALL</b>	
	<b>Total</b>
ALGO NEGATIVA	8,2%
ALGO POSITIVA	21,2%
MUY NEGATIVA	0,6%
MUY POSITIVA	16,4%
NO RESPONDE	53,6%
Total general	100,0%



**Gráfico 6. 35**actor mediático Carlos Rabascall sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.35 se observa que los encuestados con un 53,6% no responden al no conocer al actor mediático Carlos Rabascall. Mientras que, un 21,2% considera la relación de este con el gobierno como algo positiva, y solo un 0,6% la estipula como muy negativa.

Tabla 6. 36 Análisis de actor mediático Rodolfo Muñoz sobre su relación con el actual Gobierno.

<b>RODOLFO MUÑOZ</b>	
	<b>Total</b>
ALGO NEGATIVA	9,1%
ALGO POSITIVA	18,8%
MUY NEGATIVA	1,2%
MUY POSITIVA	11,5%
NO RESPONDE	59,4%
Total general	100,0%

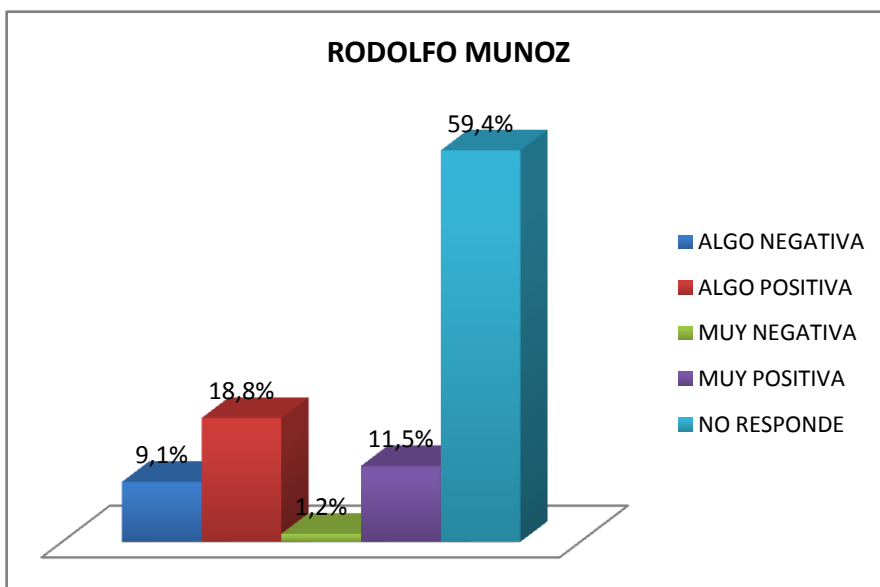


Gráfico 6. 36 Actor mediático Rodolfo Muñoz sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.36 se observa que los encuestados con un 59,4% no responden al no conocer al actor mediático Rodolfo Muñoz. Mientras que, un 18,8% considera la relación de este con el gobierno como “algo positiva”, y solo un 1,26% la estipula como muy negativa.

LUIZA DELGADILLO	
	Total
ALGO NEGATIVA	14,2%
ALGO POSITIVA	32,4%
MUY NEGATIVA	2,4%
MUY POSITIVA	10,6%
NO RESPONDE	40,3%
Total general	100,0%

Tabla 6. 37 Análisis de actor mediático Luisa Delgadillo sobre su relación con el actual Gobierno.

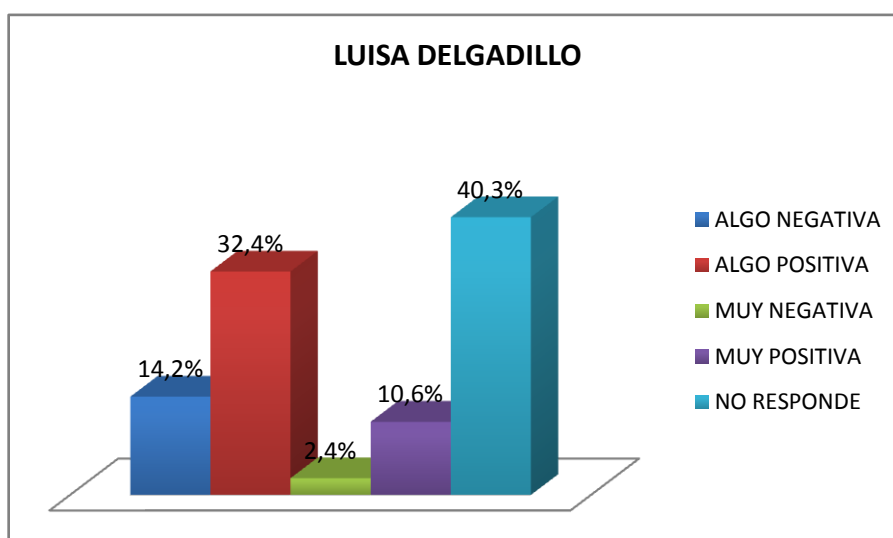
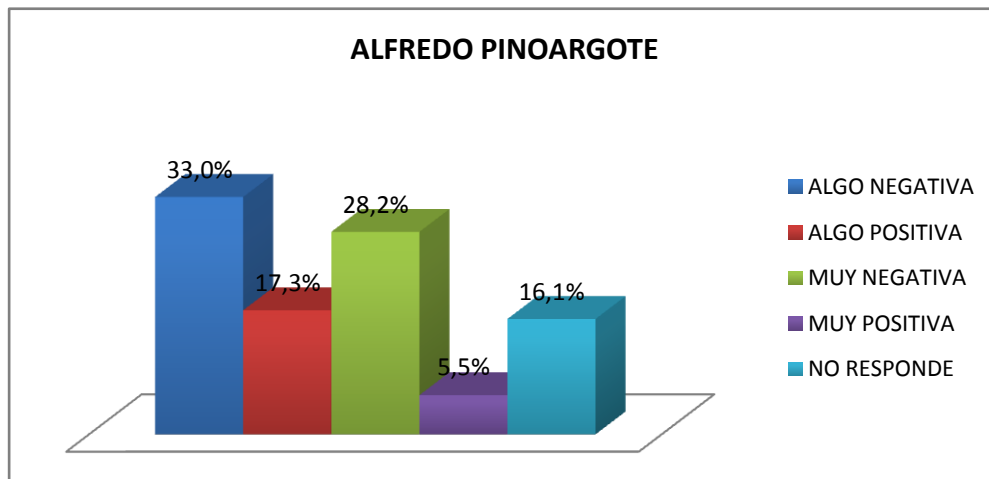


Gráfico 6. 37 Actor mediático Luisa Delgadillo sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.37 se observa que los encuestados con un 40,3% no responden al no conocer al actor mediático Luisa Delgadillo. Mientras que, un 32,4% considera la relación de este con el gobierno como “algo positiva”, y solo un 2,04% la estipula como “muy negativa”.

