

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TEMA:

Análisis de contenido de los tabloides guayaquileños sobre noticias
relacionadas con el medio ambiente
Estudio comparativo de diarios: Extra y Súper

AUTOR (ES):

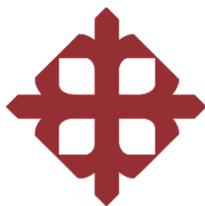
**Romero Romero Carlos
Romero Carvajal Cinthya**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Licenciado en Comunicación y Periodismo**

TUTOR:

Cortez Galecio Cristian Arnulfo, Msc.

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Romero Romero Carlos Eduardo y Romero Carvajal Cinthya Belén**, como requerimiento para la obtención del Título de Licenciado en **Comunicación y Periodismo**.

TUTOR

f. _____
Cortez Galecio Cristian Arnulfo, Msc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Mgs Efraín Alfonso Luna Mejía

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Carlos Eduardo Romero Romero y Cinthya Belén Romero Carvajal**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis de contenido de tabloides guayaquileños sobre noticias relacionadas con el medio ambiente Estudio comparativo de diarios: Extra y Súper, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación y Periodismo**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017

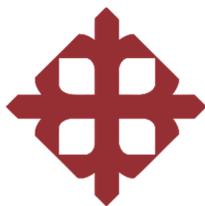
LOS AUTORES

f. _____

Romero Romero Carlos

f. _____

Romero Carvajal Cinthya



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Carlos Eduardo Romero Romero y Cinthya Belén Romero Carvajal**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de contenido de los tabloides guayaquileños sobre noticias relacionadas con el medio ambiente Estudio comparativo de diarios: Extra y Súper**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017

LOS AUTORES

f. _____

Romero Romero Carlos

f. _____

Romero Carvajal Cinthya

Seguro | <https://secure.orkund.com/view/25790005-303400-905565#BcExDoAgEATAV1y9MbcncMJXDJIUhaiikoTT+3ZIXnllp4iEM8wQFMERFdGQYoXIMfo9+9XaMdkrRak5m>

Documento IESIS.180217.docx (D26002933)

Presentado 2017-02-24 11:51 (-05:00)

Presentado por cristian_cortez@yahoo.com

Recibido cristian.cortez.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje Tesis Romero [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 47 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 8 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoria	Enlace/nombre de archivo
	tesisok.pdf
	Proyecto de titulación Sofia Estrada Santos FINAL sin anexos.docx
	Trabajo titulación Katherine Bojia (amillado).doc
	TESIS UCSG SERGIO BASANTES...ANDRES SILVA (FINAL).doc
	https://marcespin.com/2011/09/21/los-formatos-de-periodico-la-sabana-a-frente-a-lab...

Archivo de registro **Urkund: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / tesisok.pdf**

a través de los años se la ha considerado el lenguaje de las clases populares. Son estas mismas clases populares

75%

75%

a través de los años como el lenguaje de las clases populares. De estas mismas clases populares nacieron nuevas palabras que ingeniosamente son utilizadas también por los medios tabloides de turno. Con eso se logró obtener un divertido humor doble sentido que el pueblo guayaquileño aceptó sin problemas. (Carpio, 2013, p. 19) El lenguaje fue primordial para que los diarios tabloides lograsen esa conexión tan clásica con los sectores populares del país. Eso no fue lo único que lo hizo funcionar en Guayaquil. El hecho de que comenzara a darle importancia a los sectores populares, tal y como ocurrió en diferentes países de Latinoamérica, funcionó perfectamente en nuestra ciudad.

La Segunda de Meridiano Este diario con formato tabloide es considerado como el precursor de la prensa sensacionalista en el Ecuador. Sus orígenes se remontan a la década de los 80.

Su historia comenzó con el abogado guayaquileño Ernesto Velásquez Baquerizo, quien en primera instancia privilegiaba los temas de análisis político y actualidad. En ese momento se utilizó el blanco y negro, incluso competía en el mercado nacional con El Universo y El Telégrafo.

Pero todo cambiaría cuando

a mediados de la misma década, sus directivos decidieran competir con los tabloides vespertinos Extra y La Razón, poniendo en circulación desde las 15:00 La Segunda de Meridiano, un diario de crónica roja que se caracterizó por títulos vulgares y eróticas fuertes. "Pocos años después, abateció

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a nuestro tutor, Cristian Cortéz Galecio, que fue parte clave para acabar este documento.
A nuestras familias por habernos apoyado incondicionalmente.

Romero Romero Carlos

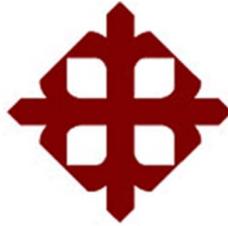
Romero Carvajal Cinthya

DEDICATORIA

A la familia por habernos apoyado incondicionalmente
A los colegas que nos acompañaron en esta etapa

Romero Romero Carlos

Romero Carvajal Cinthya



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Cortez Galecio Cristian Arnulfo, MSc.

TUTOR

f. _____

Mgs Efraín Alfonso Luna Mejía

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

DELEGADO

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE GENERAL

1. CAPITULO INTRODUCTORIO	17
1.1. Introducción /Descripción/Metodología	17
1.2. Problema o hecho científico	19
1.3. Formulación Del Problema De Investigación	19
1.4. Justificación De La Investigación	19
1.5. Premisa	20
1.6. Objetivo General	20
1.7. Objetivos Específicos	21
1.8. Cobertura y Localización.-	21
1.9. Actividades y Tareas.-	21
1.10. Resultados esperados	22
1.11. Coordenadas metodológicas	22
2. CAPÍTULO TEÓRICO	24
2.1. Teorías del periodismo.	24
2.1.1. Teoría de aguja hipodérmica	25
2.1.2. La Agenda Setting	26
2.1.3. Escuela de Frankfurt y la Teoría crítica	28
2.1.4. Aportes teóricos latinoamericanos contemporáneos. Néstor García Canclini y Teoría del consumo)	28
2.2. Periodismo especializado. Periodismo ambiental.	29
2.2.1. Periodismo ambiental.	29
2.3. Formatos de diarios y periódicos.	31
2.3.1. Los tabloides como fuente de información	32

2.3.2. Tabloides y criterios de noticiabilidad.	33
2.3.3. Sensacionalismo y el amarillismo	35
2.3.4. El amarillismo en América Latina	35
2.4. MARCO REFERENCIAL	37
2.4.1. Historia de los tabloides en el periodismo mundial	37
2.4.2. Tabloides en Latinoamérica.	38
2.4.3. El tabloide en Venezuela	38
2.4.4. Diarios “Chicha” del Perú.	39
2.4.5. Los Tabloides en Ecuador.	40
2.4.5.1. La Segunda de Meridiano	41
2.4.5.2. PP El Verdadero	41
2.4.5.3. Diario Extra	42
2.4.5.4. Diario Súper	43
2.4.6. Breve recorrido por el periodismo ambiental a nivel mundial	43
2.4.6.1. El periodismo ambiental en Ecuador	44
2.4.6.2. Yo soy el estero	44
2.4.6.3. Siembratón	45
2.4.6.4. Programa ‘PNGIDS’ Ecuador	45
2.4.6.5. Planes y legislaciones	46
2.5. MARCO LEGAL	47
2.5.1. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, AÑO 2008	47
2.5.2. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013	47
2.5.3. LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, 2004	48
2.6. CONCLUSIONES PARCIALES.	48
3. METODOLOGÍA	49

3.1. Enfoque metodológico	49
3.2. Diseño de investigación	49
3.2.1. Tipo de muestra	49
3.3. Técnicas de investigación ejecutadas para la recopilación de información	50
3.3.1. La entrevista a profundidad	50
3.3.2. Análisis de contenidos	51
3.3.2.1. Extensión de la nota informativa.	52
3.3.2.2. Sobre las fuentes utilizadas	53
3.3.2.3. Géneros periodísticos	53
3.3.2.4. Noticias en titulares	54
3.3.2.5. Según los criterios de noticiabilidad	55
3.3.2.6. Fotos e infografías	55
3.4. Recolección de datos cuantitativos	56
3.4.1. Tabla de contenidos	56
4. ANALISIS DE RESULTADOS	60
4.1. Análisis de contenido	60
4.1.1. Diario Súper	60
4.1.1.1. Noticias ambientales en titulares	60
4.1.1.2. Fuentes utilizadas	62
4.1.1.3. Género periodístico	63
4.1.1.4. Noticias ambientales en titulares	64
4.1.1.5. Fotos e infografías	66
4.1.2. Diario Extra	67
4.1.2.1. Extensión de la nota informativa	68

4.1.2.2. Fuentes utilizadas	69
4.1.2.3. Géneros periodísticos	71
4.1.2.4. Noticias en titulares	72
4.1.2.5. Fotos e infografías	74
4.2. Criterios de noticiabilidad	75
4.2.1. Nivel Jerárquico	75
4.2.2. Frecuencia	75
4.2.3. Cantidad de personas implicadas	76
4.2.4. Proyección y consecuencias	76
4.2.5. Novedad	76
4.2.6. Actualidad	77
4.2.7. Relevancia	77
4.2.8. Conflicto	77
4.2.9. Proximidad geográfica	78
4.3. Porcentaje de noticias ambientales	79
4.4. Análisis bibliográfico	81
4.5. Entrevistas a profundidad	82
4.6. Triangulación de técnicas y datos	85
5. PROPUESTA	86
5.1. Manual de estilo sobre temas ambientales en prensa escrita, específicamente tabloides.	86
5.2. Manual de Estilo general para diarios tabloides Extra y Súper	86
5.2.1. Estructura de la noticia ambiental en medios tabloides	87
5.2.2. Principios del Periodismo	88
5.2.3. Reglas de la estructura de las noticias	88

6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	88
6.1.	Conclusiones	88
6.2.	Recomendaciones	89
7.	BIBLIOGRAFÍA	89
8.	ANEXOS	93

Tablas

Tabla 1	Valores – Noticia	35
Tabla 2	Tamaño de la muestra	50
Tabla 3	Categorías de análisis de contenido	51
Tabla 4	Tabla de contenidos	56
Tabla 5	Extensión de la nota informativa (Súper)	60
Tabla 6	Fuentes utilizadas (Súper)	62
Tabla 7	Género periodístico (Súper)	63
Tabla 8	Noticias en titulares (Súper)	65
Tabla 9	Fotos e infografías (Súper)	66
Tabla 10	Extensión de la nota informativa (Extra)	68
Tabla 11	Fuentes utilizadas (Extra)	69
Tabla 12	Género periodístico (Extra)	71
Tabla 13	Noticias en titulares (Extra)	72
Tabla 14	Fotos e infografías (Extra)	74
Tabla 15	Número de noticias totales por diario	79
Tabla 16	Número de noticias por mes	79
Tabla 17	Número de noticias ambientales por mes	79
Tabla 18	Análisis bibliográfico	81

Tabla 19	Entrevistas a profundidad	82
Tabla 20	Triangulación de datos	85

Figuras

Figura 1	Noticias por extensión de nota informativa (Súper)	61
Figura 2	Noticias por fuentes utilizadas (Súper)	62
Figura 3	Noticias por género periodístico (Súper)	64
Figura 4	Noticias por presencia en titulares (Súper)	65
Figura 5	Noticias por cantidad de fotos e infografías (Súper)	67
Figura 6	Noticias por extensión de nota informativa (Súper)	68
Figura 7	Noticias por fuentes utilizadas (Súper)	70
Figura 8	Noticias por género periodístico (Súper)	71
Figura 9	Noticias por presencia en titulares (Súper)	73
Figura 10	Noticias por cantidad de fotos e infografías (Súper)	74
Figura 11	Porcentaje de noticias ambientales conseguido en la muestra (Súper)	80
Figura 12	Porcentaje de noticias ambientales conseguido en la muestra (Extra)	80

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en la relación entre la prensa escrita y el periodismo ambiental, específicamente en la forma en que se abordan los temas relacionados con el medio ambiente en los tabloides más vendidos de Ecuador: Extra y Súper. Ambos diarios representan la propuesta popular de dos grandes emporios de la prensa escrita ecuatoriana: Grupo Martínez Marchan y El Grupo Pérez, que tienen a su haber Expreso y El Universo, respectivamente, ambos con sede en la ciudad de Guayaquil. Si bien, algunos de los diarios serios y de formato sábana grande, han incluido en sus noticias el enfoque ambiental, otros, han creado secciones para cumplir este objetivo, esto no sucede adecuadamente en el formato tabloide, cuyas características de brevedad, sensacionalismo y amarillismo banalizan el enfoque ambiental.

Se parte de la definición de formato tabloide y su contenido, estética y aportes al periodismo escrito, para luego, enfocarse específicamente en la forma en que presentan las noticias ambientales o si dicho enfoque ambiental, está presente transversalmente en las noticias.

Pese a ser una investigación evidentemente cualitativa, se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos para analizar los contenidos de la muestra, como fueron: análisis bibliográfico, entrevistas a profundidad a expertos y especialistas, análisis de contenido y triangulación. Finalmente se contextualizó la realidad actual con la preparación que las universidades de la ciudad que forman a los futuros periodistas, para determinar si esa formación está acorde con la necesidad de conciencia ambiental del nuevo milenio.

Palabras clave: Periodismo ambiental, tabloides, análisis de contenido, amarillismo, sensacionalismo.

1. CAPITULO INTRODUCTORIO

1.1. Introducción /Descripción/Metodología

“La cumbre de La Tierra” es el nombre de la conferencia sobre medio ambiente, a la cual asisten todos los mandatarios del mundo desde 1972. La última cumbre se desarrolló el 20 de junio del 2012 en Río de Janeiro y en ella se trataron temas como la construcción de una economía ecológica para lograr el desarrollo sostenible, erradicar la pobreza, y cómo mejorar la coordinación internacional para el desarrollo sostenible. Sin embargo, en esta jornada del 2012 se estuvo muy lejos de lograr algún acuerdo o avance trascendente para la problemática ambiental, ni tampoco su relación con la comunicación. La cumbre fue tan criticada que organizaciones ecologistas y ambientales la calificaron como "decepcionante" o como un "fracaso colosal". En otros colectivos se le denominó: "Una madrugada de negociaciones para que los diplomáticos acaben decepcionando al mundo".

El medio ambiente se encuentra en un punto sensible y aunque varios sectores sociales siguen tomando medidas para frenar el problema, la baja consideración del ciudadano común y la limitada eficiencia de las políticas de estado, siguen colocando al planeta en último lugar.

En la actualidad, tomando en cuenta los diversos fenómenos naturales, como el nivel medio del mar que se incrementó 0,19 metros entre 1901 y 2010; la reducción de los glaciares, y por supuesto, el incremento promedio de la temperatura global. Han hecho que el tema ambiental se convierta en prioridad. La sociedad está siendo afectada por todos estos fenómenos, sin embargo, los medios de comunicación no priorizan los temas ambientales en sus agendas diarias, tampoco el enfoque ambiental está presente de manera eficaz en las noticias que sí tratan algún tema ambiental. Por esta razón, tener información veraz, contrastada, y oportuna con respecto a estos temas, es de vital importancia para el desarrollo de una sociedad consciente de las necesidades medioambientales. Todo lo descrito se agrava con la falta de conciencia ambiental

intrínseca en los seres humanos.

Lejos de los medios de comunicación, varias políticas fueron creadas para frenar los problemas climáticos a lo largo de las décadas. El Protocolo de Montreal en 1985, que tuvo el objetivo de controlar sustancias químicas dañinas para la capa de ozono. Existen otras medidas más radicales el Tratado de Prohibición Completa de los Ensayos Nucleares, firmado en 1996, que aunque no fue firmado por todos los países, sí significó un avance en la lucha por el medio ambiente, lucha a medias.

Latinoamérica es un continente con varios países caracterizados por su biodiversidad y su riqueza natural y Ecuador se ha destacado en este aspecto. Durante la última década se han llevado a cabo proyectos turísticos de origen gubernamental para impulsar el enfoque ambiental entre el público. Con este antecedente, la preservación del medio ambiente en el Ecuador, como en el resto del mundo, no solo tiene un origen ético, sino económico y social. Debido a esto se debe fomentar la cultura ambiental y la forma más viable es hacerlo desde los medios de comunicación.

En el presente trabajo se hará un análisis de contenido de los diarios Súper, y Extra de la ciudad de Guayaquil. Tabloides que han sido elegidos por su alto tiraje y alcance entre los lectores y la peculiaridad del abordaje de las noticias. En el caso del diario Súper existe un tiraje de alrededor de 25 000 ejemplares al día, mientras que el Extra se impone con unos impresionantes más de 100 000 ejemplares por día, llegando a 125 000 los fines de semana. El presente trabajo buscaría demostrar la presencia de temas ambientales en los mencionados diarios y si estas noticias son tratadas de manera adecuada, la cobertura que se da a las mismas, el estilo al que recurren dependiendo de la sección, género y lector objetivo al que van dirigidas dichas noticias.

Para lograr esto se considerarán las características claves de un diario tabloide, mismas que están relacionadas directamente con el sensacionalismo que puede generarse con cierto tipo de información. También se verificará la manera en que otras características como el tamaño del papel, los colores llamativos y los titulares escandalosos juegan han conseguido ser parte intrínseca de este tipo de medios y por tanto generan un impacto total en el tratamiento de las noticias ambientales. La selección de los diarios tabloides se justifica en las diferencias que tiene con los diarios tradicionales en formato sábana, como el Universo, el Telégrafo, etc. Estos medios de alguna y otra forma cuentan con

una sección dedicada al medio ambiente, su línea editorial es más seria y menos sensacionalista, por lo cual las noticias ambientales tienen menores dificultades para conseguir un espacio. En el caso de los diarios tabloides se esperan noticias de otro estilo, por lo cual se revisará cómo ese estilo puede afectar a la información que investigamos en este caso, que es la ambiental.

1.2. Problema o hecho científico

Poca relevancia sobre temas relacionados con el medio ambiente que se da en la prensa escrita, es más crítica en los tabloides, cuya redacción y estilo demuestra un casi nulo interés en tratar información relevante para el medio ambiente, o incluir el enfoque ambiental transversalmente dentro de sus noticias diarias. La ausencia de estos temas, o el equivocado tratamiento de los mismos, no permiten priorizar sucesos de gran impacto para el medio ambiente local y global.