**Tabla 6. 38 Análisis de actor mediático Alfredo Pinoargote sobre su relación con el actual Gobierno.**

<b>ALFREDO PINOARGOTE</b>	
	<b>Total</b>
ALGO NEGATIVA	33,0%
ALGO POSITIVA	17,3%
MUY NEGATIVA	28,2%
MUY POSITIVA	5,5%
NO RESPONDE	16,1%
Total general	100,0%



**Gráfico 6. 38 Actor mediático Alfredo Pinoargote sobre su relación con el actual Gobierno**

En el gráfico 6.38 se observa que los encuestados consideran con un 33,0% algo negativa la relación del actor mediático Alfredo Pinoargote con el Gobierno. Mientras que, un 28,2% opina que es “muy negativa”, y solo un 5,05% la estipula como “muy positiva”.

Tabla 6. 39 Análisis de actor mediático Alfonso Espinoza sobre su relación con el actual Gobierno.

ALFONSO ESPINOZA	
	Total
ALGO NEGATIVA	24,2%
ALGO POSITIVA	26,1%
MUY NEGATIVA	19,4%
MUY POSITIVA	20,6%
NO RESPONDE	9,7%
Total general	100,0%

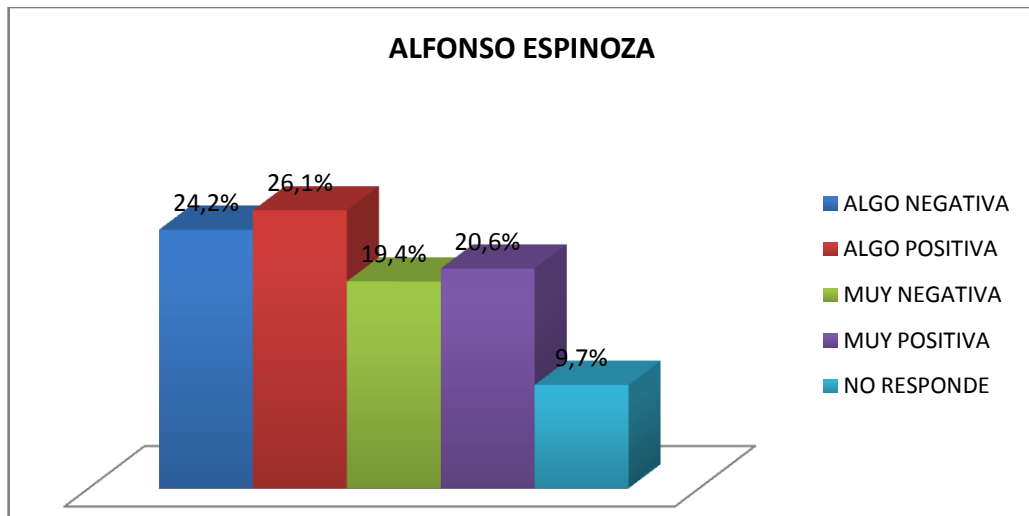


Gráfico 6. 39 Actor mediático Alfonso Espinoza sobre su relación con el actual Gobierno

En el gráfico 6.39 se observa que los encuestados consideran con un 26,1% “algo positiva” la relación del actor mediático Alfonso Espinoza con el Gobierno. Mientras que, un 24,2% opina que es “algo negativa”, y solo un 9,7% “no responde”.

### 6.1.8 Análisis de los actores gubernamentales

Tabla 6. 40 Valoración de relación de actor gubernamental María de los Ángeles Duarte con los medios de comunicación.

MARÍA DE LOS ÁNGELES DUARTE	
Total	
valoración 0	37,88%
valoración 1	7,27%
valoración 2	19,09%
valoración 3	18,48%
valoración 4	10,91%
valoración 5	6,36%
Total general	100,00%

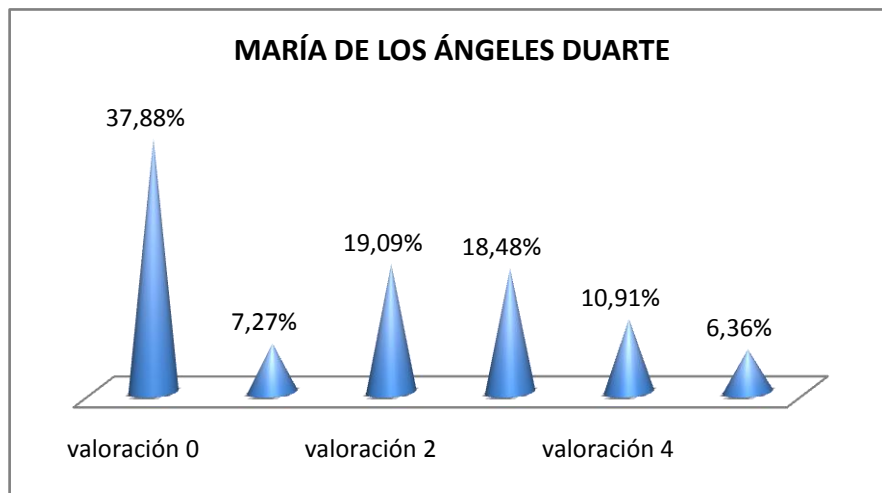
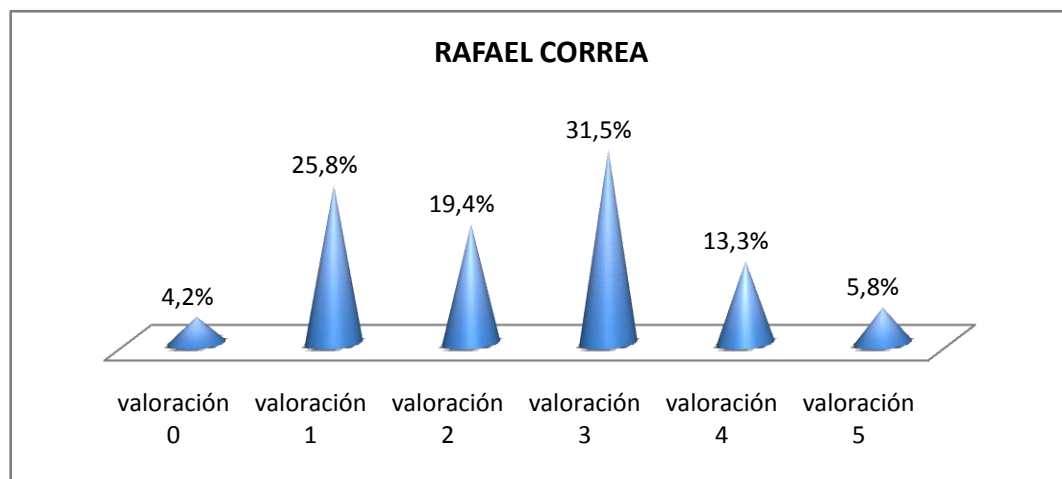


Gráfico 6. 40 actor gubernamental María de los Ángeles Duarte sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.40 se observa que los encuestados consideran con un 37,88% que la relación del actor gubernamental Duarte con los medios se sitúa en valoración cero. Es decir, que su relación con los medios es nula.