1.3. Formulación Del Problema De Investigación

¿Cómo incide el formato tabloide en el tratamiento y presentación de noticias ambientales en los diarios Extra y Súper de la ciudad de Guayaquil?

1.4. Justificación De La Investigación

Este tema fue escogido por la consideración que merece el medio ambiente, en especial en un país como Ecuador, que es caracterizado por su biodiversidad y riqueza natural. Es importante realizar más contenido que impulse la protección del medio ambiente y la generación de una conciencia ambiental en una ciudadanía que ve tan lejanos los estragos medioambientales.

Los medios tabloides en Guayaquil tienen un consumo considerable, por lo cual son un medio importante para la difusión de contenido relevante para el bienestar del medio

ambiente. Se seleccionó a los dos tabloides que son más consumidos en la ciudad, descartando a los diarios tradicionales ya que el objetivo de la investigación es analizar a fondo la manera en que estos medios pueden tratar una noticia y cómo eso afecta a las noticias ambientales, es decir, cómo son tratadas en un medio que no cuenta con una sección de medio ambiente.

Si bien, parte de la información sobre medio ambiente es fácil de abordar en el internet, no todos los ecuatorianos tienen acceso a las redes y todavía se informan a través de medios tradicionales, y lo que ocurre diariamente y perjudica al medio ambiente no es cubierto de manera efectiva, por ser considerado de bajo interés noticioso, lo cual demuestra un tratamiento ineficiente de las noticias ambientales y una ausencia total de enfoque ambiental, de los medios de comunicación.

1.5. Premisa

Las características periodísticas del formato tabloide dan como resultado un inadecuado tratamiento de las noticias relacionadas con el medio ambiente en la ciudad de Guayaquil.

1.6. Objetivo General

Relacionar el contenido sobre medio ambiente y su tratamiento con las características propias de los medios escritos tabloides (Extra y Súper de Guayaquil) para exponer su tratamiento, durante el mes de noviembre de 2016.

1.7. Objetivos Específicos

- Identificar y analizar noticias ambientales que son tratadas en la agenda de los diarios Extra y Súper, durante el mes de noviembre de 2016.
- Determinar la cantidad de noticias ambientales presentes en los diarios establecidos, y revelar el porcentaje que representan con relación a la cantidad de noticias del diario.
- Determinar los motivos por los cuales las noticias ambientales ocupan determinado espacio en la agenda de los medios tabloides.
- Detectar la existencia de noticias relacionadas con el medio ambiente que se presenten transversalmente dentro de otras secciones del diario, ajenas a una sección ambiental, en los tabloides consultados.
- Crear un manual de estilo especializado para el tratamiento de noticias ambientales para prensa escrita, específicamente para diarios tabloides.

1.8. Cobertura y Localización

Medios de comunicación escritos de Guayaquil: Diarios Súper y Extra.

1.9. Actividades y Tareas

Análisis de contenido de las noticias ambientales generadas por los diarios Extra y Súper que hayan sido producidas durante las 28 emisiones entre el mes de noviembre y diciembre de 2016, el cual corresponde a la muestra.

Entrevistas a profundidad a expertos: Periodistas de trayectoria, altamente relacionados con los diarios tabloides; Máximo García Pinargote Ex director de diario PP El verdadero, Eduardo Cedeño Pérez, director-fundador de diario Súper y al Lic. Juan Manuel Yépez, Editor de diario Extra.

Entrevistas a profundidad a Especialistas: Profesores relacionados con materias

de periodismo ambiental en Guayaquil. Paola Ulloa, Espol; Cecilia Herbas, UCSG.

1.10. Resultados esperados

Demostrar el tratamiento de las noticias ambientales dentro de la agenda de los medios impresos, específicamente los tabloides Súper y Extra, de la ciudad de Guayaquil.

Determinar que las noticias que podrían estar relacionadas con el medio ambiente, son enfocadas desde ángulos diferentes, sin tratar a profundidad la temática ambiental.

Desarrollar un formato de noticia ambiental idóneo para medios tabloides en Guayaquil, a través de un manual de estilo para noticias ambientales.

1.11. Coordenadas metodológicas

Metodología cualitativa, con soporte de herramientas cualitativas y cuantitativas. Como técnicas: análisis bibliográfico, entrevistas a profundidad a expertos y especialistas, análisis de contenido y triangulación.

El proceso de investigación incluye un exhaustivo trabajo de análisis de contenidos, específicamente de información relacionada con el medio ambiente.

La codificación es el medio por el cual se desarrolla el análisis de contenido. Se trata de convertir las características relevantes de un mensaje para transformarlas en unidades que puedan ser descritas y analizadas precisamente. (Sampieri, 2006, P. 357).

Este proceso se subdivide en varias partes que unidas funcionan en el proceso analítico de manera efectiva.

El primer elemento que debe estar claro desde el principio es el universo. Este puede tener cientos de formas según el caso necesario, sin embargo siempre está compuesto por el tamaño total de la muestra a analizar (Sampieri, 2006, P. 357).

La otra parte del análisis se denomina unidad de análisis o registro, que no es más que un segmento más pequeño que contenga algún elemento de lo que nos interese analizar. Para su mayor comprensión se divide en:

La palabra: Esta es la unidad más pequeña de análisis, y normalmente se la utiliza para determinar el número de veces que se menciona algo en particular.

El tema: Está definido como un enunciado respecto a algo. Su generalidad puede variar según el asunto en cuestión y de acuerdo a eso pueden ocupar menos o más palabras para ser mencionados.

El ítem: Es un pequeño conjunto que engloba al material simbólico total. Por ejemplo puede ser una canción, un libro, un editorial, etc. Equivale a una pequeña suma de las partes que consiguen significación propia al estar juntas.

El personaje: Es definido como un personaje, ya sea histórico, ficticio, etc.

Medidas de espacio – tiempo: Son conocidas como la duración de la unidad en cuestión. Se adapta según el medio en el que se encuentre. Por ejemplo una línea es una medida de tiempo al tratar unidades escritas, un minuto en unidades orales como entrevistas, etc.

Es necesario tomar en cuenta en todo momento que todo análisis nace desde el criterio propio en gran medida, por dicha razón es necesario mantener una postura profesional con respecto al tema. Fernando Noguero nos facilita recomendaciones al respecto:

El investigador como instrumento de medida: los datos son filtrados por el criterio del investigador, de esta forma es evidente que los datos que se extraigan desde este paradigma serán subjetivos. Para evitar este peligro, el investigador debe adiestrarse en una disciplina personal, adoptando una «subjetividad disciplinada», que requiere: autoconciencia, examen riguroso, reflexión continua y «análisis recursivo». De igual forma, se puede emprender el uso sistemático del criticismo externo y la ayuda de críticos. (Noguero, 2002, p.169)

El enfoque de la investigación puede ser cuantitativo y cualitativo. En nuestro caso se trabaja con ambos así que se vuelve necesaria la comprensión de ambos tratamientos:

En el caso del enfoque cuantitativo las preguntas de investigación deben trabajar sobre cuestiones específicas de manera concreta y clara, sin ambigüedades. Esta medición es el fundamento principal para la recolección de datos. Dicho procedimiento se realiza con la ayuda de procedimientos estandarizados y aprobados por la comunidad científica. Las mediciones deben ser representadas por valores numéricos y procesadas por métodos estadísticos (Sampieri, 2006, p. 5).

La objetividad es la característica fundamental de la investigación cuantitativa y por ende los números no deben ser afectados por la subjetividad del autor del trabajo en cuestión.

Por otro lado, nuestra investigación también debe analizar los contenidos de la muestra desde un enfoque cualitativo y para hacerlo es necesario comprender lo que implica este apartado, en el cual los procesos no son tan estandarizados como lo eran en el enfoque cuantitativo.

El enfoque cualitativo se caracteriza por alejarse de las estadísticas y basarse en los testimonios de los participantes y sus puntos de vista. Con esta información se trata de una forma más flexible y adaptable según las necesidades del proyecto. Todo lo recolectado anteriormente se usa para conseguir una perspectiva interpretativa de los hechos para entender el significado de los mismos, es decir, reconstruir una realidad (Sampieri, 2006, p. 9).

2. CAPÍTULO TEÓRICO

En este capítulo se abordan las teorías del periodismo y medios masivos que tengan relación con el tema a investigar. Se plantean las consideraciones que las audiencias tienen con la información revelada por los medios, mismas que fueron definidas por los distintos teóricos en diferentes contextos históricos.

2.1. Teorías del periodismo.

Como punto de partida del presente recorrido teórico se empezará con los Funcionalistas del siglo XX, los mismos que brindan el soporte teórico de donde se cimentó la ciencia de la Comunicación. Teorías aparentemente básicas pero que tienden un puente para ahondar en otras relacionadas con el amarillismo y sensacionalismo, que son algunas de las características este tipo de diarios.

El objetivo de este capítulo es sustentar teóricamente la manera en que la información presentada en este tipo de prensa escrita afecta a la ciudadanía, además de comprender la relevancia que estas manifestaciones noticiosas tienen en el diario vivir de la población.

Finalmente se abordarán a los autores contemporáneos, latinoamericanos, que han brindado su aporte a la Comunicación, en la actualidad.

2.1.1. Teoría de aguja hipodérmica

Comenzó a desarrollarse alrededor de 1930, el estadounidense Harold Lasswell fue uno de los promotores principales. Esta teoría fue sustentada en una época en la que se creía en los enormes y casi ilimitados efectos que podía tener la prensa sobre el público.

Esta teoría fue desarrollada durante los grandes conflictos bélicos, cuyos ideales fueron reproducidos altamente por los medios de comunicación de la época. Bajo ese antecedente, la comunicación fue colocada como un arma poderosa para los ideales de cualquier nación. Su capacidad de persuadir llamó la atención de los estudiosos del momento.

“La idea que engloba el sentido de la teoría de la Aguja Hipodérmica desarrollada por Harold Laswell es que los mensajes de los medios son recibidos de manera uniforme por todo miembro del público”. (Murgueytio, 2011, p. 14)

La naturaleza humana que responde a esos mensajes sería concebida como básica y manipulable, por lo cual el afectado por los procesos comunicativos no tendría control sobre sus efectos, al menos a grandes rasgos.

“Los estímulos son considerados como destinos que despertaban reacciones interiores, emociones, pensamientos y acciones sobre las cuales el individuo tenía escaso control voluntario, así se puede entender la visión biológica y psicológica de estos efectos en el ser humano” (Murgueytio, 2011, p. 14).

Un caso, que ahora se llamaría experimento social, favoreció directamente a esta teoría, se trata de la conocida transmisión radial La Guerra de los mundos, adaptación de Orson Wells que provocó el pánico en miles de norteamericanos la noche del 30 de octubre de 1938; hecho que se replicó en Quito, a través de la radio Quito “La voz de la capital”, el 12 de febrero de 1949. Cabe recordar que Radio Quito fue una de las radios más reconocidas a nivel nacional en la década de los 50. Popular por su elenco de radioteatro, sus dramatizados, además de sus programas noticiosos, sería uno de los medios

afectados tras los sucesos por la reacción popular a “la broma” de 1949 (Transmisión de La Guerra de los mundos). Sin embargo volvió a sus actividades en 1951 continuando hasta la actualidad, como una de los referentes radiales del Ecuador. Hecho que demuestra el efecto de los medios sobre la población.

2.1.2. La Agenda Setting

Durante décadas la teoría de la Agenda Setting fue una de las más trascendentales dentro del análisis de los medios de comunicación. Esta teoría analiza la trascendencia que la agenda de los medios en la opinión pública de las masas, y fue desarrollada en los años 70 por Maxwell McCombs y Donald Shaw. Esta teoría se aleja de la obsoleta idea del casi ilimitado poder de los medios, pero mantiene ciertas similitudes

Según esta teoría los medios de comunicación no deciden específicamente cuáles serán los pensamientos del público. Sin embargo, al momento de decidir qué temas son los elegidos para ser publicados, crean interés dentro de la audiencia, es decir logran decidir qué estará en la opinión pública. A la suma de estos contenidos se le denomina: agenda (Rodríguez, 2004, p.15).

Los medios consiguen influenciar en los ciudadanos, pero no tan directamente como ocurriría con la aguja hipodérmica. Según la Agenda Setting, la agenda periodística determinaría hasta cierto punto la agenda de los ciudadanos.

Las personas aprenden a priorizar y dar mayor relevancia a ciertos temas. No solo reciben información de los medios sino que basan sus prioridades en la información que ven en las noticias (Rodríguez, 2004, p.15).

Dentro del análisis realizado en la teoría de la Agenda Setting, existen varios elementos a considerar: Los Temas, La Relevancia y los temas familiares y desconocidos. Los temas son aquellos elementos básicos que son elegidos por los medios para ser cubiertos.

“El término Issue o subject traducido como tema o temas que forman parte de la agenda se refiere a un asunto general, o por decirlo de alguna manera, serían los acontecimientos “de siempre” que más preocupan a la sociedad” (Donald Shaw, citado por Rodríguez

Díaz, 2004, p.29).

La relevancia es aquella valoración que los medios realizan sobre los temas seleccionados. Es decir “No todos los temas tienen la misma importancia ni tampoco a todos se les da el mismo tipo de relevancia. La distinción entre los temas de la agenda viene dada por el *salience* o relevancia” (Rodríguez, 2004, p. 31).

El público llega al punto de identificarse con los temas tratados en los medios y darles importancia según los temas son tratados por los periodistas. “Las personas aprenden sobre la importancia relativa que tienen los temas en la sociedad a través de la cobertura informativa que se les da en los medios de comunicación” (Wanta, citado por Rodríguez Díaz, 2004, p. 31).

La cantidad de veces que un tema es tratado periodísticamente lo vuelve más común dentro de la esfera pública, y por lo contrario, un tema mucho menos tratado, ignorado, o incluso rechazado, logrará el efecto contrario en el público. Es decir, un tema que no sea tratado por los medios tiende a ser más ignorado por la sociedad.

Los últimos elementos de la teoría de la Agenda Setting, son los temas familiares o cercanos y los temas desconocidos o lejanos. Estos apartados están directamente relacionados con el nivel de proximidad que representen los temas para los receptores, no solamente a nivel geográfico sino a nivel empático, o sea de qué manera una audiencia se vincula con el tema en cuestión (Rodríguez, 2004, p. 32).

El grado de cercanía que la persona tenga con el hecho noticioso es determinante para formar su criterio con respecto al tema. Según ese grado de empatía que tenga con la noticia el ciudadano reacciona de una forma u otra. “Esta familiaridad con el tema hace que el público sea mucho más crítico y menos influenciado por los medios de comunicación; su experiencia personal le otorga una posición privilegiada o de ventaja” (Rodríguez, 2004, p. 32).

La teoría de la agenda Setting supone influencia directa dentro de la sociedad, sin embargo es mucho menos extremista que la de la aguja hipodérmica.

2.1.3. Escuela de Frankfurt y la Teoría crítica

La escuela de Frankfurt es una de las grandes promotoras del análisis de teorías de la comunicación y surgió en 1923 por una búsqueda de desarrollar una reflexión mundial sobre la sociedad burguesa capitalista, y sobre los procesos que la consolidan (Villacrés, 2004, p. 24).

Una de sus mayores aportaciones fue la teoría crítica, que defiende la relevancia de los filtros que interfieren en el proceso de recepción del público al momento de recibir un mensaje. “Por ello, entiende que el conocimiento no es una simple reproducción conceptual de los datos objetivos de la realidad, sino su auténtica formación y constitución” (Osorio, 2007, p. 105).

Los elementos que interfieren en el proceso de comunicación son la parte vital de la teoría crítica, misma que “insiste en un conocimiento que está mediado tanto por la experiencia, por las praxis concretas de una época, como por los intereses teóricos y extrateóricos que se mueven dentro de ellas” (Osorio, 2007, p. 105).

La teoría crítica ha evolucionado con el pasar de las décadas desde su creación y tras la intervención de un sinnúmero de teóricos aliados a la escuela de Frankfurt.

2.1.4. Aportes teóricos latinoamericanos contemporáneos. (Néstor García Canclini y Teoría del consumo)

La teoría del consumo del Argentino-Mexicano Néstor García Canclini comprende al consumo desde la perspectiva económica, quitando los límites del proceso económico, por lo cual logra considerar al consumo “como un momento del ciclo de producción y reproducción social: es el lugar en el que se completa el proceso iniciado al generar productos, donde se realiza la expansión del capital y se reproduce la fuerza de trabajo” (García, 1995 p. 43).

Con esta definición se comprende que el consumo no depende específicamente de los gustos individuales de los consumidores, sino de los que están más arriba, es decir los que manejan los grandes capitales.

El sistema económico busca aumentar las ganancias incrementando la fuerza de trabajo. Para este objetivo proveen comida, vivienda, traslado a las masas. (García, 1995 p. 43).

Esta teoría sostiene que el consumo en su ejecución se basa en un intercambio de ideas entre productor y consumidor. “Si alguna vez fue territorio de decisiones más o menos unilaterales, hoy es un espacio de interacción, donde los productores y emisores no sólo deben seducir a los destinatarios sino justificarse racionalmente” (García, 1995, p. 44).

Todo esto revela similitudes con lo que sucede en el sector de la comunicación, específicamente con la visión de la teoría de la Agenda Setting, en la que grupos que definen las nuevas actitudes que tendrá el público, quienes en este caso serían consumidores.

2.2. Periodismo especializado. Periodismo ambiental.

2.2.1. Periodismo ambiental.

El periodismo es la profesión encargada de la recopilación, procesamiento y difusión de información relevante para el público en general. Bajo esta premisa, la persona que ejerce esta labor asume la responsabilidad de definir qué es de interés para el público al que va dirigido. La objetividad siempre ha sido uno de los grandes inconvenientes para los que ejercen esta profesión. El sentido común de los comunicadores es una herramienta vital para el funcionamiento de este sistema comunicacional, es decir:

“El sentido común tiene un papel crucial en el establecimiento del contenido de una noticia, ya que el contenido de una noticia es una multitud de hechos, y el sentido común puede determinar si una pieza de información puede aceptarse como hecho o no” (Tuchman, 1999, p.13).

A pesar del tiempo en que ha existido la profesión, el periodismo sigue sufriendo los mismos inconvenientes que hace décadas. Entre otros están el trabajo parcializado, la superficialidad del tratamiento, la irresponsabilidad en el uso de la información, etc.