**Tabla 6. 41** Valoración de relación de actor gubernamental Rafael Correa con los medios de comunicación.

<b>RAFAEL CORREA</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	4,2%
valoración 1	25,8%
valoración 2	19,4%
valoración 3	31,5%
valoración 4	13,3%
valoración 5	5,8%
Total general	100,0%



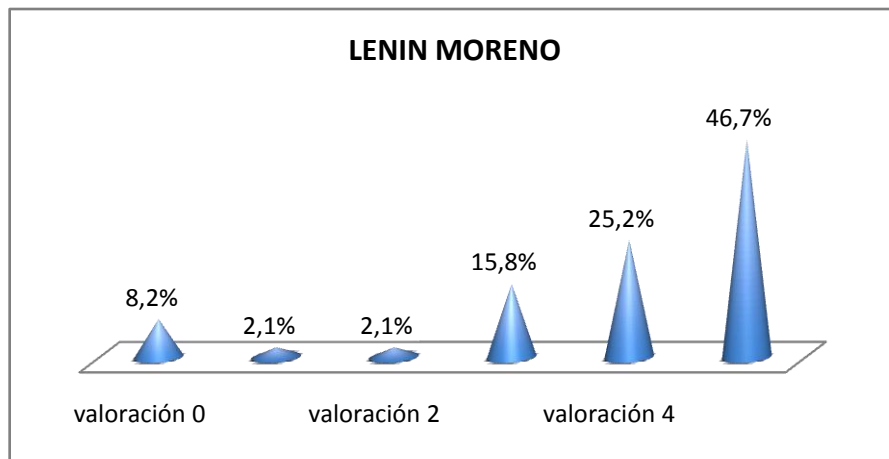
**Gráfico 6. 41** Actor gubernamental Rafael Correa sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.41 se observa que los encuestados consideran con un 31,5% que la relación del actor gubernamental Correa con los medios se sitúa en valoración tres. Es decir, medianamente buena. Mientras que, un 5,8% opina que se sitúa en la valoración cinco, lo que corresponde a muy buena.



**Tabla 6. 42** Valoración de relación de actor gubernamental Lenin Moreno con los medios de comunicación.

<b>LENIN MORENO</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	8,2%
valoración 1	2,1%
valoración 2	2,1%
valoración 3	15,8%
valoración 4	25,2%
valoración 5	46,7%
Total general	100,0%



**Gráfico 6. 42** Actor gubernamental Lenin Moreno sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.42 se observa que los encuestados consideran con un 46,7% que la relación del actor gubernamental Moreno con los medios se sitúa en valoración cinco. Es decir, muy buena. Mientras que, un 2,1% estipula que es valoración uno, lo que corresponde a mala.

Tabla 6. 43 Valoración de relación de actor gubernamental Jorge Glas con los medios de comunicación.

<b>JORGE GLAS</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	20,0%
valoración 1	7,9%
valoración 2	21,8%
valoración 3	31,8%
valoración 4	12,1%
valoración 5	6,4%
Total general	100,0%

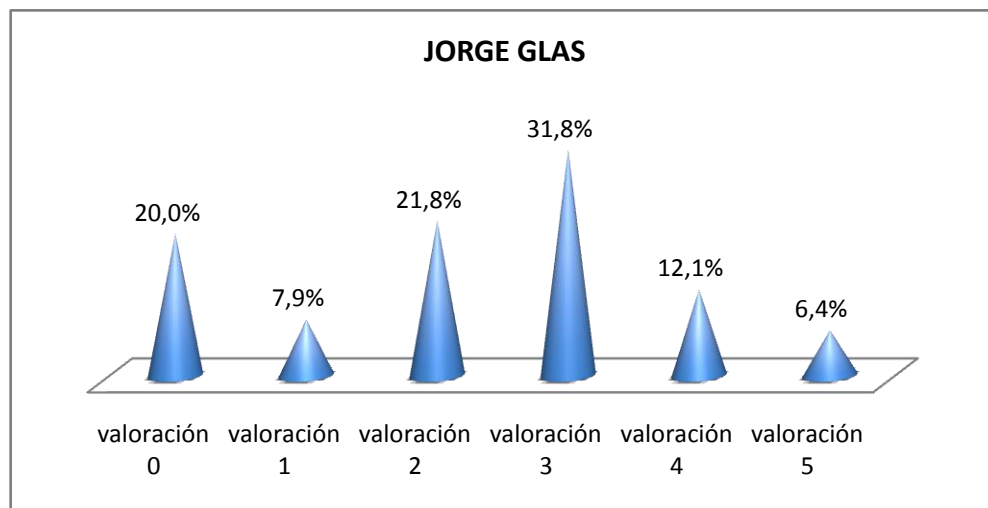
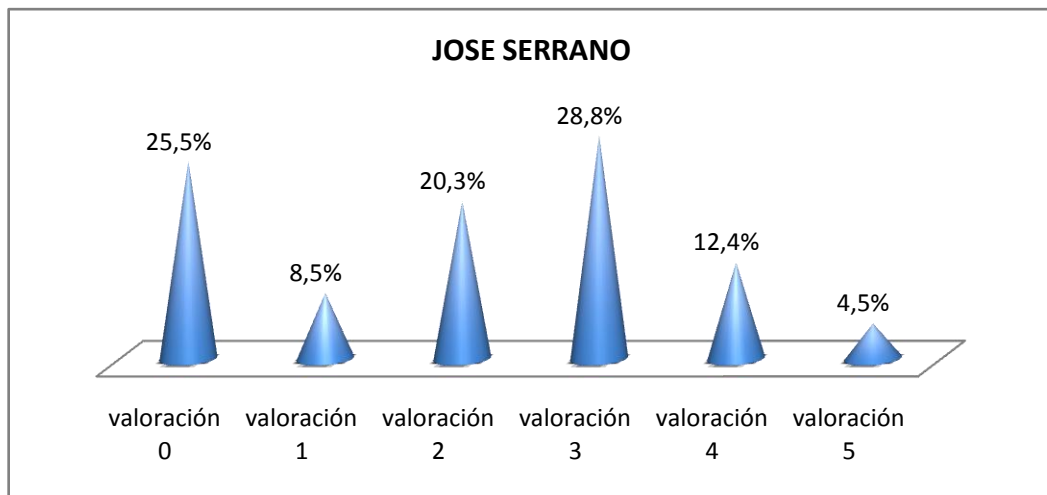


Gráfico 6. 43 Actor gubernamental Jorge Glas sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.43 se observa que los encuestados consideran con un 31,8% que la relación del actor gubernamental Glas con los medios se sitúa en valoración tres. Es decir, buena. Mientras que, un 6,4% estipula que es valoración cinco, lo que corresponde muy buena.