Estos inconvenientes son parte intrínseca del periodismo en cualquier rama, pero muchos de ellos se acrecientan en ramas más específicas que reciben menos atención que las especialidades más clásicas de periodismo, como el económico, político, etc.

El periodismo ambiental, a grandes rasgos, puede sufrir de los mismos inconvenientes al ser ejecutado en un medio de comunicación. Su trabajo está enfocado a tratar temas relacionados con el medio ambiente es decir: La degradación del medio ambiente y todo aquello que tenga que ver con la naturaleza en general son su mayor prioridad (Fernández Sánchez, citado por Sonia Parrat, 1995, P. 6).

Esta rama del periodismo cubre uno de los sectores más importantes para el desarrollo y preservación de la humanidad. Sin embargo, suelen ocurrir equivocaciones al momento de definir qué áreas debe cubrir. Joaquín Fernández, define de manera más específica aquello que le corresponde cubrir al periodismo ambiental:

Entre los más destacado están los residuos de cualquier tipo, todo aquello relacionado con el agua, los bosques y aquello que tenga que ver con la conservación o protección de la naturaleza, los mares, la contaminación radiactiva de los mares y las costas, el suelo, el transporte, la atmósfera, los problemas urbanos, la agricultura, las nuevas tecnologías, las organizaciones ecologistas. Desarrollo sostenible y otros conceptos básicos del pensamiento ecológico, turismo, seguimiento de los estudios de impacto ambiental, problemas de población, entre muchas otras. (Fernández Sánchez, citado por Sonia Parrat Fernández, 1995: 18-19)

El cambio climático es uno de los apartados más importantes del periodismo ambiental. Tras la evidencia puesta sobre la mesa, las nuevas necesidades del planeta merecen ser cubiertos obligatoriamente por las nuevas generaciones de comunicadores:

El cambio climático es un fenómeno inequívoco atribuido al impacto del ser humano. Los medios de comunicación han de informar sobre él, sobre un el grado de amenaza que supone y sobre la necesidad urgente de actuar. Entendida la comunicación como un servicio público, el periodismo debe asumir el reto de comunicar los impactos ya inevitables y las políticas de respuesta precisas para minimizar dichos impactos y adaptarse a ellos, a través de una información de calidad. (Fernández, 2014, p. 23)

Como con todo apartado noticioso, a los periodistas les corresponde tratarlo con la seriedad necesaria, llevando consigo una responsabilidad social enorme en la constante búsqueda para mejorar las opciones del a humanidad ante los problemas del cambio climático.

La población siempre será influenciada en poca o gran medida por los medios de comunicación por lo tanto la participación de los mismos es vital si queremos que exista una conciencia ambiental a futuro. “Es preciso que los medios de comunicación encuentren la manera de despertar el interés público sobre el cambio climático y ofrezcan información que resulte comprensible para el ciudadano medio” (Fernández, 2013, p. 24).

A pesar de los grandes esfuerzos de la humanidad por combatir el cambio climático, si no se cuenta con la colaboración de los miembros del quinto poder, esta misión será sumamente difícil de realizar.

2.3. Formatos de diarios y periódicos.

Los formatos de los periódicos impresos varían según el tipo de información que el propio medio quiera transmitir. Los diarios cumplen con características y tamaños específicos, a los cuales se les asigna un nombre de acuerdo a su tipo. Entre ellos está el formato de sábana grande, berliner o berlinés, tabloide y compacto o bolsillo.

Sábana o estándar, es el formato clásico para los periódicos de información general. Suele tener 50 o más centímetros de largo. Su periodicidad es diaria.

Berliner o medio, es un formato ligeramente más compacto, de 45 a 49 centímetros de largo, y es propio de los países del centro y este de Europa.

Tabloide, fue el formato utilizado por la prensa amarilla desde sus inicios. También se utiliza en diarios europeos actualmente. Es más pequeño que el Berliner, específicamente de 37 a 44 centímetros de largo.

Bolsillo o cuarto, son formatos de menos de 36 centímetros. Lo fueron ABC o Sport, que han pasado, actualmente, al formato tabloide, por comodidad y rentabilidad.

Sin embargo los formatos más comunes y duraderos son el de sábana grande y el tabloide. Aunque tienen diferencias claras de contenido, tipografía y color, su más grande diferencia física es el tamaño de página que tiene cada uno. El formato sábana cuenta con unos 60 cm de alto por 35 cm de ancho, mientras que el tabloide funciona con ancho menor a 30 cm, sin pasar normalmente de los 40 cm de alto. (Marc Espín, 2011).

El formato "sábana" es el más común y reconocido hasta el momento. Sus características lo suelen posicionar como un formato de prestigio. Por otro lado los tabloides siempre se han visto reconocidos por el amarillismo y siempre han sido encasillados en la idea de que son medios de segundo nivel ya que su relación con los diarios sensacionalistas o de prensa rosa ha sido constante, llegando incluso a desarrollar un sentido peyorativo. Eso contrasta fuertemente con la idea de seriedad que transmiten los diarios de formato sábana. (Espín, 2011).

Sin embargo en las últimas décadas, el formato tabloide ha obtenido mayor popularidad, ya sea por comodidad, ahorro, o por la presencia del periodismo digital que creó una necesidad de información simplificada y ágil. De cualquier forma, está más que claro que el formato sábana ha perdido y sigue perdiendo terreno frente a los formatos más compactos como el tabloide o el Berlinés. (Espín, 2011).

Los diarios también son clasificados según su periodicidad. Esta puede ser dividida en dos grandes clases:

- Diario: Son la mayoría de los periódicos conocidos, algunos boletines informativos, etc.
- No diarios: Pueden ser repartidos en diferentes periodos. Pueden ser semanales, quincenales, mensuales, bimensuales, trimestrales, semestrales, anuales, etc. Al alejarse de la periodicidad diaria, tienden a obviar información poco relevante y tratan temas más amplios de manera más profunda.

2.3.1. Los tabloides como fuente de información

La Real Academia de la Lengua define "tabloide" como "un tipo de periódico con dimensiones menores que las ordinarias, que contiene fotograbados informativos". Originalmente se trata, por tanto, de un formato, y no tanto de un tipo de periódico concreto, aunque a lo largo de su historia, este formato ha estado ligado a géneros y estilos periodísticos determinados.

Los tabloides como los conocemos, comenzaron con Alfred Charles William Harmsworth de nacionalidad británica, quien le pone el nombre de tabloide al nuevo estilo de

periodismo breve. Estos nacen a partir de una crisis económica de la prensa escrita con el objetivo de mejorar su apariencia y contenido de lectura rápida. Las dimensiones de los diarios tabloides son de aproximadamente 29 x 38 cm. Se caracterizan por su formato de lectura rápida y ligera. Es un formato que ha sido utilizado por la prensa escrita para disminuir el gasto y aumentar el número de lector. (Anónimo, 2010)

El contenido del diario tabloide cumple dos funciones: la tradicional o conservadora y la sensacionalista o amarillista. Ambas compiten en el mercado con el único objetivo de conseguir lectores. (Anónimo, 2010)

Sea como fuere, el formato tabloide evolucionó y terminó siendo usado para transmitir los contenidos que hoy ya conocemos y le adjudicamos intrínsecamente. El siguiente capítulo nos aclarará más al respecto de una de esas características, el sensacionalismo.

2.3.2. Tabloides y criterios de noticiabilidad.

Los tabloides como cualquier otro medio tienen la necesidad de publicar información con base en criterios de noticiabilidad. Estos criterios son los que definen la relevancia de una noticia, por tanto funcionan como un filtro de información en el proceso comunicativo.

De forma más específica se definen como restricciones basadas en convenciones profesionales sobre la definición ideal de noticia. Además de que tienen la utilidad de fungir como prevención ante las críticas del público (Lalinde, citado por Borja, 1990, pag 15).

Según Stella Martini, un acontecimiento consta de lo que ella denomina *valores-noticia*, y los más importantes son:

Tabla 1. Valores - Noticia

Novedad	Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo
Evolución a futuro de los acontecimientos	Importancia y gravedad
	Magnitud por la cantidad de

Proximidad geográfica de la sociedad con el hecho en cuestión.	personas o lugares implicados
Personajes implicados según su jerarquía.	Inclusión de desplazamientos

Comenzando el primer apartado, la novedad se refiere a algo llamado el “índice de la variación en el sistema”. En el caso de las noticias es necesaria la novedad debido a que normalmente los diarios tratan los temas en series, así que es vital crear algo que cambie la serie de la noticia, que sea diferente en toda la serie.

La originalidad, imprevisibilidad y el ineditismo se enfocan en el énfasis y la curiosidad. Cuando un hecho cumple con esas características, difícilmente desaparece de las agendas mediáticas.

La evolución futura de los acontecimientos se relaciona con las expectativas que tiene el público sobre el hecho en cuestión. Una noticia es más noticia si tiene la posibilidad de desarrollar más noticia a partir de ella.

El grado de importancia y de gravedad, como su nombre lo indica, se refiere al nivel de incidencia social de la noticia, es decir el impacto que tenga en la nación.

La proximidad geográfica implica que mientras más cerca del público se desarrolle el hecho, el impacto personal será mucho más grande. También tiene que ver con la cantidad de personas implicadas en esa cercanía.

La magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, no solo se refiere al número de personas afectadas, sino a la potencial implicación de personajes por la gravedad de la noticia.

La jerarquía de los personajes implicados tiene que ver con la existencia de personajes públicos en la noticia. La popularidad juega un papel fundamental. Aunque puede tomar el lado contrario y no tratar personajes populares, sino individuos considerados de mayor valor sentimental para el colectivo, como los ancianos y niños.

La inclusión de desplazamientos se refiere al desplazamiento de personajes públicos, ya que facilitan la creación de una agenda que puede prepararse previamente para ser cubierta y que también genera expectativa (Martini, 2010, p. 14).

2.3.3. Sensacionalismo y el amarillismo

“Lo peor que le pudo pasar al periodismo fue que lo oficializaran. Mientras más inculto era el reportero, más posibilidades tenía de sorprenderse. Y de aprender.” (Fuguet, 1998, p. 77). Esta es una frase relatada por un personaje ficticio en la popular novela Tinta Roja, publicada por Alberto Fuguet. En ella se relatan las desventuras de un joven periodista que ingresa a un medio tabloide y aprende sobre las mañas del negocio.

El sensacionalismo es definido por la Real Academia de la Lengua como la tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc. Esta práctica ha sido criticada constantemente dentro del mundo periodístico y normalmente se asume como una falta de profesionalismo y se le acusa de incumplir varios parámetros serios de la profesión.

El sensacionalismo no es una práctica exclusiva de la prensa escrita, sino que ocupa un lugar trascendente en la mayoría de medios de comunicación, ocupando espacios informativos que normalmente fueron considerados serios, en los cuales utiliza su particular forma de ganar visualizaciones para obtener ventaja ante la competencia.

En términos más acusatorios falsear la información, resaltar el morbo, la violencia y banalizar la vida social son la prioridad de la prensa amarilla. (Berti, 2010, p. 43).

Sin embargo sus capacidades para atraer público son indiscutibles. Es prácticamente imposible encontrar alguna población que no sea

2.3.4. El amarillismo en América Latina

La prensa amarillista de América Latina tiene sus bases firmes del sensacionalismo clásico. Sin embargo existen diferencias notorias que vale resaltar.

Entre las diferencias principales están que la prensa clásica trataba temas internacionales y de personajes de la realeza, sin embargo en Latinoamérica estos personajes ocupan

muy poco espacio. Curiosamente los protagonistas de la prensa amarillista de Latinoamérica son los individuos que normalmente permanecen anónimos, como trabajadores, choferes, vendedores, etc. Por supuesto sus historias son realizadas de maneras a veces absurdas para lograr ese toque de interés que caracteriza a la prensa sensacionalista (Macassi, 2002, p. 15).

Existe una constante idea de que los diarios con línea sensacionalista son consumidos casi exclusivamente por personas de bajos recursos, o con bajo nivel educativo inclusive, sin embargo esto es bastante lejano a la realidad.

Los lectores de diarios amarillistas suelen consumir otros diarios para poder estar al tanto de la agenda política. Por otro lado utilizan los diarios amarillistas como fuente de entretenimiento o satisfacción. Debido a esto se descubre que no hablamos de un lector de poca instrucción, ni desvinculado de la agenda política. Con esto se elimina ese paradigma de que este tipo de prensa se ocupa exclusivamente de personas de baja condición económica o algún tipo de grado social inferior (Macassi, 2002, p. 16).

Esto se simplifica en que los medios de comunicación más serios suelen descuidar ese segmento marginal de la población, o sea aquellos personajes que no parecen importantes porque no tienen un cargo político importante y por ende parecen no merecer atención más que para ser víctimas de algún suceso. En aquellos sitios en que la prensa tradicional no puede acceder, la prensa amarilla se incrusta con un estilo más entretenido y digerible. (Macassi, 2002, p. 17).

Estos periódicos construyen su propia agenda, una agenda que trabaja con los hechos triviales y anecdóticos que la prensa seria suele ignorar. De esta forma, los incidentes de humildes albañiles, o vendedores de fruta cobran protagonismo. La espectacularización de estas noticias logra una relación de espejo con varios sectores de la población que normalmente son excluidos de la presencia pública en los diarios serios. (Macassi, 2002, p. 17)

De cualquier forma, el sensacionalismo está impregnado en nuestra sociedad y llegó para quedarse, ya sea por descuido del periodismo serio o por la intrínseca necesidad de los públicos por información más alborotada y entretenida.

2.4. MARCO REFERENCIAL

2.4.1. Historia de los tabloides en el periodismo mundial

El formato tabloide, al igual que los otros formatos tiene una historia particular y orígenes bastante curiosos.

Tabloide se deriva de la palabra inglesa *Tabloid*, que significa comprimido en el mundo de la medicina. A partir de ello nace la ya conocida característica de este formato, es decir el hecho de ser tan compacto. Esto derivó a otra característica clásica, que es el hecho de que la información, al estar en espacios tan reducidos, debía ser ingresada casi a presión, ahorrando espacio y volviéndose más desordenada (Petit, 1996, p. 6).

“La mayoría se adhieren al formato de cuatro columnas, de lectura fácil, aunque hay directores que prefieren tres o cinco columnas, e incluso algunos, con mentalidad muy inclinada al aprovechamiento de espacio, obligan a sus lectores a luchas con el formato de seis columnas”. (Canga Larequi, citada por Julio Alfonso Gutierrez Petit, p. 7).

Harmsworth nació en 1965 y tras varios años laborando en diferentes periódicos, lograría conseguir el capital para fundar su propio diario, *Answers to Correspondents*. Su iniciativa vino de crear información dirigida a aquellos que tienen poca experiencia con la lectura. Su estilo se basaba en crear párrafos de corta duración, así como titulares más notorios y noticias de interés humano. Este concepto evolucionó hasta convertirse en lo que él definió como “el periódico del hombre ocupado”. A su diario agregó revistas para hombres y mujeres que fácilmente fueron recibidas por el público. Más tarde se uniría a su hermano Harold Harmsworth para crear el *Amalgamated Press Company*, con lo cual ganaron fuertes sumas de dinero.

Los diarios tabloides nacieron desde la idea del periodismo contemporáneo europeo, debido a la prensa sensacionalista británica que cubría estos diarios de informaciones escandalosas, una de ellas era la familia real, la cual ocupaba un lugar importante. Este

sensacionalismo logró un gran número de lectores. Según datos del profesor Brian McNair los tres tabloides de mayor éxito en Reino Unido son: The Sun, Daily Mirror y Daily Star. (Brian McNair, citado por Aurora Labio Bernal, 2001, p. 509).

A lo largo del siglo XX, Bingham y Conboy identificaron tres tipos de olas en la prensa escrita: el populismo que justamente tiene que ver con el Daily Mail de Alfred Harmsworth y la prensa de Estados Unidos.

Daily News de Nueva York es el primer diario tabloide de Estados Unidos por Joseph Medill Patterson, en el año de 1919.

2.4.2. Tabloides en Latinoamérica.

Los tabloides en América Latina comparten características esenciales de su versión original, sin embargo a lo largo de las décadas ha generado características propias de la naturaleza latina de cada país.

2.4.3. El tabloide en Venezuela

El periodismo en Venezuela comenzó a inicios del siglo pasado y su primer acercamiento al formato tabloide ocurriría con *El Venezolano*, un diario fundado el 24 de agosto de 1840, que duró hasta 1946.

Antonio Leocadio Guzmán fue el director de este diario, en el cual se destacó un trabajo periodístico sensible a las masas y demostró ser el primer referente trascendental del tabloide en la prensa venezolana.

A pesar de lo anterior, el formato tabloide no era utilizado exclusivamente para su clásico cometido, sino que servía para publicar semanarios de prensa humorística.

En 1921, dirigido por Francisco Yáñez, surge *El sol*, que constaría como el primer diario de aparición meridiana. Su información era variada y corta.

En 1936 surgirían *Ahora y Crítica*. *Ahora*, fundado por Juan de Guruceaga. Constaba con abundantes fotografías y muy poco texto ya que se basaba en grandes cantidades de fotos con títulos y columnas de poco espacio. *Crítica*, por otro lado ya contenía las

características clásicas del tabloide, como su titulación y despliegue gráfico. Sin embargo, no logró gran popularidad (Petit, 1996, P. 22)

En 1941 apareció *Ultimas Noticias*, un diario de ocho páginas, en formato pequeño, de 28 centímetros de ancho por 43 de alto. En muchos aspectos estuvo inspirado por el tabloide latinoamericano. A pesar de que estuvo en debate, muchos autores sostienen que el periodismo popular moderno nació con *Ultimas Noticias*.

2.4.4. Diarios “Chicha” del Perú.

Perú es el país sudamericano con mayor cantidad de publicaciones en formato tabloide para consumo popular.

Según la Real Academia de la Lengua Española, el término *chicha* puede ser usado para referirse a cualquier manifestación cultural de origen occidental interpretada y desarrollada por inmigrantes andinos en ciudades grandes como Lima. Los diarios tabloides de esta región son denominados con ese término, el de diarios chicha.

La prensa peruana se ha desarrollado a lo largo de las décadas, pero los diarios Chicha nacieron a la mitad de los años 80 y durante los 90. Esta prensa es conocida por ser aún más picante que la mera prensa sensacionalista. Los diarios chicha resaltaron por tener un estilo vulgar, explotar la imagen del sexo femenino y por atacar a personajes públicos, basando sus noticias en todo lo que pueda genera impacto o interés humano (Cappellini, 2004, p. 34).

Más adelante los diarios chicha obtendrían un peor renombre tras varios acontecimientos políticos en los años 90. Específicamente A partir de 1997, tanto los seguidores como los críticos de estos diarios coincidieron en denominarlos como prensa basura. Pero lo interesante es que esto no ocurrió por sus sensacionalismo ni sus prácticas para atraer lectores, sino porque se separaron repentinamente del cotidiano humor chabacano de entretenimiento para introducirse en enmarañado político sin precedentes en la historia de la prensa nacional. Lo más trascendente fue que durante el gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000), estos diarios chichas fueron utilizados para favorecer las obras del

entonces presidente, lo cual causó conflictos en la opinión pública. Más adelante se comprobaría que Fujimori y su ex asesor Vladimiro Montesinos pagaron grandes cifras de dinero a los dueños de estos diarios con el fin de difamar en las primeras planas a todo aquel que representara a la oposición. (Cappellini, 2004, p. 35).

2.4.5. Los Tabloides en Ecuador.

Los tabloides ecuatorianos comparten casi todas las características clásicas de los diarios chicha descritos anteriormente. El precursor de este tipo de sensacionalismo en Guayaquil fue el tabloide vespertino *La Segunda*, quien comenzó a expandirse en este formato, caracterizado por sus colores estridentes para las portadas, sus grandes titulares y la exhibición a todo color de mujeres posando en ropa diminuta (Carpio, 2013, p. 19).

Los diarios tabloides ecuatorianos suelen destacarse por esa capacidad intrínseca que tienen para aplicar términos del lenguaje popular del ciudadano común.

El lenguaje coloquial popularizó fácilmente a este estilo de diarios. La jerga guayaquileña es muy especial y por tanto al ser usada por los medios tabloides, fácilmente fue bien recibida por los jóvenes que entendían el significado del lenguaje guayaco propio. A los largo de los años esto se ha considerado como el lenguaje de las clases populares. De estas mismas clases populares nacen nuevas palabras que ingeniosamente son utilizadas también por los medios tabloides de turno. Con eso se logró obtener un divertido humor doble sentido que el pueblo guayaquileño aceptó sin problemas. (Carpio, 2013, p. 19).

El lenguaje fue primordial para que los diarios tabloides logaran esa conexión tan clásica con los sectores populares del país. Eso no fue lo único que lo hizo funcionar en Guayaquil. El hecho de que comenzara a darle importancia a los sectores populares, tal y como ocurrió en diferentes países de Latinoamérica, funcionó perfectamente en nuestra ciudad.

2.4.5.1. La Segunda de Meridiano

Este diario con formato tabloide es considerado como el precursor de la prensa sensacionalista en el Ecuador. Sus orígenes se remontan a la década de los 80.

Su historia comenzó con el abogado guayaquileño Ernesto Velásquez Baquerizo, quien en primera instancia privilegiaba los temas de análisis político y actualidad. El blanco y negro se utilizaron mucho en ese momento, incluso competía en el mercado nacional con El Universo y El Telégrafo. Pero todo cambiaría cuando en la misma década, sus directivos tomaran la decisión de competir con los tabloides vespertinos Extra y La Razón, colocando en circulación desde las 15:00 La Segunda de Meridiano, como diario de crónica roja que se caracterizó por títulos vulgares y gráficas fuertes. Algunos años después se creó La Tercera de Meridiano, un diario con el que se intentó abrir un nuevo mercado con contenidos más ligeros, pero que fracasó en el intento, lo cual desembocaría en el cierre definitivo de sus operaciones. (Carpio, 2013, p. 37).

2.4.5.2. PP El Verdadero

PP el verdadero fue un diario tabloide publicado por primera vez el 5 de septiembre del año 2010. Actualmente se encuentra fuera de circulación debido a su bajo nivel de ventas. Máximo García, ex editor de diario Extra, y Cofundador de diario Pepe comentó la historia de este diario se remonta al momento en que se le llamó para crear una nueva marca, un nuevo diario con nuevas secciones, para el cual lograría desarrollar lo que siempre quiso hacer en diario Extra, es decir, quitar lo sangriento, el tinte del morbo, (cosificación de la mujer) y hacer un periodismo positivo y propositivo.

El gobierno contrató a García para este nuevo diario, ya que su visión del periodismo positivo y propositivo fue bien aceptada. Según García, las diferencias entre Diario PP, el Extra y Súper eran abismales. Hasta los tamaños varían en cierta medida, así que Diario PP no sería un tabloide en el sentido exacto de la palabra, sino que su tamaño lo asemejaba al Berlinés.

Lamentablemente según las palabras de García, la propuesta se distorsionó mucho cuando otras personas comenzaron a controlar el contenido, por lo cual la versión final

del diario se alejó del planteamiento inicial. Finalmente García dejaría el diario, que más tarde desaparecería de circulación.

2.4.5.3. Diario Extra

Diario Extra es el ícono de la prensa popular ecuatoriana, actualmente en circulación como el diario más vendido dentro del territorio ecuatoriano.

La aparición del diario La Prensa tuvo mucho que ver en el origen del Extra. La prensa fue fundada por Pompilio Ulloa, que comenzó en agosto de 1923, en la ciudad de Guayaquil, como un tabloide que constaba de ocho hojas. Sin embargo la dictadura de Rodríguez Lara hizo que cerrara. Más adelante, el medio su hijo Nicolás Ulloa tomaría las riendas del diario. Este joven poseía conocimientos periodísticos y tuvo la oportunidad de juntarse con el Galo Martínez Merchán, un empresario que mantenía el matutino *Expreso*. Fue así como nació un diario vespertino de nombre *Extra*.

El 21 de octubre de 1974 circularía por primera vez el diario, con una tirada de 15.000 ejemplares a un valor de 1,20 sucres. A pesar de lo que podría imaginarse, sus noticias eran de política, economía o deportes. La crónica roja tan solo ocupaba la última de las 32 páginas. Así duró casi 15 años con resultados más que satisfactorios. Para la década de los 70 ya se había convertido en un diario de reconocimiento nacional con grandes ventas en el país.

Todo cambiaría tras dos hechos particulares. Uno de ellos fue el asesinato de Abdón Calderón, y el otro la muerte del cantante Julio Jaramillo. Esta última fue publicada riesgosamente debido a que la única fuente fue una llamada que entró a la sala de redacción a la última hora del cierre de ese día. A partir de entonces se marcaría el nuevo camino del diario Extra. En 1988 llegaría Henry Olguín, un periodista colombiano experto en sensacionalismo. Con su intervención en el diario, las páginas se llenaron de fotografías impactantes, la sangre ocupó el primer lugar y las noticias escandalosas ganaron protagonismo.

Diario Extra comenzó a circular en las mañanas de 1992. Al poco tiempo ocupó el primer lugar en ventas a nivel nacional. Desde entonces hasta el momento, diario extra logró

imponerse como el diario de mayor circulación en el país, cosa que se mantiene hasta la fecha (Carpio, 2013, pp. 37-38).

Con una larga trayectoria, este medio consiguió un espacio inamovible en la cultura ecuatoriana y especialmente en la guayaquileña, que encontró identificación con sus letras y un lugar para ver noticias diferentes y poco convencionales.

2.4.5.4. Diario Súper

Según Eduardo Cedeño Pérez, exdirector del Diario Súper, este tabloide inicia como un proyecto que inicia por el año 1999 cuando Carlos Pérez Perasso, el director de diario El Universo tenía la idea de hacer un impreso para el segmento popular, pero no de las características del diario Extra, que era un periódico con una presentación muy cruda de la crónica roja.

Según Cedeño, su equipo entendió que los lectores del segmento popular estaban acostumbrados a ese tipo de lectura y por eso el extra es un periódico que tenía y sigue teniendo una importante torta del mercado de lectores de periódicos populares. La intención de Carlos Pérez Perasso era hacer un periódico que pudiera leerse por cualquier persona del segmento popular sin tener esta reacción de esta parte sangrienta o la exhibición de la mujer. El proyecto no avanzó, Carlos Pérez Perasso falleció en el año 2003, y el proyecto fue retomado por su hijo, Carlos Pérez Barriga.

2.4.6. Breve recorrido por el periodismo ambiental a nivel mundial

El periodismo ambiental nació como una necesidad al igual que otras ramas del periodismo. En este caso en particular, varios sucesos de gran trascendencia debían ser cubiertos, pero estos en especial tenían relación con el medio ambiente.

En España por ejemplo, esta rama del periodismo como la conocemos, es impulsada por el incidente de Palomares (1966). El 17 de junio de ese año un bombardero B-52 cargado con 4 bombas nucleares se estrelló en la zona, y aunque ninguna de las bombas detonó, una de ellas caería en el mar, causando un grave perjuicio al equilibrio ambiental de la zona (Corral, 2016). El ambiente de esta historia estuvo plagado de censura por parte del

Pentágono, lo cual acrecentó el interés del público. Esta noticia tuvo gran valor coyuntural en su momento, y gracias a eso se fijó como un referente del periodismo ambiental en España.

“Otros acontecimientos recogidos tienen que ver con la polémica suscitada con la preservación de espacios naturales que originó la intención de desecar las zonas húmedas de Daimiel o con la contaminación radiactiva del río Tajo, ambos a comienzos de los 70” (Fernández, citado por Rogelio Fernández, 2001, p.67).

En los últimos años se ha producido una importante evolución de la información ambiental, de tal manera que ésta ha empezado a competir con el resto de la actualidad en pie de igualdad, noticia contra noticia, titular contra titular, buscando su propio hueco. Así, los temas ambientales tienen cada vez más una difusión regular en los medios de comunicación diarios. No obstante, también hay que señalar notables carencias y deficiencias, de entre las que destacarían fundamentalmente dos: la falta de especialización de la mayoría de los profesionales de la información ambiental y el catastrofismo y alarmismo que rezuman no pocas de las noticias ambientales, ligados en muchas ocasiones a un Periodismo exclusivamente de denuncia. (Rekondo, 2002, p. 416)

2.4.6.1. El periodismo ambiental en Ecuador

El Ministerio del Ambiente, es la institución estatal encargada de velar por los derechos de la naturaleza. Este ministerio tiene la misión de proteger los ecosistemas y recursos naturales, mediante el diseño de políticas ambientales, proyectos y programas. También persigue el uso de recursos sustentables para lograr el buen vivir del Ecuador

Esta entidad ha sido la encargada de generar diversos programas de protección ambiental a lo largo de esta década. Entre varias destacadas están:

2.4.6.2. Yo soy el estero

Esta campaña generada en el 2014 tuvo como objetivo continuar con la descontaminación del Estero Salado, ubicado en Guayaquil.

Para lograr su objetivo contó con la participación del conocido artista ecuatoriano AUDI, quien fue la voz oficial de la campaña. Se hizo un videoclip con una canción alusiva al tema, para luego difundirlo en redes sociales y demás medios de comunicación. También

contó con un evento desarrollado en el Muelle de Las Fragatas, al sur de Guayaquil, y la publicación de vallas con la campaña a los alrededores de los esteros. El objetivo final era descontaminar el estero para el año 2017.

2.4.6.3. Siembratón

Fue un evento desarrollado el 16 de mayo del 2015. Entre sus objetivos estaba el de romper el record mundial Guinness por el mayor número de personas sembrando plantas simultáneamente en diferentes sitios.

Para lograrlo se realizó una campaña en redes sociales con el #SiembratónEC. Cualquier persona en el país tuvo la oportunidad de participar. Solo tuvo que sembrar una planta en las horas del record y publicarla con el *hashtag* de la campaña.

El evento se desarrolló exitosamente con la intervención de casi 45 000 personas de 191 parroquias. Se sembraron 647 250 plantas en una extensión de 1997 hectáreas. El objetivo de romper el record *Guinness* se cumplió a la perfección.

Para la promoción previa al evento se contó con videos en redes sociales con la presentadora de televisión Saskia Bermeo como uno de los rostros del evento.

2.4.6.4. Programa 'PNGIDS' Ecuador

Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos es una iniciativa originada en el 2010 con el objetivo de fomentar la buena gestión de los residuos sólidos en los municipios del país, basándose en un enfoque integral y sostenible, además de bajar la contaminación ambiental y así proteger la calidad de vida de los ciudadanos y de las especies del Ecuador.

Para dicha misión se generaron nuevas políticas de sostenibilidad con las cuales manejar de manera más eficiente los desechos sólidos. Esto también incluyó campañas en internet, con videos que fomentaron la intervención de la ciudadanía en la defensa del medio ambiente.

2.4.6.5. Planes y legislaciones

Entre los planes para el año 2017 está cerrar todos los botaderos a cielo abierto del país bajo parámetros técnicos e implementar rellenos sanitarios mancomunados.

Con las actuales legislaciones el periodismo está dejando de ser una profesión netamente empírica. Actualmente las leyes ecuatorianas exigen que todo miembro de los medios de comunicación tenga una formación académica de nivel universitario.

Los jóvenes aprendices de periodistas ahora se forman en las aulas de clases y el desempeño de estas instituciones es vital para el resultado de los jóvenes.

“La información ambiental hay que situarla dentro de este nuevo concepto de Periodismo que responde a una demanda de audiencias cada vez más interesadas por el área de conocimiento que abarca el medio ambiente, la ecología, la naturaleza, etc” (Rekondo, 2002, p. 417).

Actualmente el criterio de las universidades guayaquileñas es el de formar profesionales listos para cualquier ámbito, generando materias para tratar el periodismo económico, deportivo, etc. sin embargo uno de los grandes ausentes ha sido el periodismo ambiental, que poco a poco se ha comenzado a instaurar en las mallas curriculares.

Paola Ulloa, profesora de la cátedra de periodismo ambiental, menciona que uno de los principales inconvenientes al momento de tratar noticias ambientales, es hacerlo desde una idealizada forma de proteger el medio ambiente, o lo que en sus palabras ella describe como “romanticismo”. El romanticismo es una visión que la mayoría de periodistas jóvenes tienen al momento de crear sus productos informativos. En el caso de los temas medioambientales, este fenómeno crece debido a que todo tema sobre el medio ambiente normalmente está relacionado con la conservación del mismo, es decir que es bastante común que cuando un periodista trate un tema medioambiental, la información vaya enfocada como denuncia social, lo cual termina normalmente en el tratamiento superficial del tema.

El periodismo ambiental es confundido erróneamente con periodismo de denuncia. Este inconveniente crea una equivocada división entre lo bueno y lo malo. El inconveniente de

esta limitada visión es que la noticia ambiental puede espectacularizarse hasta el punto de perder todo valor medioambiental (Rekondo, 2002, p. 418).

Todo lo mencionado anteriormente implica una cultura de desinformación, lo cual hace que la conciencia medioambiental sea mínimamente sostenida por la idea moral de que es “malo contaminar”, sin ir más allá de la información básica. “En los últimos tiempos, sobre todo lo que se le pide es que separe la basura en su domicilio, pero no se le explica en muchas ocasiones el porqué; qué aspectos beneficiosos supone; qué logros se van consiguiendo periódicamente” (Rekondo, 2002, p. 419).

La capacidad de los medios para crear conciencia dentro de la sociedad está limitado por la ignorancia de los propios periodistas al momento de tratar estas informaciones. Ante una sociedad desinteresada por el medio ambiente, la poca relevancia del tema en los diarios se vuelve emergente.

2.5. MARCO LEGAL

2.5.1. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, AÑO 2008

La constitución del Ecuador declara la importancia que tiene el medio ambiente para el país. Específicamente en el capítulo segundo, derechos del buen vivir, en su sección segunda, Ambiente Sano, en el artículo 14 se declara de interés público la preservación del ambiente, la conserva de los ecosistemas y la prevención del daño ambiental.

Otro apartado vinculado con la constitución declara que todos los medios de comunicación tienen la obligación de cubrir y difundir los hechos de interés público. Específicamente en el Capítulo II, Derechos a la comunicación, en la sección I, Derechos de libertad, en el Art. 18.

2.5.2. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013

La ley de comunicación, publicada en el registro oficial en el 2013, agregó nuevos apartados significativos para la ejecución del periodismo ambiental dentro del país.

Un apartado en particular se encuentra en el Título II, principios y derechos, en el capítulo

I, principios, hay un artículo que respalda la importancia del medio ambiente para el país. El artículo 10 de las normas deontológicas, correspondiente al ejercicio profesional de los involucrados en el proceso comunicacional, en su literal F establece que está completamente prohibido reproducir de manera positiva cualquier conducta irresponsable con el medio ambiente.

2.5.3. LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, 2004

La ley de gestión ambiental registrada el 10 de septiembre del 2004 generó más consideraciones con el medio ambiente:

En el capítulo IV titulado de capacitación y difusión, artículo 30, establece que el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental, a través de los medios de difusión de que dispone el Estado proporcionará a la sociedad los lineamientos y orientaciones sobre el manejo y protección del medio ambiente y de los recursos naturales.

En el mismo capítulo, pero en el artículo 31, se establece que las instituciones del estado publicarán en diarios de amplia circulación el nombre de los productos, servicios y tecnologías prohibidos por su peligro potencial para la salud y el medio ambiente.

2.6. CONCLUSIONES PARCIALES.

- El sensacionalismo se ha utilizado en los medios de comunicación desde la creación de los mismos, independientemente de si son tabloides o no, ya que solo varía la intensidad con la que se lo utiliza. Esta práctica no solo se vende en los sectores de bajos recursos, sino que es consumida por todas las clases sociales y por eso su relevancia en la ciudadanía es enorme.

- Los medios tabloides tienen particulares fórmulas para tratar la noticia, y aunque en Latinoamérica se desarrollan con ciertas similitudes, los tabloides latinos se diferencian por su enorme prioridad de cobertura hacia noticias que involucran al ciudadano común.

- La legislación ecuatoriana indica textualmente que los medios de comunicación tienen la obligación de publicar contenido referente al medio ambiente por lo cual teóricamente no debería haber mayores inconvenientes al introducir estos contenidos a las páginas de

los diarios.