**Tabla 6. 44** Valoración de relación de actor gubernamental José Serrano con los medios de comunicación.

<b>JOSÉ SERRANO</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	25,5%
valoración 1	8,5%
valoración 2	20,3%
valoración 3	28,8%
valoración 4	12,4%
valoración 5	4,5%
Total general	100,0%

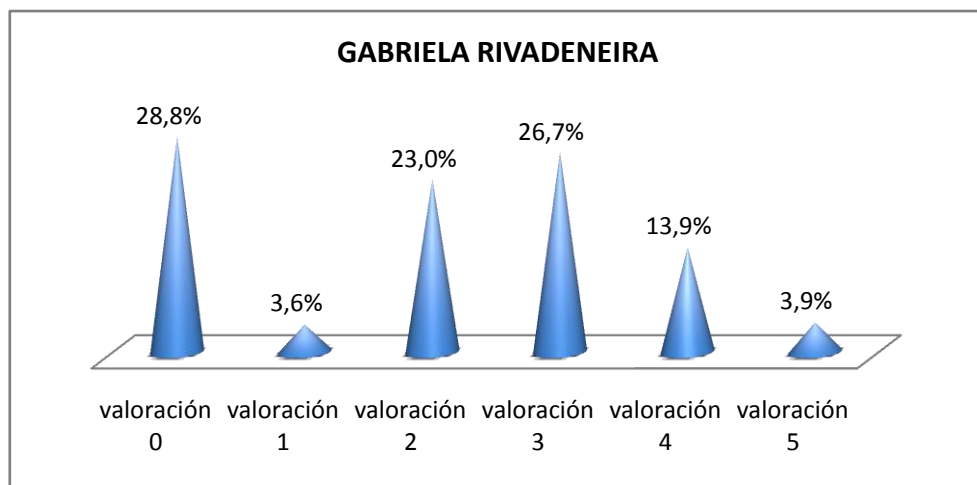


**Gráfico 6. 44** Actor gubernamental José Serrano sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.44 se observa que los encuestados consideran con un 28,8% que la relación del actor gubernamental Serrano con los medios se sitúa en valoración tres. Es decir, buena. Mientras que, un 4,5% estipula que es valoración cinco, lo que corresponde muy buena.

**Tabla 6. 45** Valoración de relación de actor gubernamental Gabriela Rivadeneira con los medios de comunicación.

<b>GABRIELA RIVADENEIRA</b>	
	<b>Total</b>
valoración 0	28,8%
valoración 1	3,6%
valoración 2	23,0%
valoración 3	26,7%
valoración 4	13,9%
valoración 5	3,9%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

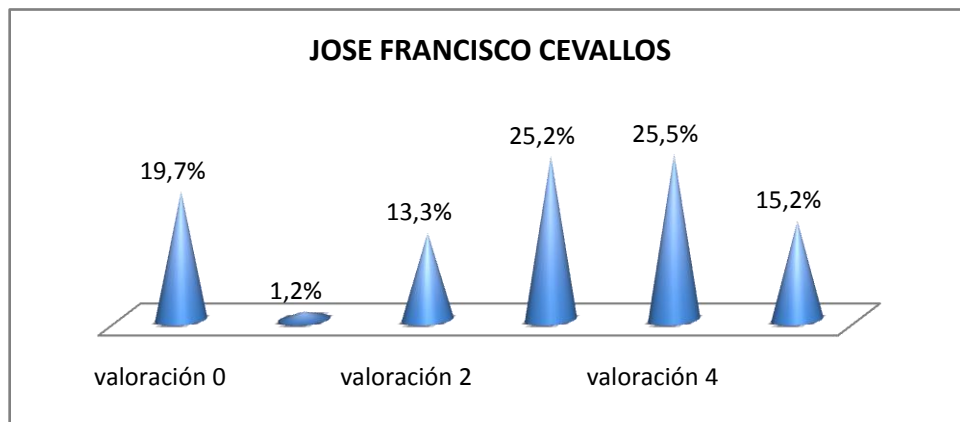


**Gráfico 6. 45** Actor gubernamental Gabriela Rivadeneira sobre su relación con los medios de comunicación

En el gráfico 6.45 se observa que los encuestados consideran con un 28,8% que la relación del actor gubernamental Rivadeneira con los medios se sitúa en valoración cero, es decir nula. Mientras que, un 3,9% estipula que es valoración cinco, lo que corresponde muy buena.

**Tabla 6. 46** Valoración de relación de actor gubernamental José Francisco Cevallos con los medios de comunicación.

<b>JOSÉ FRANCISCO CEVALLOS</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	19,7%
valoración 1	1,2%
valoración 2	13,3%
valoración 3	25,2%
valoración 4	25,5%
valoración 5	15,2%
Total general	100,0%

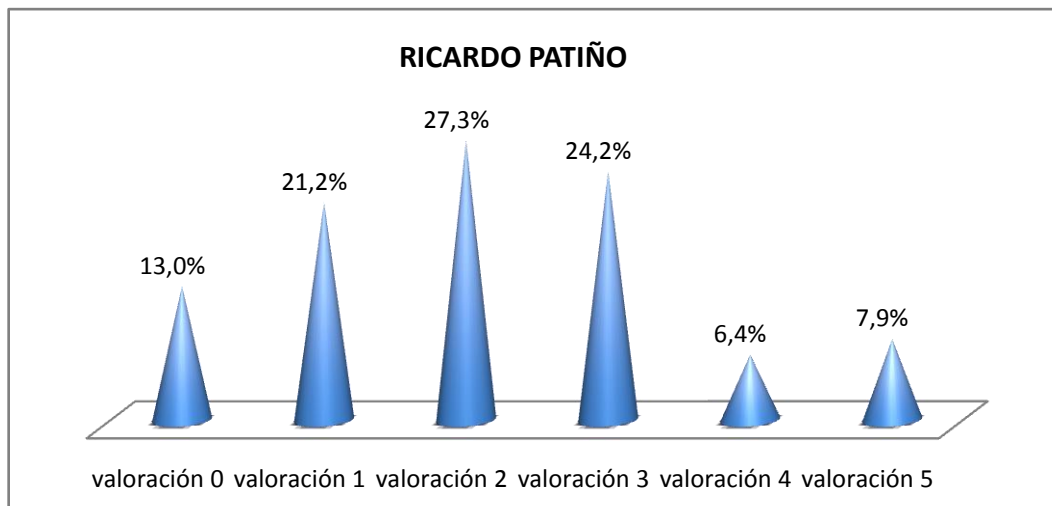


**Gráfico 6. 46** Actor gubernamental José Francisco Cevallos sobre su relación con los medios de comunicación

En el gráfico 6.46 se observa que los encuestados consideran con un 25,2% que la relación del actor gubernamental Cevallos con los medios se sitúa en valoración tres y cuatro, es decir media y buena respectivamente. Mientras que, un 1,2% estipula que es valoración uno, lo que corresponde mala.

**Tabla 6. 47** Valoración de relación de actor gubernamental Ricardo Patiño con los medios de comunicación

<b>RICARDO PATIÑO</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	13,0%
valoración 1	21,2%
valoración 2	27,3%
valoración 3	24,2%
valoración 4	6,4%
valoración 5	7,9%
Total general	100,0%

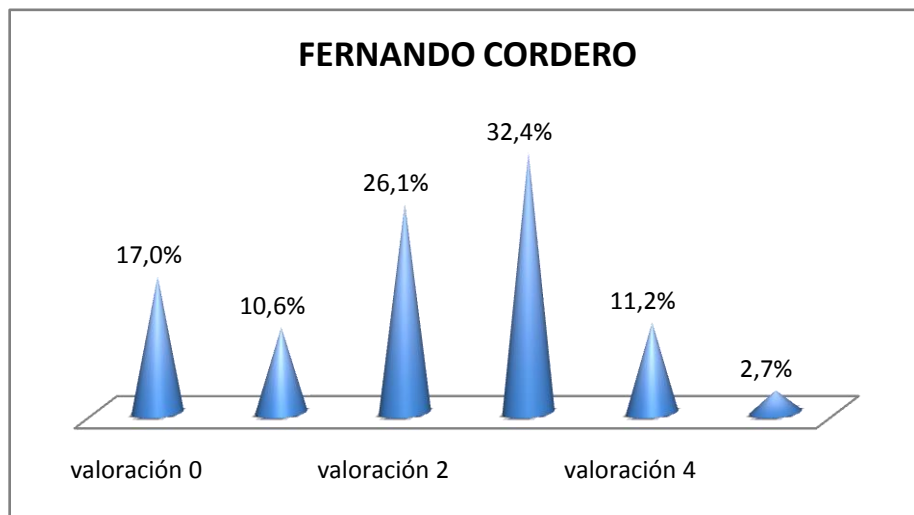


**Gráfico 6. 47** Actor gubernamental Ricardo Patiño sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.47 se observa que los encuestados consideran con un 27,3% que la relación del actor gubernamental Patiño con los medios se sitúa en valoración dos, es decir muy mala. Mientras que, un 7,9% estipula que es valoración cinco, lo que corresponde muy buena.

**Tabla 6. 48** Valoración de relación de actor gubernamental Fernando Cordero con los medios de comunicación

<b>FERNANDO CORDERO</b>	
<b>Total</b>	
valoración 0	17,0%
valoración 1	10,6%
valoración 2	26,1%
valoración 3	32,4%
valoración 4	11,2%
valoración 5	2,7%
Total general	100,0%



**Gráfico 6. 48** Actor gubernamental Fernando Cordero sobre su relación con los medios de comunicación.

En el gráfico 6.48 se observa que los encuestados consideran con un 32,4% que la relación del actor gubernamental Cordero con los medios se sitúa en valoración tres, es decir medianamente buena. Mientras que, un 2,7% estipula que es valoración cinco, lo que corresponde muy buena.

## 7. CONCLUSIONES

Tal como lo reflejan los resultados del estudio, el público seleccionado posee un criterio respecto al vínculo entre los medios de comunicación y el gobierno, y hace una identificación entre ambos.

Para la investigación resulta imprescindible recalcar lo que representa el poder en el Ecuador, o mejor dicho para los ciudadanos. El Gobierno Nacional es sumamente poderoso y está por encima de los medios de comunicación, según la percepción de la audiencia. Esta idea relaciona como un segundo poder a otra institución del Estado: las Fuerzas Armadas.

Entre otras conclusiones de las respuestas públicas se destaca lo siguiente:

- La mayoría de la población encuestada entre 25 a 65 años cree que la relación actual entre medios y gobierno es *regular*, mientras que otro bloque similar la cataloga como *mala* y *muy mala*. Juntas estas respuestas llegan a desequilibrar la balanza que daría como acertada la hipótesis general del presente trabajo.
- El tema del conflicto entre medios y gobierno que más recuerda la gente es el caso El Universo, tal como se lo presentó previamente en una de las hipótesis específicas.
- Sobre los discursos del gobierno en los que se refiere a los medios de comunicación, los resultados preponderantes indican que existe “crítica” del poder gubernamental hacia estos últimos; eso a priori también lo señaló la hipótesis, la cual es acertada.
- Dentro del panel de programas de opinión, la ciudadanía percibe una mala relación entre el presentador y entrevistador de uno de los canales privados Alfredo Pinoargote y el régimen gubernamental; no así con aquellos entrevistadores de canales de propiedad estatal, los cuales aparecen menos veces al aire.



- Existe bajo conocimiento de la audiencia de televisión abierta hacia aquellos presentadores y entrevistadores de televisión que pertenecen a canales de propiedad estatal.
- La audiencia está “parcialmente en desacuerdo” que los medios de comunicación sean aliados a los intereses que persigue el Gobierno, o lo que es permisible interpretar que exista afinidad política.
- Finalmente los enlaces ciudadanos fueron identificados como el escenario donde más se explaya el gobierno para dirigirse a los medios de comunicación, dejando en evidencia que el Gobierno tiene un espacio exclusivo y de gran ayuda para estar perenne en la esfera pública.