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque metodológico

El presente trabajo de investigación responde a un enfoque mixto, donde se utilizaron para recabar los datos, técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Entre las cuantitativas están el análisis de la muestra y el conteo de las noticias ambientales, entre otras. En las técnicas cualitativas se usó la entrevista a profundidad a editores, cofundadores, ex directivos de diarios tabloides y a docentes relacionados directamente con periodismo ambiental guayaquileño.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental debido a que las variables internas no serán manipuladas. El trabajo se limita a analizar la muestra y el contenido que se obtiene de ellas para llegar a una conclusión, sin alterar en absoluto a las variables iniciales.

Los diseños no experimentales se dividen en dos: Los Trans-seccionales y Longitudinales. En este documento se trata la primera forma, ya que el diseño trans-seccional se basa en la recolección de datos en un tiempo único. La descripción de variables es su principal necesidad y con ella se pretende definir la incidencia e interrelación que tienen entre ellas.

3.2.1. Tipo de muestra

Existen muestras de dos tipos, las no probabilísticas y las probabilísticas. En este documento se trabajará con un muestreo no probabilístico, ya que la muestra seleccionada no depende de la probabilidad sino de quien hace la muestra. Esta muestra se basa en la decisión de un grupo que es el que está realizando la investigación.

Tabla 2. Tamaño de la muestra

Grupo/Individuo	Tamaño del Grupo (N)	Tamaño de la muestra (n)	Tipo de muestreo	Método/Técnica
Ex editores y editores de medios tabloides	--	2	Intencional	Entrevista a profundidad
Ex directores de medios tabloides	--	1	Intencional	Entrevista a profundidad
Periodistas	--	1	Intencional	Entrevista a profundidad
Docentes universitarios	--	2	Intencional	Entrevista a profundidad
Directivos de universidades	--	1	Intencional	Entrevista a profundidad
Ejemplares de diarios	--	56	Intencional	Análisis de contenido

3.3. Técnicas de investigación ejecutadas para la recopilación de información

Para este documento se utilizaron varias técnicas de investigación con el objetivo de conseguir la información necesaria para sacar las conclusiones del caso.

3.3.1. La entrevista a profundidad

Es una de las técnicas más usadas a lo largo de las investigaciones. Se la utiliza como un medio para obtener información de los entrevistados, ya sea sobre un tema específico o sobre sus impresiones con respecto a dicho tema.

Para las necesidades de este documento se utilizaron entrevistas a profundidad, mismas que se caracterizan por ser una conversación en la cual el entrevistador decide completamente los temas y apartados a tratar, mientras que el entrevistado se limita a aportar elementos informativos sobre el tema. La investigación social utiliza las

entrevistas a profundidad como una de sus técnicas más clásicas.

3.3.2. Análisis de contenidos

Durante el desarrollo de este trabajo se utilizó el *Análisis de contenido*. Esta herramienta es una manera de estudiar y analizar de manera objetiva, sistemática y cuantitativa la comunicación. (Berelson, citado por Bastantes y Silva, 2016, p, 63).

El análisis de contenido se lo realizó en el periodo del lunes 7 de noviembre hasta el domingo 4 de diciembre

Categorías utilizadas

1. Extensión de la nota informativa
2. Fuentes utilizadas
3. Género periodístico
4. Noticias en titulares

Tabla 3. Categorías de análisis de contenido

Número	Categoría	Subcategoría
1	Extensión de la nota informativa	Corta (Un párrafo o dos)
		Media (Media carilla)
		Extensa (Una carilla entera o más)
2	Fuentes utilizadas	Cantidad de fuentes oficiales
		Cantidad de fuentes expertas
		Fuentes ocasionales
3	Género periodístico	Cantidad de testimonios de ciudadanos
		Noticia
		Reportaje

		Crónica Entrevista
4	Noticias en titulares	Titular en portada
		Titular en contraportada
		Sin titular
5	Criterios de noticiabilidad	Nivel jerárquico
		Cantidad de personas implicadas
		Proyección y consecuencias
		Novedad
		Actualidad
		Relevancia
		Frecuencia
		Conflicto
		Proximidad geográfica: (En Guayaquil, Quito, otras ciudades) Reservas, parques.
6	Fotos e infografías	Cantidad de fotos
		Cantidad de gráficos
		Cantidad de infografías

3.3.2.1. Extensión de la nota informativa.

Al hablar de extensión de una nota informativa, se considera la cantidad de espacio que ocupa un texto noticioso dentro del diagramado de la página donde ha sido colocado. Las noticias de mayor relevancia comúnmente son más desarrolladas y se les brinda más espacio, mientras que las noticias de menor importancia, o a las que no se les considera merecedoras de mayor desarrollo se les concede poco espacio dentro de la página. La lucha diaria por el espacio e importancia de una noticia dentro de la diagramación de un tabloide, es una de las situaciones más comunes dentro de una redacción periodística.

Para la extensión de la nota informativa se consideró a las noticias mediante 3 opciones. La primera es la correspondiente a las notas cortas con uno o dos párrafos de extensión. La segunda, medianas, noticias con más desarrollo, es decir con media carilla de extensión. Y la tercera subcategoría es la de noticias de considerable tamaño, es decir de una carilla de extensión o más.

3.3.2.2. Sobre las fuentes utilizadas

La Real Academia de la Lengua Española define a la fuente periodística como aquella persona o cosa que proporciona información. En la industria periodística las fuentes son determinantes al momento de construir una noticia ya que la noticia requiere forzosamente de algún tipo de fuente para contar con los datos básicos de un hecho. Las noticias más completas suelen ser aquellas que cuente con varios tipos de fuentes, de esa forma la información se contrasta y el proceso informativo es más beneficioso que cuando se utiliza pocas fuentes.

Para el análisis de fuentes utilizadas se consideró a las noticias según el número y tipo de entrevistados que colocaron dentro del texto o del lugar donde los reporteros obtenían la información. Específicamente se maneja con cuatro fuentes; fuentes oficiales, fuentes expertas, fuentes ocasionales y aquellas que son testimonio de ciudadanos.

3.3.2.3. Géneros periodísticos

Las noticias a lo largo de los años han sido tratadas de diferente forma según las necesidades del caso. Esto varía según el tipo de medio, pero para prensa escrita. Se conoce como género al conjunto de características, atributos, especificaciones que permiten diferenciar y establecer clasificaciones. La prensa escrita local principalmente trabaja con cuatro géneros:

La noticia: Relata un acontecimiento de actualidad que se requiere debido al interés del público. Esta información es relatada con la máxima objetividad y veracidad posible los hechos que ocurran en el suceso.

El reportaje: Repite varias de las características de la noticia. El periodista presenta los

hechos con objetividad, pero con una extensión mucho mayor, un incremento en el número de datos, fuentes, y elementos complementarios que enriquecen a la nota.

La crónica: Es un género de origen interpretativo y suele ser en el que el periodista tiene mayores libertades en cuanto a objetividad se refiere. Esto nace del hecho de que el periodista es un elemento más de la noticia y por ende existe mayor familiaridad entre el cronista y el lector. Existen elementos informativos básicos pero son complementados con las experiencias del cronista que cubrió la noticia.

La entrevista: Es la búsqueda de información dentro de un entrevistado, El texto se basa completamente en la información que esa fuente pueda generar durante el desarrollo de la entrevista. El enfoque puede variar según el tipo de entrevista. Puede ser sobre un hecho en particular, una noticia, sobre el mismo personaje o sobre algún suceso que lo involucre personalmente.

- Quizá el más evidente es que su extensión generalmente es mayor. El reportaje, por tanto, permite al periodista ofrecer un mayor número de datos complementarios que cuando redacta una noticia en la que debe ceñirse a los elementos esenciales, dada la limitación de espacio con la que trabaja.

En esta categoría se definió a qué género periodístico pertenece cada información. En prensa se trabaja con cuatro géneros; la noticia, el reportaje, la crónica, y la entrevista. (Anónimo, 2009)

3.3.2.4. Noticias en titulares

Los titulares son aquellos textos de corta duración, con un mayor tamaño de letra que se utilizan como título para una nota informativa. Tienen el trabajo de resumir la información mientras enganchan al lector. También se considera titular a aquellos títulos que son colocados en la portada del diario. Normalmente se coloca en la portada a la información más importante, o que tenga mayor posibilidad de impacto en el lector.

En el segmento de noticias en titulares se consideró la relevancia de la información, según las ocasiones en que constaban dentro de la portada o de la contraportada, es

decir en titulares.

En el caso de diario súper, de las 22 noticias ambientales tratadas por él, tan solo 2 ocuparon espacio titular, específicamente en la contraportada del diario. El diario Extra también colocó 2 noticias en su portada, de las 9 noticias ambientales que publicó durante el periodo que duró la muestra. Ambas se ubicaron en la portada de los diarios. Esta información es revela la jerarquía de las noticias ambientales dentro de las prioridades de cada diario.

3.3.2.5. Según los criterios de noticiabilidad

Los hechos contados en las noticias responden a los criterios de noticiabilidad que han desarrollado los periodistas a lo largo de las décadas. Estos criterios son los que facilitan la organización y jerarquización de las noticias dentro de los diarios y de cualquier medio de comunicación en general.

Para el análisis de procedió a determinar los criterios utilizados para cada noticia ambiental, según lo que se puede percibir en los textos.

En los medios tabloides, ciertos criterios obtienen especial relevancia, tales como la novedad, o la ubicación geográfica, mismos que son vitales para que el medio pueda lograr ese nivel de identificación con el público que es tan característico de la prensa amarilla

3.3.2.6. Fotos e infografías

Las fotos o infografías son aquellos recursos gráficos que el periodista ha colocado para beneficio de la comprensión de la información. Pueden ser fotos, gráficos, o infografías. Normalmente requieren mucho espacio en el diagramado de la página de un diario, así que solo noticias relevantes pueden contar con varios de estos recursos para explicar su noticia

En el análisis de este documento se clasifica y enumera a las noticias según la cantidad de fotografías, el número de infografías y cuántos gráficos presentes en la nota.

3.4. Recolección de datos cuantitativos

¿Qué va a ser medido?

Variable o concepto 1: Numero de noticias ambientales

Variable o concepto 2: Relevancia que se le da a la noticia ambiental

¿Qué o quiénes van a ser medidos?

Diarios Extra y Súper

¿Cuándo?

En el periodo del 7 de noviembre al 4 de diciembre de 2016.

¿Dónde?

En Guayaquil

¿Propósito al recolectar los datos es?

Demostrar la poca relevancia que tienen las noticias

¿Qué datos que se busca obtener?

Número de noticias ambientales durante el periodo seleccionado

3.4.1. Tabla de contenidos

Tabla 4. Tabla de contenidos

Semana 1	Tabla de contenidos	
	Súper	Extra
Lunes 7 de noviembre	1 noticia Mi familia (Página 12) Incluso apagados	1 noticia Información Judicial (Página 5) Incendio forestal en cerro azul dejó al descubierto un cráneo
Martes 8 de noviembre	1 noticia (Página 6) Conserva a su árbol	1 noticia Información de

	de mango	provincias (Página 10) Habría pistas del “asesino” de perros
Miércoles 9 de noviembre	1 noticia El muñeco del Barrio (página 4) Ya no aguantan tanta hediondez	
Jueves 10 de noviembre	1 noticia Parece mentira (página 12) Peces	
Viernes 11 de noviembre	1 noticia El muñeco del Barrio (página 4) Aquí apesta a “diablos”	
Sábado 12 de noviembre		
Domingo 13 de noviembre	2 noticias Súper pilosos (Página 8) ¿Sabías de dónde son originarios los caballos? Parece mentira (Página 17) camarón	
Semana 2		
Lunes 14 de noviembre	1 noticia (Página 3) Tres incendios solo el sábado	1 noticia Obra pública y servicios (Página 6 y 7) Planta de tratamiento de aguas residuales
Martes 15 de noviembre		2 noticia Información de provincias (Página 10) Aguajes causaron destrozos en Esmeraldas Suplemento 10 El Reino Vegetal
Miércoles 16 de		

noviembre		
Jueves 17 de noviembre		
Viernes 18 de noviembre	1 noticia Superpilosos (página 8) ¿Cómo se determina el sexto de las tortugas?	
Sábado 19 de noviembre	1 noticia Superpilosos (página 8) ¿Sabías cuál es el huevo más grande que existe?	Especial 1 noticia (Página 19) Adorne su casa con un jardín vegetal
Domingo 20 de noviembre	El muñeco del Barrio 1 noticia (página 6) Un Basurero en plena ciudadela	
Semana 3		
Lunes 21 de noviembre	2 Noticias El muñeco del Barrio (página 6) Chamberos “acusados” de desorden Planeta loco (página 11) Ratas con cosquillas	
Martes 22 de noviembre	2 noticias El muñeco del Barrio (página 4) En “otro idioma” Superpilosos (Página 8) ¿Conocías las fases de reproducción del panda?	
Miércoles 23 de noviembre	2 noticias El muñeco del Barrio (página 4) Respiran todo, menos aire puro Superpilosos (Página 8) ¿Sabías cómo aprenden las hormigas?	
Jueves 24 de noviembre	1 noticia Parece mentira (Página 12)	

	Mosquitos	
Viernes 25 de noviembre		
Sábado 26 de noviembre		1 noticia Especial (Página 2 y 3) Dyaria ya puede mover sus patas y su colita
Domingo 27 de noviembre	2 noticias Mi Familia (página 8) Mil arbolitos en Cerro Blanco Mi familia (Página 9) Presentarán nueva especie	
Semana 4		
Lunes 28 de noviembre	1 noticia Planeta loco (Página 12) Cabra sufría de ansiedad	
Martes 29 de noviembre		2 Noticias Suplemento 12 Volcanes y terremotos Información judicial (página 6) A Dyaria le “Pican” las patas por correr
Miércoles 30 de noviembre		
Jueves 1 de Diciembre	1 noticia Parece mentira (Página 12) Gallos	
Viernes 2 de diciembre		
Sábado 3 de diciembre		
Domingo 4 de diciembre		

4. ANALISIS DE RESULTADOS

Durante el mes de recolección de la muestra se contabilizaron exactamente 28 ejemplares de cada diario, Súper y Extra. En el caso de Diario Súper, 22 noticias tratan alguna temática ambiental, la mayoría en notas curiosas sobre la naturaleza. En el caso de diario Extra fue muy inferior este número. De los 28 ejemplares, solo se reconocieron 9 noticias que traten de algún tema ambiental.

4.1. Análisis de contenido

4.1.1. Diario Súper

4.1.1.1. Noticias ambientales en titulares

De las 22 noticias ambientales tratadas por el diario Súper, 13 tuvieron una duración corta, estas en su mayoría de casos trataban de notas curiosas sobre la naturaleza. 4 tuvieron una duración media y 5 reflejaron una duración extensa.

Tabla 5. Extensión de la nota informativa (Súper)

Extensión de la nota informativa	
Subcategorías	Número
Corta (Un párrafo o dos)	13
Media (Media carilla)	4
Extensa (Una carilla entera o más)	5

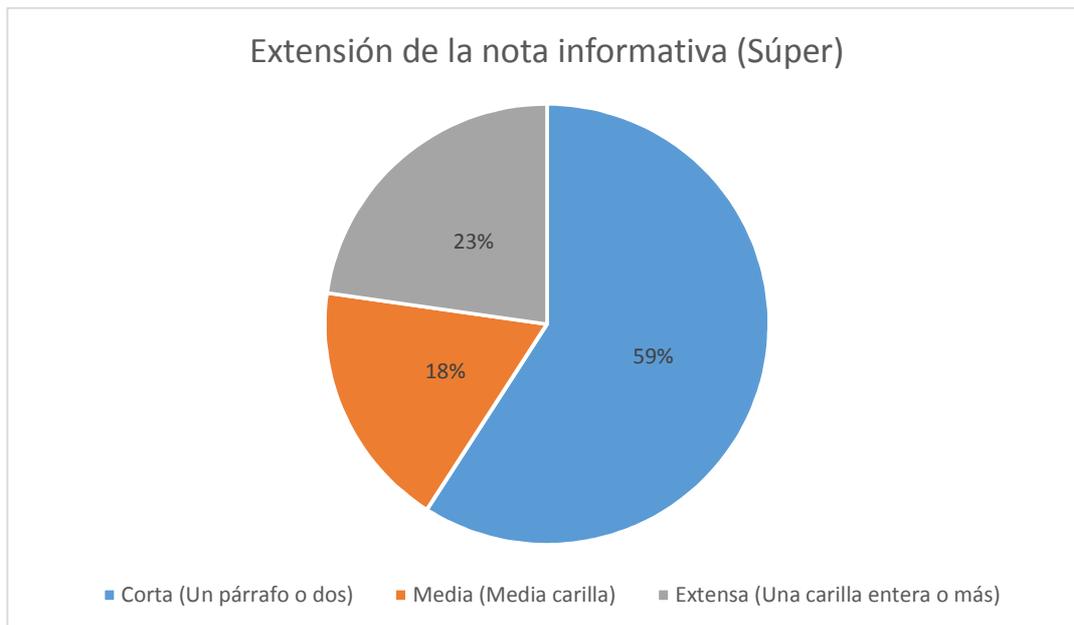


Figura 1. Noticias por extensión de la nota informativa (Súper)



Ejemplo de nota de extensión media (Súper)

4.1.1.2. Fuentes utilizadas

De las noticias ambientales tratadas por el diario Súper, tan solo 1 contó con fuentes oficiales, mientras que las fuentes expertas se presentaron en 2 casos. Por otro lado la cantidad de testimonios ciudadanos es muy superior, llegando a ser 8 casos.