Las hipótesis dieron acierto a muchas de las percepciones del público de la muestra; sin embargo, con esta síntesis es prescindible considerar cada uno de los resultados mostrados que colocan a la audiencia en una posición de analistas de ese escenario mediático “negativo”. El trabajo actual evidencia como el tema es todo un fenómeno social, visto, analizado y estudiado por investigadores, intelectuales, y siempre por el público, aunque éstos últimos no cuenten con plataformas para posicionar su criterio. Es necesario además que desde las instituciones involucradas se intente disminuir el nivel de conflicto percibido por la audiencia (ciudadanos) que constantemente generan en sus espacios propiamente financiados, puesto que en la realidad, los niveles de relación entre los distintos actores políticos y de televisión, influyen en la subjetividad del ser humano.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Abad, G. (2010). *EL club de la pelea. Poder político vs poder mediático*. Quito.
- Abellán, J. (2004). ¿Qué es la política? Tres respuestas: Aristóteles, Weber, Schmitt. En J. Franzé. Madrid.
- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences*. Reino Unido.
- Acosta, M. (1997). *Los medios de comunicación y la educación ciudadana*. Obtenido de <http://www.saladeprensa.org/art82.htm>
- Aguirre, J. (2009). *Medios de comunicación y democracia: ¿una relación necesaria o una relación imposible?* Barcelona.
- anónimo. (1988). ¿Libertad de prensa o libertad de empresas? *Punto de vista*, 6.
- anónimo. (1993). Nuestra cultura está cayendo en picada. *Punto de Vista*, 6 - 7.
- Apter, D. (2005). *Gobierno*.
- Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito.
- Ayala, A. C. (2009). *Percepciones sobre los medios públicos en Ecuador*. Quito.
- Carrión, A. (1987). *La mordaza a cualquier precio*. Quito.
- Cea, J. L. (1997). ¿Qué es gobierno? Una respuesta constitucional. *Revista de Derecho (Valdivia)*, 61-76.
- Checa, F. (2008). De cómo viven y piensan la libertad de expresión y de prensa los periodistas ecuatorianos. *Ecuador Debate*, 118.
- Ciespal. (2010). *Mediaciones para el análisis y la lectura crítica de los medios*. Obtenido de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/68-publicos-privados-y-comunitarios.html>
- Ciespal. (2013). *La Libertad de Expresión*. Quito.
- Collazos, G. (8 de Abril de 2011). *Universidad de Palermo*. Recuperado el 2013, de [http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis\\_completas/72%20collazo.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis_completas/72%20collazo.pdf)
- Coordinadora Latinoamericana de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas. (2013). *Clacpi*. Obtenido de <http://clacpi.org/observatorio/?p=627>
- Corporación Latinobarómetro . (1995-2013). *Latinobarómetro*. Recuperado el Julio de 2013, de <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

- Corporación Latinobarómetro. (1995 - 2013). *Latinobarómetro*. Recuperado el Julio de 2013, de <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Correa, T. (2005). *Prensa y candidatos presidenciales 2005. Así los mostramos, así los miraron*. Texas.
- Diario Hoy. (14 de Junio de 2013). Asamblea aprueba 'ley mordaza'. *HOY*, págs. 1-2.
- Dieter, N. (1999). *Sistema de gobierno, sistema electoral, sistema de partidos políticos*. México.
- Exeni, J. L. (1999). *Tras las huellas de la "democracia mediática". Comunicación para /desde la política*. Clacso.
- Exeni, J. L. (2010). *Mediocracia en alta intensidad*. La Paz, Bolivia.
- Garay, L. M. (2006). *¿Qué ha cambiado y qué sigue igual? Reflexiones sobre el concepto de audiencia mediática*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art44/art44-2.htm>
- Goldstein, A., & Comellini, S. (2012). *Medios y política en América Latina: una comparación entre las elecciones del Brasil 2006 y el Perú 2011*. Buenos Aires: Primavera.
- Huertas, A. (2002). *La audiencia investigada*.
- Hurtado, J. (1999). *Sistemas de Gobierno y Democracia*. Obtenido de [http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/gobiernos\\_y\\_democracia.htm#inicio](http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/gobiernos_y_democracia.htm#inicio)
- Informe21. (4 de Septiembre de 2009). *Otra polémica "Ley Mordaza" en Argentina promueve grandes cambios en el sector de comunicaciones*. Obtenido de <http://informe21.com/libertad-expresion/otra-polemica-ley-mordaza-argentina-promueve-grandes-cambios-sector-comunicacione>
- Lanzaro, J. (2001). Obtenido de <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/deluca/Lanzarointro.pdf>
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito.
- Luna, I. (2001). *Razón y Palabra*. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23\\_iluna.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23_iluna.html)
- MacQuail, D. (2001). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. En D. MacQuail, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona.
- Martínez, E. (2010). *Percepción y toma de decisiones individual*. Madrid.
- Martínez, J. (abril de 1993). "Nuestra cultura está cayendo en picada". (anónimo, Entrevistador)

- McCombs, M. (2004). Setting the Agenda. The mass media and public opinion. En M. Maxwell. Malden.
- Minc, A. (1995). *La borrachera democrática*.
- Montalvo, D. (2006-2007). *Desafíos para la democracia en Latinoamérica y el Caribe: evidencia desde el Barómetro de las Américas 2006-07*. Recuperado el Septiembre de 2013, de <http://books.google.com.ec/books?id=dPiwzwt8rEkC&pg=PA99&lpg=PA99&dq=%E2%80%99La+confianza+en+las+instituciones+est%C3%A1+totalmente+relacionada+con+el+apoyo+a+la+democracia+y+con+los+procesos+democr%C3%A1ticos.&source=bl&ots=QtQbWt8pwX&sig=5QnjeLyKTc5wvK>
- Monzon, C. (1996). *Opinión Pública, Comunicación y Política: La Formación Del Espacio Público*. Madrid: Tecnos.
- Morlino, L. (2005). *Democracia y Democratizaciones*. México: CEPACOM.
- Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. . Barcelona: Paidós.
- Nightingale, V. (1999). *EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS: EL IMPACTO DE LO REAL*. PAIDOS IBERICA.
- Orlando, R. (2012). *Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina*. Quito.
- Orozco, R. (2010). *Relaciones prensa - gobierno en Tepic*. Guadalajara.
- Oseguera, D. (2004). *Comidas Peligrosas: la percepción Social de la (In) seguridad Alimentaria. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.
- Punin, M. I. (2011). Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios. *Razón y palabra*.
- Ramos, I. (2012). La contienda política entre los medios privados y el gobierno de Rafael Correa. *Utopía y Praxis Latinoamericana*.
- Rincón, O. (2010). *Por qué nos odian tanto*. Bogotá.
- Ruiz, C. (2006). *La Teoría liberal sobre la libertad de prensa*. Barcelona.
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid.
- Sartori, G. (1987). *¿Qué es la democracia?* Buenos Aires.
- Thompson, J. (1991). La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. *Estudios de comunicación y política*.

Tocqueville, A. d. (30 de Nov de 2009). *Teoría del Estado*. Recuperado el 2013, de <http://blogjesussilvaherzogm.typepad.com/ESTADO/2009/11/WEBER.HTML>

Unesco. (2013). Libertad de prensa.

Wolton, D. (1992). *La comunicacion politica, construccion de un modelo*. Madrid.