Tabla 6. Fuentes utilizadas (Súper)

Fuentes utilizadas	
Subcategorías	Número
Cantidad de fuentes oficiales	1
Cantidad de fuentes expertas	2
Cantidad de testimonios de ciudadanos	8

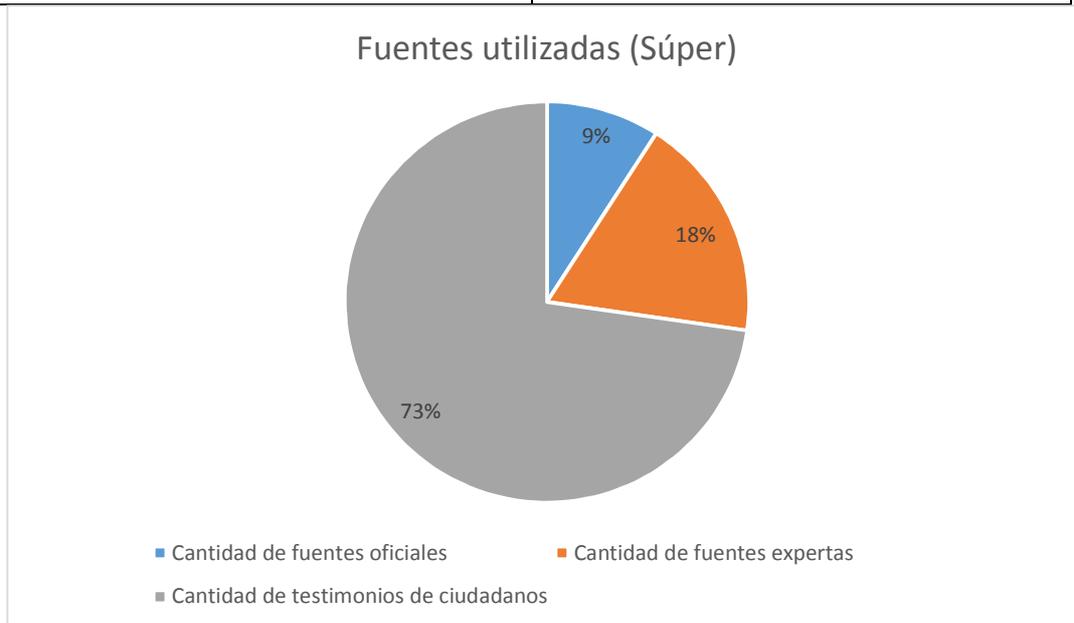


Figura 2. Noticias por fuentes utilizadas (Súper)

Ya no aguantan tanta hediondez

Toñito Barrios.
Vecino y muñeco

A 'azufre' apesta en la manzana 9 de la cooperativa Estrella de Belén, en el sector de la Juan Montalvo, al norte de Guayaquil, donde lo único que brilla, pero por la ausencia, es la salubridad.

Según me contó mi amiga Silvia Urgiles, quien habita justo en la 'esnaqui' de esta 'piscipoza' de agua putrefacta, los trabajos fueron ejecutados a medio talle, ya que ellos fueron los 'premiados' sin la obra de alcantarillado, y las aguas servidas llegan como 'río' porque se estancan en este tramo.

"Mi hijo se cayó y hasta tragó esa agua, ya que viene de allá atrás de esas casas, porque no construyeron el ducto", indicó mi casi hermana, quien afirmó que deben permanecer encerrados en 'las caletas', porque la pestilenza ya no se aguanta.

Y es que para rematar, me dijo mi socia, quienes circulan en sus 'cacharritos', hacen que la 'pestilencia' aumente, porque remueven el agua de la 'piscipoza' que se ha formado con el pasar del tiempo.

Mis amigos quienes andan en moto, en cambio, aprendieron a 'la fuerza' a hacer malabares, pues nadie quiere terminar 'oloroso', rumbo

a sus 'camellos' o sus lugares de destino.

Por tal motivo, mis yuntas piden a las autoridades pertinentes, que terminen la obra, a fin que todos puedan gozar del servicio de alcantarillado, que es básico en toda sociedad.

Mis amigos no quieren que alguien termine en el hospital a causa de una infección estomacal, pues a la hora de 'la papa', todas las ganas se les van porque ni un tanque de oxígeno sería suficiente para que mis parceritos puedan estar 'tranquis' en la comodidad de su hogar, ya que más bien han llegado hasta pensarlo mil veces si regresan o no a casa.

"No se exagera Toñito, pero esto apesta demasiado, ya no se aguanta... No sabemos por qué este tramo lo dejaron así y no concluyeron con la obra", argumentó mi vecina Arlette Pinay, quien teme por sus tres pequeñitos, de 10, 6 y 2 años.

"Los más perjudicados son los niños... Uno como quiera aguantar un poquito más, pero usted que está aquí puede darse cuenta que esto es insostenible", finalizó.

Realmente mi socia tiene 'toda la boca' llena de razón, pues solo un 'chance' que estuve en esta barnada casi hasta vomitar 'el apellido'. Ojalá las autoridades hagan algo al respecto. **UR. ■**

Ejemplo de fuentes ciudadanas (Súper)

4.1.1.3. Género periodístico

De las noticias ambientales tratadas por el diario Súper, 4 fueron desarrolladas como noticias, 5 como crónicas, y 13 noticias se clasificaron como breves al tratarse de notas con mínima extensión y limitadas a dar información curiosa de la naturaleza. Por otro lado no hubo casos de reportajes ni entrevistas.

Tabla 7. Género periodístico (Súper)

Género periodístico	
Subcategorías	Número
Noticia	4
Reportaje	0
Crónica	5
Entrevista	0
Breves	13

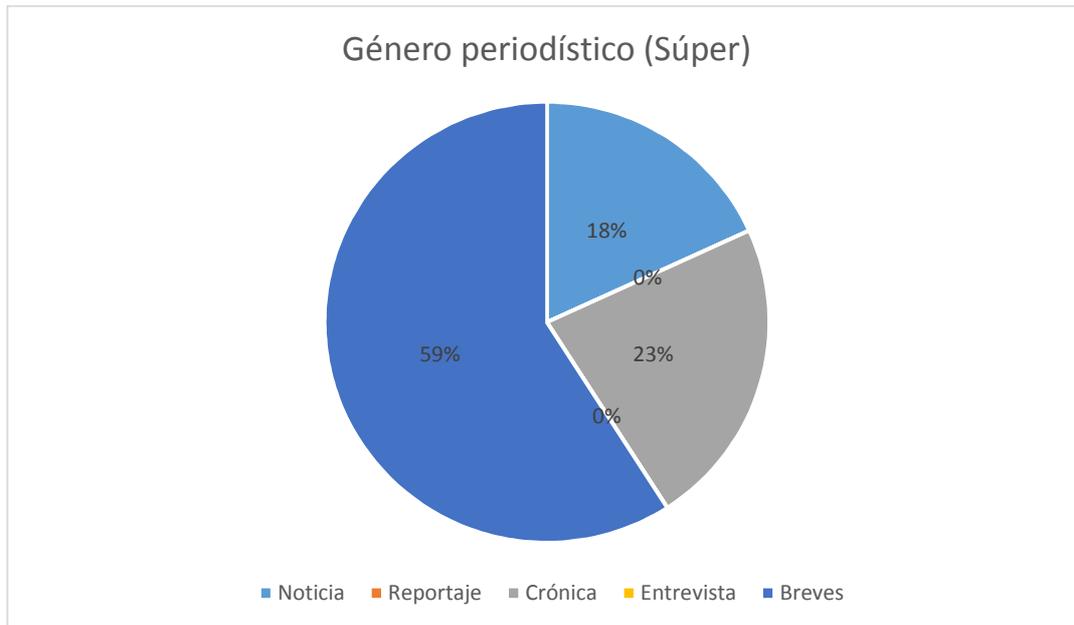


Figura 3. Noticias por género periodístico (Súper)



Ejemplo de breves (Súper)

4.1.1.4. Noticias ambientales en titulares

De las 22 noticias ambientales tratadas por el diario Súper, tan solo 2 ocuparon espacio

titular, específicamente en la contraportada del diario

Tabla 8. Noticias en titulares (Súper)

Noticias en titulares	
Subcategorías	Número
Titular en portada	0
Titular en contraportada	2
Sin titular	20

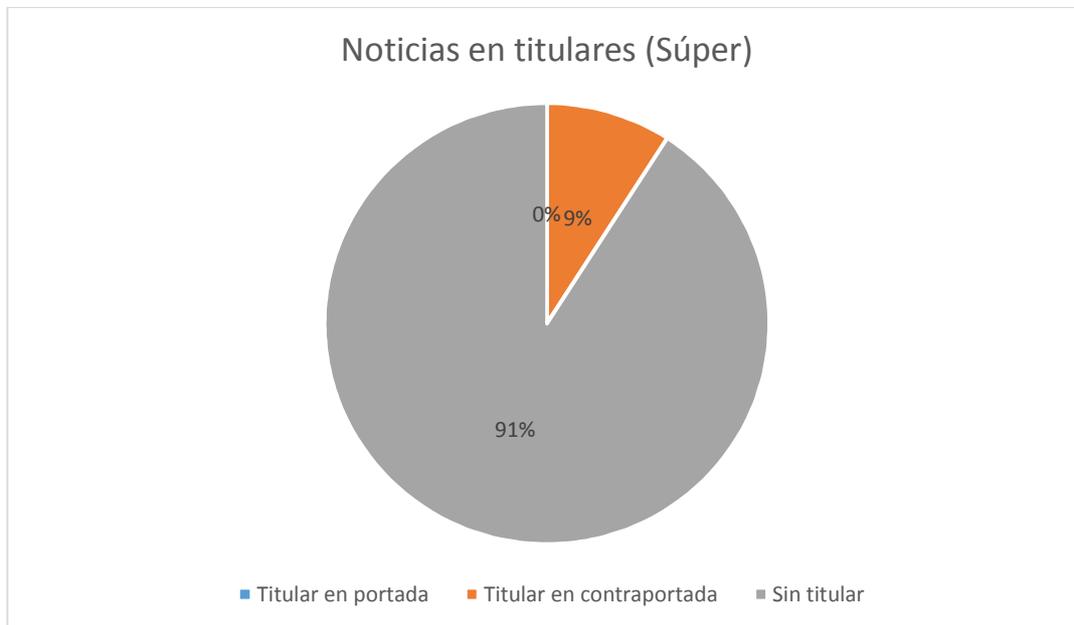


Figura 4. Noticias por presencia en titulares (Súper)



Ejemplo de noticia ambiental en titular de contraportada (Súper)

4.1.1.5. Fotos e infografías

De las noticias ambientales tratadas por el diario Súper, todas utilizaron fotografías como único recurso gráfico. En total se contabilizaron 41 fotos, ningún gráfico, ni infografía.

Tabla 9. Fotos e infografías (Súper)

Fotos e infografías	
Subcategorías	Número
Cantidad de fotos	41
Cantidad de gráficos	0
Cantidad de infografías	0

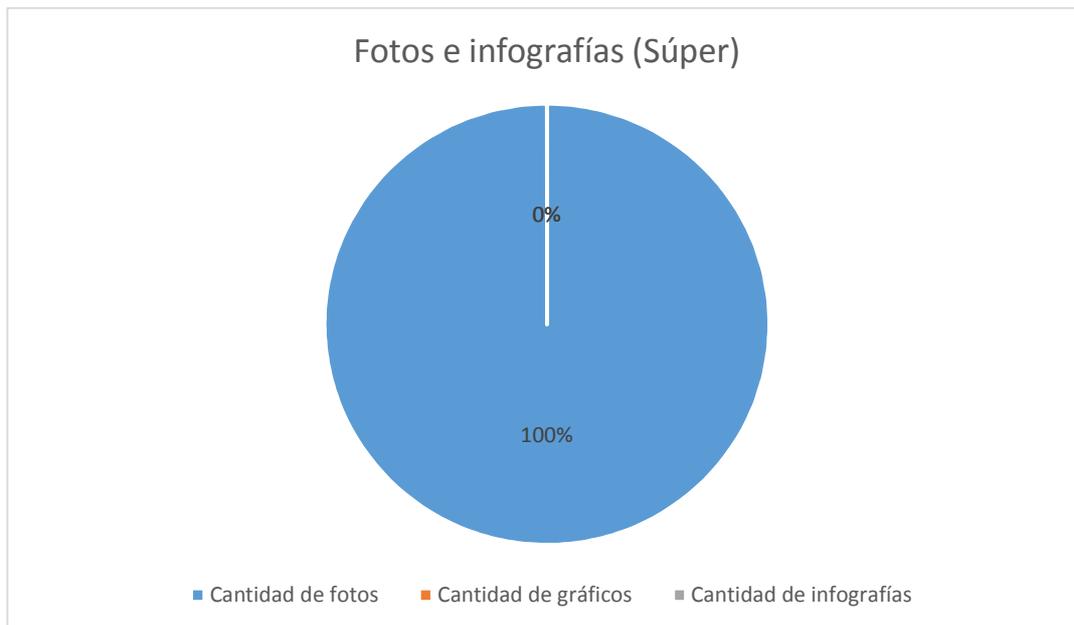


Figura 5. Noticias por cantidad de fotos en infografías (Súper)



Ejemplo de fotografías en nota ambiental (Súper)

4.1.2. Diario Extra

4.1.2.1. Extensión de la nota informativa

De las noticias ambientales tratadas por el diario Extra, 1 tuvo extensión corta, 4 tuvieron extensión media y 4 extensa.

Tabla 10. Extensión de la nota informativa (Extra)

Extensión de la nota informativa	
Subcategorías	Número
Corta (Un párrafo o dos)	1
Media (Media carilla)	4
Extensa (Una carilla entera o más)	4

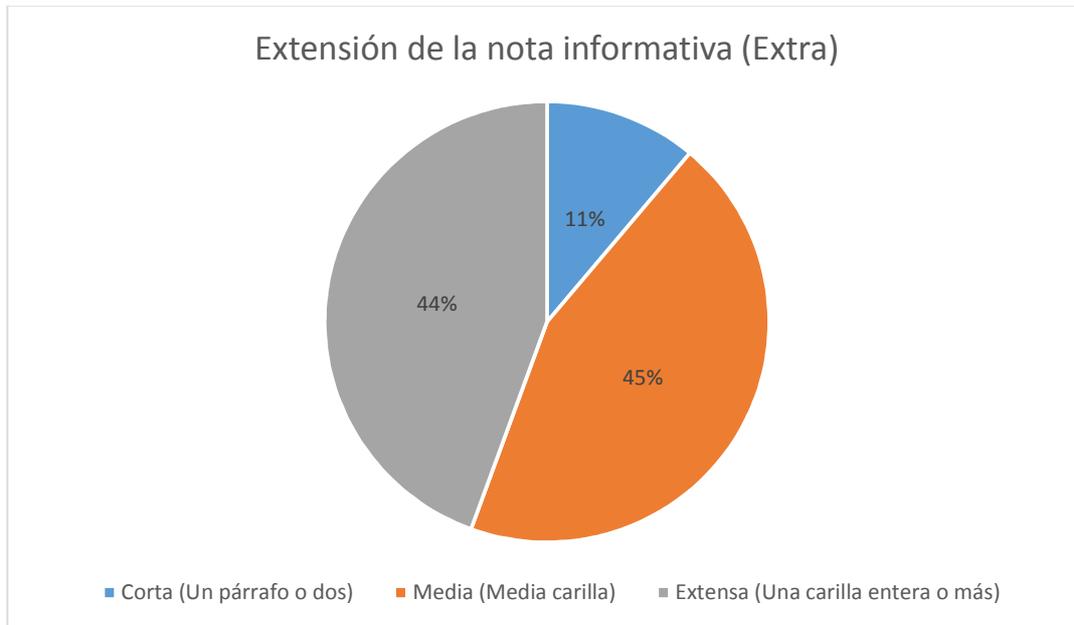


Figura 6. Noticias por extensión de la nota informativa (Extra)



Ejemplo de nota de extensión media (Extra)

4.1.2.2. Fuentes utilizadas

De las noticias ambientales tratadas por el diario Extra, se registraron 5 fuentes oficiales citadas, 5 fuentes expertas y 5 testimonios de ciudadanos.

Tabla 11. Fuentes utilizadas (Extra)

Fuentes utilizadas	
Subcategorías	Número
Cantidad de fuentes oficiales	5
Cantidad de fuentes expertas	5
Cantidad de testimonios de ciudadanos	3

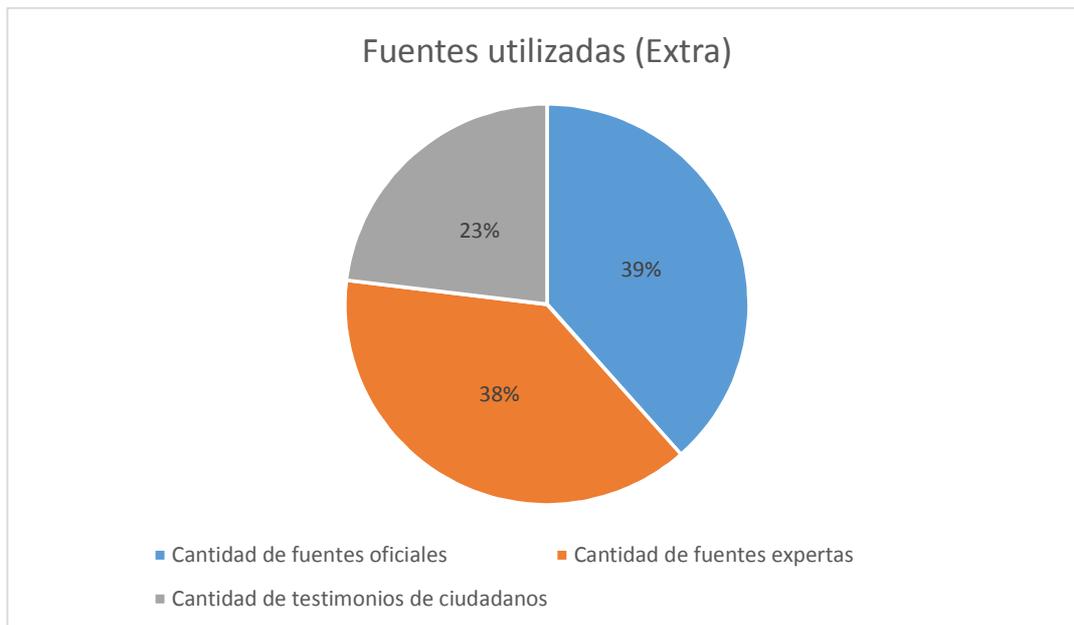


Figura 7. Noticias por tipo de fuentes utilizadas (Extra)



Ejemplo de testimonio de fuente experta (Extra)

4.1.2.3. Géneros periodísticos

De las noticias ambientales tratadas por el diario Extra, 2 fueron noticias, 3 fueron reportajes y 2 fueron entregadas en forma de suplemento educativo. Sin embargo no se registraron crónicas ni entrevistas.