Wolton, D. (1998). *La comunicacion politica, construccion de un modelo*. Recuperado el 2013, de <http://www.altillo.com/examenes/uces/publicidad/comupolitica/comupolitica2010reswolton.asp>

## 9. ANEXOS

### 9.1 Encuesta realizada a los ciudadanos.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
ENCUESTA PARA TRABAJO FINAL DE PREGADO

Estudio de las percepciones del público televidente de canales de señal abierta sobre  
la relación Medios y Gobierno

CODIGO \_\_\_\_\_

#### A. DATOS DEL ENTREVISTADO

EDAD:  SEXO: Hombre  Mujer

SECTOR DONDE VIVE: \_\_\_\_\_

#### ESTADO CIVIL:

Casado   
Casado + unión libre   
Unión libre   
Separado   
Divorciado   
Viudez   
Soltero

#### TIPO DE VIVIENDA:

casa  
 villa  
 departamento  
 arrienda  
 otras

#### ¿EN QUÉ NIVEL DE EDUCACIÓN SE UBICA?

Primaria completa   
Primaria incompleta   
Secundaria completa   
Secundario incompleta   
Tercer nivel – universitario   
Cuarto nivel – doctorado

#### ¿VE TELEVISIÓN?

Sí  No

#### B. ELEMENTOS DE PERCEPCIÓN

1.- La semana pasada, cuando usted encendía la tv, ¿cuántas veces lo hizo para ver noticias políticas? anote el número de veces a la semana

\_\_\_\_\_

2- Indique si está usted Muy de acuerdo (1), Parcialmente de acuerdo (2), Parcialmente en desacuerdo (3) o Muy en desacuerdo (4) con las siguientes afirmaciones. Marque solo una opción

*-Los medios de comunicación deben ser aliados a los intereses que persigue el Gobierno*

<b>Muy acuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>

*-La ley de Comunicación mejoró la relación entre los Medios de Comunicación y el Gobierno*

<b>Muy acuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>

*-Sin medios de comunicación no hay democracia*

<b>Muy acuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>

*-La democracia puede funcionar sin medios de comunicación*

<b>Muy acuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>

*-Hace 6 años atrás los medios de comunicación tenían más poder que ahora”*

<b>Muy acuerdo</b>	<b>Parcialmente de acuerdo</b>	<b>Parcialmente en desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>

**3.-Podría decirme si, ¿Ha oído usted sobre algún conflicto entre los medios de comunicación y el gobierno? Escriba Sí o NO**

---

**4.- Si la respuesta es Sí, anote el tema o los temas del conflicto**

---

**5.-¿A través de qué medio se enteró del conflicto entre medios de comunicación y gobierno?  
Señale una opción**

1. Noticias en TV	
2. Noticias en Radio	
3. Noticias en Prensa	
4. Noticias en Internet	
5. Familia, amigos	
6. Otros _____	

**6.-En su opinión, ¿cómo es la relación entre los diferentes grupos que le voy a mencionar, o no existe relación?, ¿Diría Ud. que la relación entre ellos es muy buena (1), buena (2), regular, mala (3), muy mala, o no existe relación (4)?**

Grupos	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	No existe relación
Ricos y pobres						
Empleados y empleadores						
Partidos de izquierda y derecha						
Medios de Comunicación y Gobierno						
Mujeres y hombres						
Nacionales y extranjeros						

**7.-¿Quién cree usted que tiene más poder en el país? Ponga en orden, enumerando del 1 al 6, siendo 1 el de mayor poder y 6 el de menos.**

1.-La empresa privada	
2.-Los medios de comunicación	
3.-Los militares	



4.-Los bancos	
5.-El gobierno	
6.-Los partidos políticos	
7.-No sabe/No responde	

**8.- Cómo considera usted que los siguientes noticieros informan sobre lo que hace el gobierno. Lo hacen de manera muy favorable (1), algo favorable (2), algo desfavorable (3), o muy desfavorable (4):**

<b>Noticieros informativos</b>	<b>Muy favorable</b>	<b>Algo favorable</b>	<b>Algo desfavorable</b>	<b>Muy desfavorable</b>	<b>NS/NR</b>
Televistazo					
La noticia					
24 horas					
Gamanoticias					
El Noticiero					
Noticiero uno					

**9.-De los personajes que constan a continuación, señale los que conoce, y valore la relación entre ellos y el gobierno. ¿Es Muy positiva la relación (1), algo positiva (2), algo negativa (3), muy negativa (4)?**

<b>Presentador de TV</b>	<b>Conoce</b>	<b>Muy positiva</b>	<b>Algo positiva</b>	<b>Algo negativa</b>	<b>Muy negativa</b>	<b>NS/NR</b>
Estefany Espin						
María Josefa Coronel						
Carlos Ochoa						
Andrés Carrión						

Carlos Rabascall						
Rodolfo Muñoz						
Luisa Delgadillo						
Alfredo Pinargote						
Alfonso Espinoza						

**10.-A continuación le nombraré una serie de líderes de gobierno. Quiero que los evalúe en una escala del 1 al 5, en la que “1” significa que su relación con los medios de comunicación es “muy mala” y “5” que la relación es “muy buena”. ¿O no los conoce lo suficiente para opinar?**

Personajes	Valoración del 1 al 5	No lo conoce	NS/NR
María de los Ángeles Duarte			
Rafael Correa			
Lenin Moreno			
Jorge Glas			
José Serrano			
Gabriela Rivadeneira			
José Francisco Cevallos			
Ricardo Patiño			
Fernando Cordero			

**11.-En una escala del 1 al 5, le pedimos evaluar cuán imparcial son los noticieros en el país**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
----------	----------	----------	----------	----------

TOTALMENTE PARCIALES

TOTALMENTE IMPARCIALES

Otras respuestas: 6.-No sabe/No responde

**12.-¿Cuánto cree usted que la relación actual entre los medios de comunicación y el gobierno afecta a...**

<b>...usted personalmente?</b>		<b>...su familia?</b>		<b>..el país?</b>	
1. Mucho		1. Mucho		1. Mucho	
2. Algo		2. Algo		2. Algo	
3. Poco		3. Poco		3. Poco	
4. Nada		4. Nada		4. Nada	
5. NS/NR		5. NS/NR		5. NS/NR	

**13.-De lo que usted recuerda, ¿qué espacio en la televisión el gobierno utiliza con mayor frecuencia para hablar sobre los medios de comunicación?**

1. Propaganda política	
2. Enlace ciudadano sabatino	
3. Programas de entrevista	
4. Cadenas nacionales	
5. No sabe/No responde	

**14.-Cuando el presidente u otros funcionarios del gobierno hablan sobre los medios de comunicación, ¿qué tipo de mensaje expresan? Señale solo una opción**

1. Satisfacción por los contenidos que informan	
2. Insatisfacción por los contenidos que informan	
3. Confianza a los personajes que informan	
4. Crítica a los personajes que informan	
5. No sabe/No responde	

15.-Los mensajes que dice el presidente y/o otros funcionarios del gobierno a los medios de comunicación, usted: ¿los Aprueba totalmente (1), Aprueba parcialmente (2), Desaprueba parcialmente (3), Desaprueba totalmente (4)?

1. Aprueba totalmente	
2. Aprueba parcialmente	
3. Desaprueba parcialmente	
4. Desaprueba totalmente	
5. No sabe/ No responde	

16.-En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala dónde "1" es la "izquierda" y "5" la "derecha", ¿dónde ubicaría usted a los medios de comunicación?

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
----------	----------	----------	----------	----------

Izquierda

Derecha

Otras respuestas: 6. NS/NR

17.-En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala dónde "1" es la "izquierda" y "5" la "derecha", ¿dónde ubicaría usted al gobierno?

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
----------	----------	----------	----------	----------

Izquierda

Derecha

Otras respuestas: 6. NS/NR

18.-¿Cómo califica usted la relación actual entre el gobierno y los medios de comunicación?

1. Muy buena	
2. Buena	

3. Regular	
4. Mala	
5. Muy mala	
6. No sabe/No responde	

**19.-¿En los próximos doce meses la relación entre el Gobierno y los Medios de Comunicación será mucho mejor, un poco mejor, igual, un poco peor o mucho peor?.**

1. Mucho mejor	
2. Un poco mejor	
3. Igual	
4. Un poco peor	
5. Mucho peor	
6. No sabe/No responde	

**20.-Actualmente, ¿cuán satisfecho se encuentra usted con la relación entre el Gobierno y los Medios de Comunicación? Marque una sola opción**

1. Muy satisfecho	
2. Un poco satisfecho	
3. No muy satisfecho	
4. Nada satisfecho	
6. No sabe/No responde	

**9.2 Consulta vía e-mail a Pablo Beytía, investigador social quien actualmente trabaja para la “Organización Latinoamericana y del Caribe TECHO” en Chile y además es coautor de la publicación “Cómo medir la felicidad”, un estudio que adapta el tema de la subjetividad y la percepción, y que fue motivo para iniciar el contacto resumido a continuación:**


El primer paso fue relacionarnos con el tema en cuestión, una vez leído el informe de la publicación y cuestionada la manera metodológica para apuntar hacia las subjetividades. Fue así como se contactó con el investigador a través de su correo electrónico personal [pablobeytia@gmail.com](mailto:pablobeytia@gmail.com).

La pregunta emitida en ese primer mail fue la siguiente: “¿Se puede aplicar este mismo mecanismo de preguntas (escala de satisfacción, la escala de subjetividad y el método de reconstrucción del día anterior) en un estudio de percepciones sobre un tema político?”. Horas más tarde Beytía contestó:

“Me parece que esta batería de preguntas se puede aplicar en principio a cualquier tipo de evaluación sobre satisfacción, haciendo algunos cambios. Por ejemplo, la pregunta por satisfacción con la vida podría pasar a ser sobre satisfacción con los medios de comunicación (o con el gobierno, o con la relación entre gobierno y medios de comunicación). En el caso del método de reconstrucción del día habría que hacer más cambios: es probable que no tenga mucho sentido evaluar el día completo; tal vez sería más adecuado evaluar solamente los momentos en que se vio TV el día anterior y preguntar por la satisfacción con el gobierno en esos momentos, y ese ejercicio se podría replicar durante la semana. Finalmente, creo que para tu tema de investigación la escala de felicidad subjetiva sólo podría utilizarse para evaluar la satisfacción con el gobierno...”

Luego de este intercambio de mensajes fue preciso emplear los mecanismos indicadores que darían lugar a las respuestas de la población encuestada, combinando con otros estudios similares expuestos en la parte de referencias de este documento, básicamente con el estudio de opinión pública Latinobarómetro.

**9.3 Solicitud al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la cual fue utilizada para establecer un cálculo proporcional de las viviendas catalogadas de clase media en Guayaquil. Fue así que se acudió a las oficinas del organismo, ubicado en el centro de la urbe, y presentamos esta solicitud que se adjunta a continuación:**

No. 150 


**SOLICITUD DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA**

Guayaquil, Octubre 17 de 2013

Ingeniera  
Jessica Menéndez C.  
**DIRECTORA REGIONAL DEL LITORAL**  
Presente

Solicito a Usted, disponer a quien corresponda, me proporcione la siguiente información: Copia del número de habitantes y/o viviendas en la ciudad de Guayaquil, cuyas características pertenecen a la clase B, C+ y C-, considerada como "medio", según la muestra de viviendas expuesta en la pág del INEC en el informe de Interpretación del Nivel Socioeconómico.

Atentamente,




Nombre: Mariana Rendón Guevara  
C.C.: 0927057380

Institución Pública ( ) Empresa Privada ( ) Estudiante  Otro ( ) especifique \_\_\_\_\_  
¿Cuál? C. Católica de Guayaquil.

Teléfono: 0969062452-0999304093

Dirección (para envío de la información): Semores II Manz. 233, Villa P.

Correo electrónico: mj.rendon.g@gmail.com

  
instituto nacional de estadística y censos

Semanas más tarde obtuvimos respuesta de José Chungata Peláez, Jefe del Departamento de Estudios Analíticos–Estadísticos, a través de un e-mail donde se adjuntaba, entre otros archivos, cifras que involucraba la muestra de un estudio socioeconómico en la ciudad y determinaba el total de viviendas de clase media en Guayaquil:

----- Mensaje reenviado -----  
De: INEC Jose Chungata <Jose\_Chungata@inec.gob.ec>  
Fecha: 13 de noviembre de 2013, 9:50  
Asunto: Respuesta a solicitud de Narcisca Rendón  
Para: "ni.rendon.g@gmail.com" <ni.rendon.g@gmail.com>

Estimada usuaria

Adjunto envío respuesta a su solicitud.

Saludos Cordiales,

**José W. Chungata Peláez**  
ESTUDIOS ANALÍTICOS ESTADÍSTICOS  
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)  
• Hurtado 1001 y Tungurahua  
• Telf.: (593 4) 2362697 • Ext 104  
[www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)  
Guayaquil – Ecuador



Somos responsables por la protección del Medio Ambiente.  
Antes de imprimir este mail confirme que sea necesario. Gracias

\*Confianza de Confidencialidad: La información contenida en el presente mensaje es confidencial, es de distribución limitada y no puede ser divulgada. El INEC no se responsabiliza por si no y deja expresa constancia que en los registros de la institución consta la información originalmente enviada. Este mensaje es protegido por la Ley de Propiedad Intelectual, Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de datos, reglamentos y acuerdos internacionales relacionados. Si usted no es el destinatario de este mensaje, recomendamos su eliminación inmediata. La distribución o copia de ítem, es la prohibida y será sancionada de acuerdo al Código Penal y demás normas aplicables. La transmisión de información por correo electrónico, no garantiza que la misma sea registrada o esté libre de error, por consiguiente, se recomienda su verificación. Toda solicitud de información registrada de manera oficial al INEC debe ser ingresada por Archivo General y dirigida a la máxima autoridad de la institución, conforme a la Ley y demás normas vigentes.\*

7 archivos adjuntos

The screenshot shows a list of seven email attachments. The first row contains five items: 'Cuestionario Es...', 'Formulario NSE...', 'Glosario.pdf', 'Metodología Niv...', and 'Presentación Ni...'. The second row contains two smaller thumbnails, one of which appears to be a document with a table and the other a document with a bar chart. Each item has a red arrow icon on the left and a document icon on the right.