Tabla 12. Géneros periodísticos (Extra)

Géneros periodísticos	
Subcategorías	Número
Noticia	2
Reportaje	3
Crónica	
Entrevista	
Suplemento	2

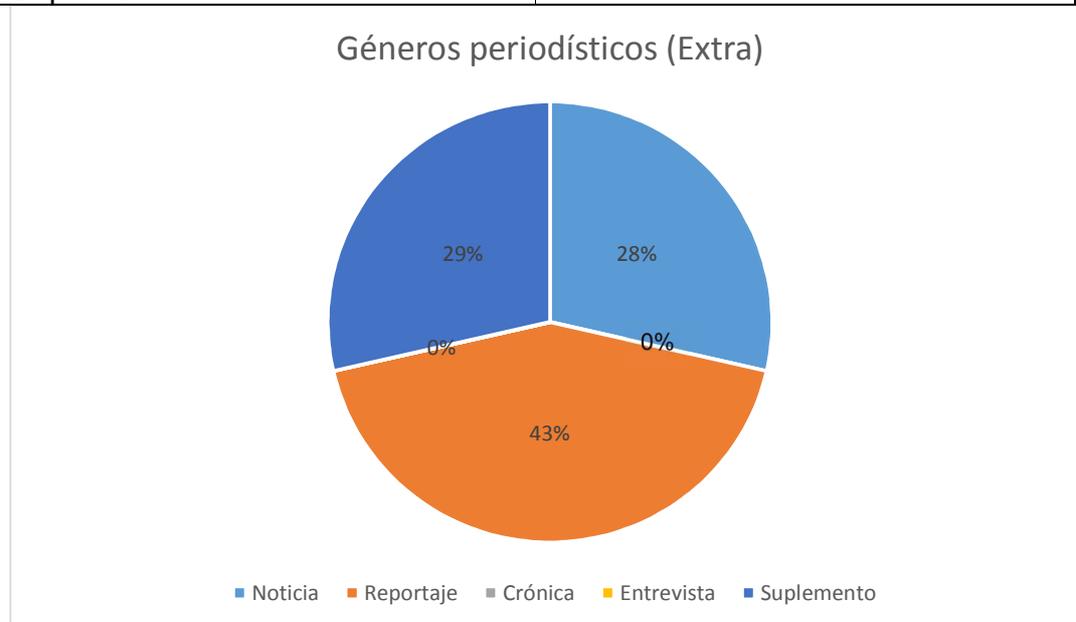


Figura 8. Noticias por género periodísticos (Extra)



Ejemplo de reportaje (Extra)

4.1.2.4. Noticias en titulares

De las noticias ambientales tratadas por el diario Extra, 2 son colocadas en portada, ninguna en contraportada y 5 no tienen titulares

Tabla 13. Noticias en titulares (Extra)

Noticias en titulares	
Subcategorías	Número
Titular en portada	2
Titular en contraportada	0
Sin titular	5

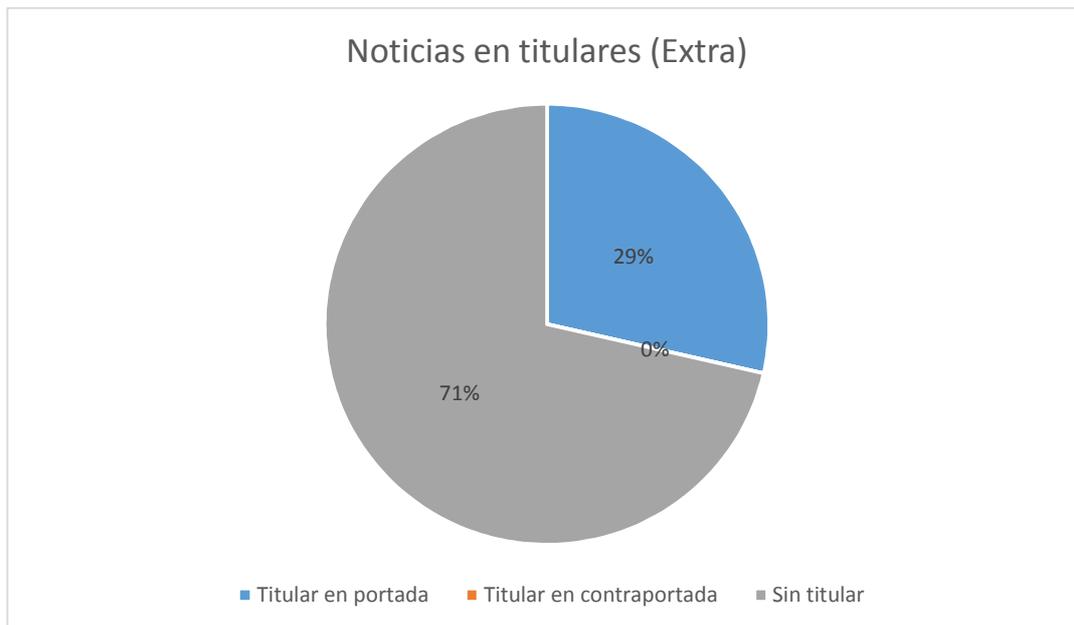


Figura 9. Noticias por presencia en titulares (Extra)



Ejemplo de noticia en titulares de portada (Extra)

4.1.2.5. Fotos e infografías

De las noticias ambientales tratadas por el diario Extra, 15 fotos fueron utilizadas, se mostraron 4 infografías y no existen gráficos.

Tabla 14. Fotos en infografías (Extra)

Fotos e infografías	
Subcategorías	Número
Cantidad de fotos	15
Cantidad de gráficos	
Cantidad de infografías	4

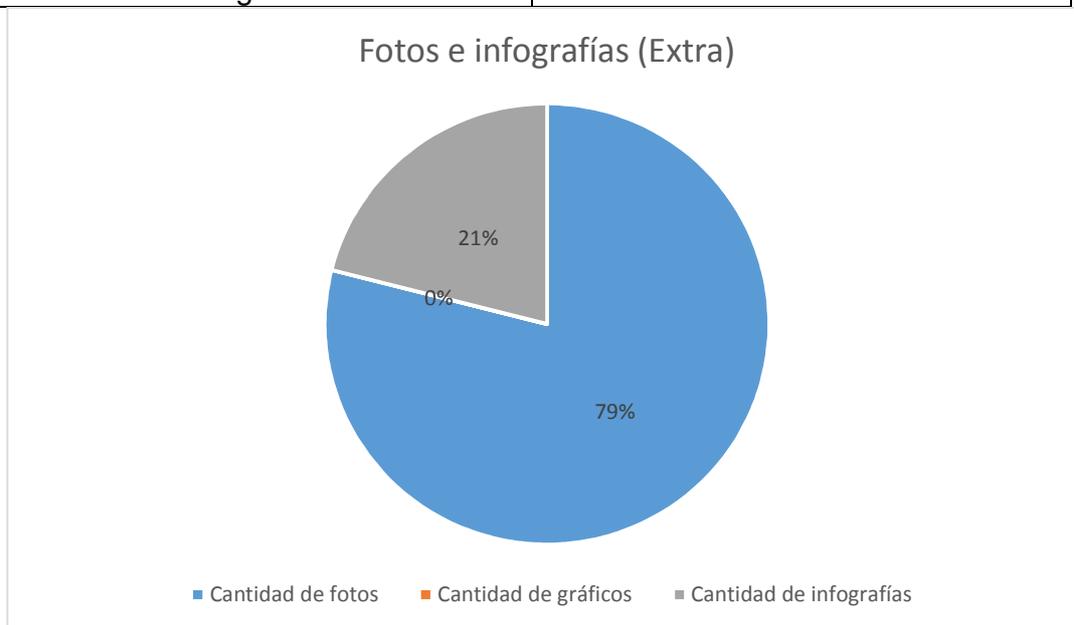


Figura 10. Noticias por presencia de fotos e infografías (Extra)



Ejemplo de fotografías en la nota (Diario Extra)

4.2. Criterios de noticiabilidad

4.2.1. Nivel Jerárquico

En el caso del diario Súper, las noticias tienen un nivel jerárquico bajo a gran escala. Sus crónicas de denuncia suelen ser limitadas en proyección y cantidad de personas implicadas. De todo el universo de noticias ambientales del diario durante la muestra, tan solo dos noticias tienen espacio en los titulares, pero en contraportada. Eso está relacionado con la poca jerarquía nacional y local que tienen sus notas.

En el caso de diario Extra sus noticias aunque son pocas, suelen gozar de gran trascendencia en el diario, ocupando mucho espacio para desarrollarles. De sus pocas noticias también dos ocupan espacio titular, pero en la portada de los ejemplares. La jerarquía de las noticias es superior a la del diario Súper, pero a nivel local solamente.

4.2.2. Frecuencia

La frecuencia de las noticias en diario súper podría considerarse ejemplar, ya que no

están muy lejos de colocar una noticia sobre el medio ambiente de manera diaria. Sin embargo es de considerar que las notas breves apenas forman gran parte de ese porcentaje.

En el caso del extra, las noticias ambientales se presentan en un promedio de a dos por semana, por lo cual podría considerarse bastante limitadas en número, pero sus notas suelen ser mucho más profundas que en diario súper.

4.2.3. Cantidad de personas implicadas

En el caso del diario súper las personas implicadas suelen ser las pertenecientes al sector de la ciudad que hace la denuncia. Hablamos de un barrio en algunos casos. El resto de las noticias no suelen implicar personas.

En el diario Extra las noticias tienen implicaciones variadas. En algunas se habla de poblaciones enteras, mientras que en otras puede tratarse de un barrio, o incluso de un pequeño grupo de personas. Las cantidades son de diferentes magnitudes según la noticia.

4.2.4. Proyección y consecuencias

En el caso del diario Súper las consecuencias en gran medida se ven reflejadas en la atención que las autoridades ponen para tratar las denuncias realizadas. En las notas curiosas pocas consecuencias pueden considerarse.

En el caso del Extra la información suele ser más completa y tiene relevancia nacional en la mayoría de situaciones. Sus consecuencias se basan en la medida en que los ciudadanos reciban la información. En algunos casos se trata de un desastre natural, o de un animal exótico, etc. No tienen mayor conflicto en general, y sus consecuencias podrían considerarse un poco limitadas.

4.2.5. Novedad

En el caso de diario Súper, la novedad es representada en noticias curiosas sobre la naturaleza, mismas que muestran información diferente a lo normalmente conocido por el ciudadano común sobre su entorno natural. El resto de publicaciones corresponden a

crónicas sobre basura en diversos sectores de la ciudad, las cuales están muy lejos de ser novedosas.

En el caso de diario Extra, hay menos noticias ambientales, sin embargo la mayoría son de gran extensión y su novedad se basa en tratar casos poco comunes como la intervención quirúrgica de una animal salvaje o un suplemento con información de los fenómenos geológicos.

4.2.6. Actualidad

El diario Súper trata varios de sus temas como denuncias actuales, sin embargo a la otra parte de sus noticias que se presentan como notas curiosas no. Estas notas breves contienen información que puede tener meses o años de existencia, sin embargo destaca por lo curiosas que son.

En el caso del diario Extra, la mayoría de sus noticias son de temas actuales y noticiosos, por ende tienen mayor valor como actualidad

4.2.7. Relevancia

La relevancia de las noticias en el diario Súper radica en el nivel de las denuncias que se hacen en Guayaquil. La mitad de sus noticias adquieren relevancia local gracias las denuncias. El resto de noticias no gozan de esta característica. La relevancia es eficiente a nivel local pero limitada.

En el caso de diario Extra, sus noticias adquieren relevancia nacional en varios casos ya que tratan temas ocurridos en el país, no solamente en Guayaquil, por lo cual podría considerarse más completas.

4.2.8. Conflicto

Las noticias de diario Súper podrían considerarse más conflictivas por el hecho de que al ser de denuncia, son reclamos a las autoridades del sector. Estos reclamos esperan una solución final. En algunos casos las denuncias han generado resultados publicados por el diario incluso. En el caso de las notas curiosas no hay conflicto alguno.

En el caso de diario Extra no hay demasiado conflicto presente en las notas. La información suele estar suficientemente desarrollada y ser útil para el común ciudadano. No predominan las noticias de denuncia como temas ambientales

4.2.9. Proximidad geográfica

Las noticias en diario Súper en la mitad de los casos cumplen con una proximidad alta debido a que son crónicas sobre problemas urbanos de los sectores populares de Guayaquil, y el resto de noticias presentadas en notas curiosas suelen tener poca proximidad ya que en la mayoría de los casos tratan sobre especies animales que no se encuentran en la urbe Guayaquileña.

En el caso del diario Extra la proximidad no es tan pronunciada ya que trata temas que ocurrieron lejos de la ciudad en ciertos casos, pero tampoco es ajeno completamente a la realidad Guayaquileña, ya que hay noticias relacionadas con problemas del medio ambiente de Guayaquil o al menos cercanas al ambiente del ciudadano común.

4.3. Porcentaje de noticias ambientales

Tabla 15. Número de noticias totales por diario

Número de noticias totales por diario								
Días de la semana	Semana 1		Semana 2		Semana 3		Semana 4	
	Súper	Extra	Súper	Extra	Súper	Extra	Súper	Extra
Lunes	55	18	40	33	41	18	36	20
Martes	51	26	49	34	57	28	47	24
Miércoles	47	28	51	27	53	26	40	19
Jueves	40	29	36	25	37	22	40	24
Viernes	49	27	47	22	29	21	44	21
Sábado	37	30	49	26	38	19	49	22
Domingo	49	20	51	19	47	17	47	24

Tabla 16. Número de noticias por mes

Número total de noticias por mes	
Súper	Extra
1256	669

Tabla 17. Número de noticias ambientales por mes

Número total de noticias ambientales por mes	
Súper	Extra
22	9

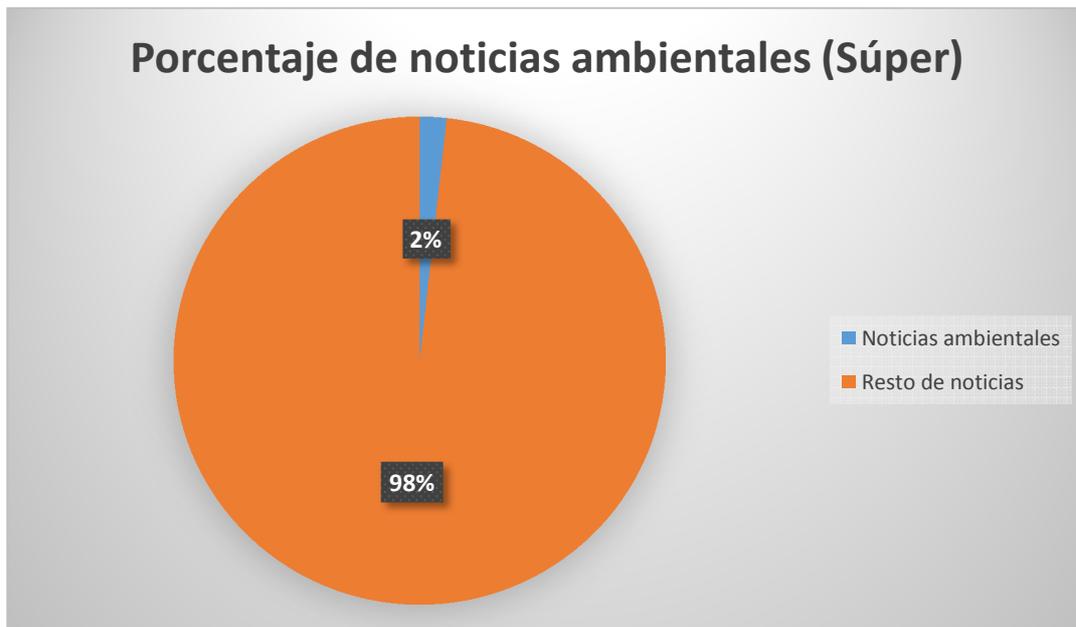


Figura 11. Porcentaje de noticias ambientales conseguido en la muestra (Súper)

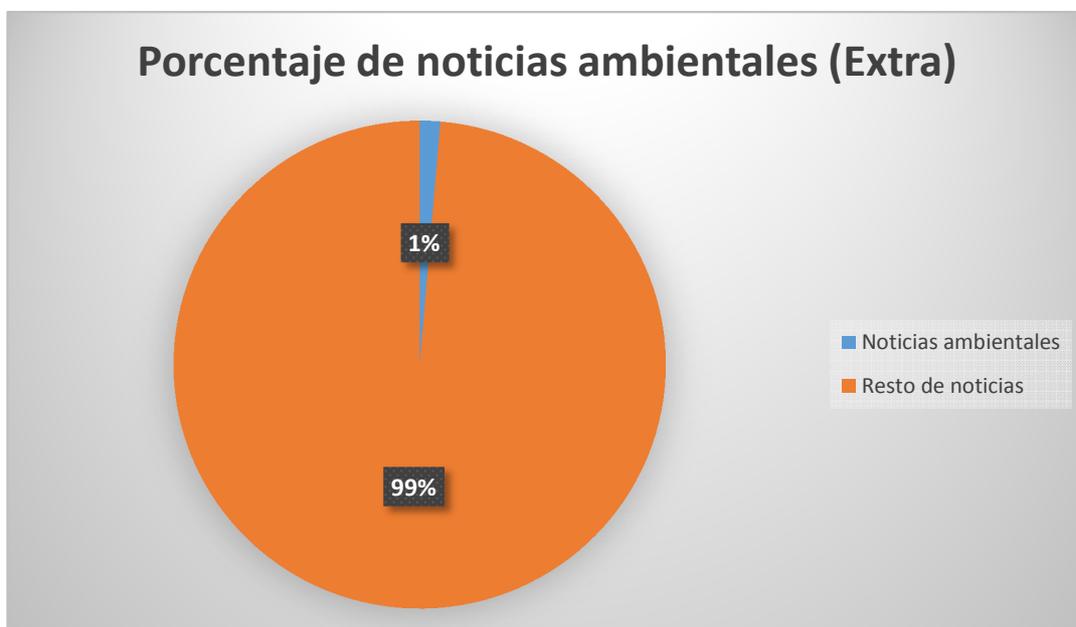


Figura 12. Porcentaje de noticias ambientales conseguido en la muestra (Extra)

4.4. Análisis bibliográfico

En el siguiente cuadro podemos apreciar los aportes de los diferentes investigadores sobre las características de los tabloides en Latinoamérica y como se aborda el periodismo ambiental en la prensa escrita

Tabla 18. Análisis bibliográfico

Autor	Características	Aporte técnico
Macassi	Sobre el tipo de público	Los lectores de diarios amarillistas suelen consumir otros diarios para poder estar al tanto de la agenda política. Por otro lado utilizan los diarios amarillistas como fuente de entretenimiento o satisfacción. Debido a esto se descubre que no hablamos de un lector de poca instrucción, ni desvinculado de la agenda política. Con esto se elimina ese paradigma de que este tipo de prensa se ocupa exclusivamente de personas de baja condición económica o algún tipo de grado social inferior
Florencia Berti	Sobre su contenido	Resaltar el morbo, incentivar la violencia y banalizar la vida social es la necesidad de la prensa amarilla.
Juan Manuel Yépez Carpio	Sobre su funcionamiento en la sociedad guayaquileña	El lenguaje coloquial popularizó fácilmente a este estilo de diarios. La jerga guayaquileña es muy especial y por tanto al ser usada por los medios tabloides, fácilmente fue bien recibida por los jóvenes que entendían el significado del lenguaje guayaco propio

4.5. Entrevistas a profundidad

Tabla 19. Entrevistas a profundidad

Directores de medio, editores y periodistas				
Comunicadores	Concepción del periodismo ambiental en Guayaquil	Inconvenientes del periodismo ambiental	Recomendación para el tratamiento de noticias ambientales	Características idóneas de la noticia ambiental
Eduardo Cedeño , Director de diario Súper, hasta el año 2014	Indirectamente diría yo que me ha tocado trabajar en cosas ambientales en periodismo y en su parte comercial. No podría decir que lo he pensado o lo he hecho ya que no conocía el término	El tema es tratado pero desde otra perspectiva, lejana a la ambiental.	Transformar los espacios de noticias que pueden ser ambientales, pero no tienen el giro ambiental	Manifestar directamente la importancia que tiene el tema ambiental para aquellos que vivimos aquí
Máximo García Ex editor de diario Extra, y cofundador de diario PP	Me veo a mí mismo como un periodista distinto de los demás porque desde esa primera época, tener conciencia ambiental no era fácil en el Ecuador.	Hay una falta de sensibilidad e incluso de formación que viene de la casa, la escuela, colegio universidad sobre los temas ambientales El periodista no ve más allá de las fuentes a las que está acostumbrado. Cree que solo los hechos	Crear un suplemento pequeño de cuatro páginas sobre temas ambientales	Llamar la atención con la noticia. La forma de la noticia es lo que cambia algo simple en algo interesante.

		involucrados con sangre deben ser contados.		
Juan Manuel Yépez Editor general de diario Extra	Creo que la gente tiene otras preocupaciones. Cuando te falta el trabajo, la comida, lo que menos te importa es el ambiente.	Las personas ven a los problemas ambientales como algo muy lejano a nuestro país y no están conscientes de su importancia.	Los periódicos deben tener una sección dedicada al periodismo ambiental, pero el problema no es ese, sino que sea más propositivo, y comience a darle educación al lector.	Hay que aterrizar la problemática ambiental en las personas que viven en los esteros por ejemplo. Debes llegar allá, ver cómo se vive, cómo se puede limpiar, que se puede hacer, qué estamos haciendo en el Ecuador.
Directivos universitarios y profesores				
Docentes	Concepción del periodismo ambiental en Ecuador	Inconvenientes del periodismo ambiental	Recomendación para el tratamiento de noticias ambientales	Características idóneas de la noticia ambiental
Paola Ulloa Profesora de periodismo ambiental en la ESPOL	La especialización es muy difícil. Eso se da en otros países. Aquí los chicos llegan a la región de ciudad y sucesos, y recién de acuerdo a la simpatía van a las secciones que se quedarán algún tiempo. Dicen que un periodista debe saber un poco de todo, pero eso no es cierto. El que sabe un poco de todo equivale a saber nada de nada	El problema del periodismo ambiental es que lo ven como un tono romántico. El periodismo ambiental se trata como cualquier otro periodismo. Se trata con cifras con fuentes oficiales, con investigaciones de		

		campo, entrevistas, etc		
Cecilia Herbas Profesora de periodismo ambiental de la UCSG		No creo que sea tan simple para los estudiantes tratar de temas ambientales, por ejemplo, no saben de dónde sale el agua con la que se bañan o temas que lo tratan muy superficialmente	La cuestión es no tratar estos temas a profundidad, sino hacer temas cortos que tengan que ver con la estructura del tabloide	

4.6. Triangulación de técnicas y datos

Tabla 20. Triangulación de datos

	Análisis de contenido	Entrevistas a profundidad	Análisis bibliográfico	Resultados
Porcentaje de noticias ambientales	Menos del 2%	Ocurre por falta de relevancia, falta de sensibilidad, o por falta de identificación con la problemática.	El morbo ocupa el mayor porcentaje en los diarios amarillistas.	Hay pocas noticias ambientales porque tienen características científicas que son difíciles de igualar con el contenido del diario
Tratamiento de noticias ambientales	Limitado a notas cortas, con contadas excepciones	Es limitado por la inexistente búsqueda del enfoque ambiental. La información no es tratada como noticia ambiental, sino como suceso	La prensa amarilla necesita vender violencia y temas que faciliten el morbo.	El tratamiento de las pocas noticias ambientales es limitado porque una gran extensión sería incompatible con el abordaje ligero que desea el diario.
Relevancia de las noticias ambientales	Mínima presencia en los titulares	Su relevancia es mínima debido a que se considera que hay poco interés en esta información por falta de identificación con el problema ambiental.	La relevancia de una noticia está directamente relacionada con la capacidad que tiene para ser vendible.	La relevancia está relacionada con el público, que desea otro tipo de contenidos ya que no se identifica con la problemática ambiental.

5. PROPUESTA

5.1. Manual de estilo sobre temas ambientales en prensa escrita, específicamente tabloides.

De las entrevistas se concluyó que entre los inconvenientes principales del periodismo ambiental en Ecuador están:

- La falta de interés de la edición general por buscar alguna connotación ambiental en los temas que tratan a diario.
- El bajo enfoque ambiental que reciben temas que claramente pueden tener connotaciones ambientales.
- La falta de especialización de los periodistas que tratan estos temas.

5.2. Manual de Estilo general para diarios tabloides Extra y Súper

El tipo de formato que se debe emplear en los diarios tabloides, de acuerdo a las sugerencias de los entrevistados y a la observación que se dio entre el 8 de noviembre hasta el 4 de diciembre de 2016, es mantener la estructura de las noticias del tabloide, en el sentido de que sean noticias cortas, pero que cumplan con el contexto, ya que es importante saber el antecedente, las consecuencias de un hecho. Los temas ambientales deben ser tratados de la mejor manera posible. Muchas noticias cuentan el hecho, pero no existe el número de veces que se ha producido ese hecho y las consecuencias que puede causar, como por ejemplo cuando publican una noticia de denuncia sobre un sector que está arrojando basura en un rincón de la ciudad. Es importante buscar a un especialista para saber que gravedad tiene el hecho y a cuántas personas afecta de los alrededores. El Extra y el Súper tienen noticias que deberían de ser tratadas como noticias ambientales, pero muchas de ellas son tratadas como sucesos o denuncias. Se sugiere también que existan pequeñas cápsulas para acoplarse al formato tabloide en la que hablen sobre el tratamiento de la basura, las formas de ahorrar energía y agua, etc.

Entre las recomendaciones específicas de los entrevistados para el tratamiento de noticias ambientales en medios tabloides constan las siguientes:

- Aterrizar la información ambiental: Con esto se busca que el público del sector tabloide no la sienta este tema como lejano a su realidad. Las personas tienen la concepción de que el medio ambiente y los problemas que está teniendo son exclusivamente cuestiones lejanas a nuestra realidad, ya que las noticias que ven normalmente, provienen de Europa o de países desarrollados. Al aterrizar la problemática a la realidad del Ecuador, es más sencillo que un tema ambiental logre ingresar en la conciencia colectiva de los ciudadanos guayaquileños.

- Volver atractiva la información: Las características propias del formato tabloide son claras y difíciles de cambiar, por lo cual las nuevas propuestas no pueden ser incompatibles con esta realidad. La información más científica debe ser bien enfocada en ser atractiva para el consumidor promedio de diarios tabloides de Guayaquil

- Especializar el periodismo ambiental: El trabajo del periodista ambiental, al igual que el del periodista político, o económico, requiere tener conocimientos específicos. La falta de especialización es un problema del periodismo ecuatoriano en general. Esto se refleja en los temas de medio ambiente, en los cuales los reporteros y redactores encargados de tratar la información, no tienen los conocimientos necesarios para tratar estos temas con la mayor precisión posible, con fuentes adecuadas y propuestas nuevas, ya que están en un terreno que no conocen a grandes rasgos.

5.2.1. Estructura de la noticia ambiental en medios tabloides

Cápsulas: Recomendaciones para evitar la propagación de enfermedades, el tratamiento de la basura, planificar el consumo de los productos para evitar los desperdicios, manejar estadísticas dentro de las cápsulas para causar impacto.

Noticias: Centrarse en la pirámide invertida. Cumplir con el contexto de la noticia. Realizar noticias interpretativas.

5.2.2. Principios del Periodismo

Contexto

Equilibrio

Atribución

Exactitud

5.2.3. Reglas de la estructura de las noticias

Cápsulas: Las cápsulas deben contener como mínimo una fuente y máximo tres, debido a que son solo recomendaciones.

Noticias ambientales: Redactar las noticias como temas ambientales y no como solo denuncias. Los diarios se quedan en el marco de la denuncia y no van más allá del hecho. Es importante mostrar cuántas veces ha ocurrido ese hecho, qué gravedad tiene y causa a los alrededores, qué medidas se están tomando para solucionarlas.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Entre las conclusiones están:

1. Mediante el conteo de noticias fue posible determinar que las noticias que tienen alguna relación con el tema ambiental, representan un porcentaje mínimo en el universo de noticias. En el caso del diario Súper, de las 1256 noticias solo hay un 2% de noticias ambientales y en el diario Extra, de las 669 noticias, solo el 1% corresponde a noticias ambientales.

2. Mediante las entrevistas a profundidad realizadas a editores y ex directivos de medios tabloides, fue posible determinar que las noticias ambientales ocupan un bajo porcentaje en los diarios tabloides por las siguientes razones:

- La falta de interés de la edición general por buscar alguna connotación ambiental en los temas que tratan a diario.

- El bajo enfoque ambiental que reciben temas que claramente pueden tener connotaciones ambientales.
- La falta de especialización de los periodistas que tratan estos temas.

3. Mediante el análisis de contenido fue posible determinar que en los diarios tabloides las que tienen cercanía con el tema ambiental, existen y son colocadas como noticias de sucesos, como periodismo de denuncia, etc.

6.2. Recomendaciones

Complementar los espacios que ya tienen noticias de tintes ambientales con información que ponga a consideración la importancia ambiental de esos temas para el beneficio del medio ambiente nacional.

Colocar información ligera en pequeñas capsulas, que expliquen de manera sencilla beneficios de la aplicación de medidas ambientales, tanto para la economía del ciudadano como para el ambiente en el que vive y crear conciencia.

7. BIBLIOGRAFÍA

Anónimo. (27 de Marzo de 2010). *Historia de los medios*. Obtenido de Lahistoriadelosmedios.wordpress.com:

<https://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/tag/tabloide/>

Berti, F. (2010). Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. En E. d. Comunicación, *Ensayos Contemporáneos. Edición V* (págs. 43-45). Buenos Aires. Obtenido de

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=6117&id_libro=163

- Canclini, N. G. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México D.F: Grijalbo. Obtenido de <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-n-1995-consumidores-y-ciudadanos.pdf>
- Cappellini, M. S. (2004). La prensa "Chicha" en Perú. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 31-37. Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj1i-iRzdTQAhXK4iYKHdl7AqwQFggeMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F160%2F16008806.pdf&usg=AFQjCNGby5O1tppah5VhbGNdpFgi4AOKOw&sig2=_Pymyr5PINXfdSdmYMY6qQ
- Carpio, J. M. (2013). *El auge de los diarios populares en las zonas suburbanas de Guayaquil*. Guayaquil.
- Corral, M. G. (15 de Enero de 2016). *El Mundo*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/>: <http://www.elmundo.es/ciencia/2016/01/15/5697a7ee22601dc2088b4607.html>
- Diana Armas, M. P. (2012). *Análisis del discurso político del Presidente Rafael Correa el 30 de septiembre del 2010 plasmado en un video documental*. Quito. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjhismpuPQAhXHQiYKHyaJc3AQFghYMAk&url=http%3A%2F%2Fdspace.ups.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F3456%2F1%2FQT03023.pdf&usg=AFQjCNHgeTTLzugZcbnmCzgKkYahWdsnew&sig2>
- Díaz, R. R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting*. Madrid: Obets. Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2297>
- Dr. Roberto Hernandez Sampieri, D. C. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F. Obtenido de https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
- Educativo, P. (3 de Enero de 2009). *Portal Educativo*. Obtenido de [portaleducativo.net](http://www.portaleducativo.net/): <http://www.portaleducativo.net/septimo-basico/318/Generos-periodisticos-cronica-noticia-reportaje-entrevista>

- Eloy Arias, e. B. (2001). Prensa sensacionalista Británica: La estructura narrativa en la historia de la familia real (1990-1997). En A. L. Bernal, *Comunicación, historia y sociedad. Homenaje a Alfonso Braojos* (págs. 509 - 511). Sevilla: Pinelo Talleres Gráficos. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=f_-HbIPvV20C&pg=PA509&lpg=PA509&dq=historia+de+los+diarios+tabloides&source=bl&ots=PM973P3609&sig=f-ouNYujl3yNtWB9WFai-S628ws&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjT6ujDpZ3QAhXJ0iYKHTjiCQYQ6AEIXDAO#v=onepage&q=historia%20de%20los
- Espin, M. (21 de Septiembre de 2011). *Marcespin.com*. Obtenido de Los formatos de periódico: la sábana frente al tabloide: <https://marcespin.com/2011/09/21/los-formatos-de-periodico-la-sabana-frente-al-tabloide/>
- Fernández, S. P. (2014). El periodismo ambiental como especialidad en las universidades españolas. *Prisma Social*, 335-363.
- Fuguet, A. (1998). *Tinta roja*. Madrid: Santillana. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/97347519/Fuguet-Alberto-Tinta-Roja-PDF>
- Lascano, S. A. (2016). *La cobertura de los medios televisivos posterior al terremoto del 16 de abril de 2016 en Ecuador. Estudio comparativo de Ecuador TV y Ecuavisa*. Guayaquil.
- Macassi, S. (2002). La prensa amarilla en américa latina. *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*, 14-19. Obtenido de <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/1417/1446>
- Martini, S. (2010). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos aires: Norma.
- Murgueytio, M. (2011). *Análisis de contenido de mensajes del medio de comunicación digital hondureño El Heraldito, Estudio de caso: golpe de Estado en Honduras de 28 de junio de 2009*. Quito. Obtenido de http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1291/14/TESIS_FINAL_IMPRESION_2%5B1%5D.pdf

- Noguero, F. L. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de educación*, 167-179. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>
- Osorio, S. N. (2007). La teoría crítica de la escuela de Frankfurt. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 104-119. Obtenido de <http://www.umng.edu.co/documents/63968/80132/RevNo1vol1.Art8.pdf>
- Petit, J. A. (1996). *Un formato que perdió sus espíritus*. Caracas. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAL7850.pdf>
- Rekondo, J. (2002). Información ambiental: ¿necesidad de especialización? *Mediatika*, 413-422. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4647654>
- Reyes, D. R. (2004). *Periodismo ambiental y periodismo sostenible*. Sevilla.
- Reyes, R. F. (2013). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fenix.
- Rojas, K. M. (2014). *Análisis de la jerarquización de noticias en función de los criterios de noticiabilidad y las rutinas productivas de los diarios El Universo y El Telégrafo en la cobertura de los saqueos producidos el 30 de septiembre de 2010*. Guayaquil.
- Thomson, R. (31 de Diciembre de 2005). *elmundo.es*. Obtenido de El formato sábana : <http://www.elmundo.es/suplementos/magazine/2005/327/1135967217.html>
- Tuchman, G. (1999). La objetividad como ritual estratégico: Un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *Profesión periodística*, 199-218. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=188607>
- Villacrés, K. (2004). *Lectura crítica de la influencia publicitaria en el consumo en los medios impresos en Ecuador*. Quito. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2715/1/Tesis%20Final.pdf>

8. ANEXOS

Anexo 1

Entrevista a Msc. Efraín Luna Mejía, director carrera de Comunicación, UCSG.

Miércoles 16 de noviembre de 2016

¿De dónde nace la materia “Periodismo ambiental”?

Cuando nosotros hicimos el rediseño de la malla curricular en 2012, nosotros vimos que una de las tendencias en el periodismo era darle importancia a todo lo relacionado con el medio ambiente. Se han dado muchas cumbres, se habla de que el futuro de la humanidad está en el medio ambiente, los tratados que en el mundo a nivel de las grandes potencias, etc. Vimos que había una gran auge de ese tipo de temáticas que debían ser tratadas por el periodismo, por el periodismo serio, por un periodismo donde sepan analizar las cosas, y nosotros vimos la necesidad de tener una asignatura en donde se les enfoque ese tipo de problemáticas. En donde se les haga conocer normativas, donde se les haga conocer la importancia que tiene esto para el desarrollo de un país, para el desarrollo turístico, industrial, económico. Hay algo que está ahí que se necesita manejar desde una forma profesional, no con apasionamientos. Nosotros creemos que si se maneja con mucha responsabilidad las cosas pueden funcionar mejor a nivel mundial.

También hicimos sondeos a nuestros graduados para saber qué importancia le dan los medios a esta información y vimos que cada vez hay más páginas en los periódicos, más reportajes, más documentales relacionados al medio ambiente. Entonces vimos que hay una necesidad patente a la cual se le requiere dar un tratamiento en una asignatura en la carrera de comunicación social.

¿Antes de que existiera esta materia, esta necesidad era tratada en alguna otro espacio?

De repente se lo tocaba en animación cultural, ya que los proyectos de animación cultural reflejaban situaciones con el medio ambiente, pero no había ese espacio que se necesita.

Esto es solamente parte del problema que hay en el mundo, porque entonces debe haber periodismo industrial, periodismo turístico. Sabemos que de repente no queremos especializar cada una de las áreas, pero sí creemos que cuidar nuestra casa que es el planeta tierra tendría que tener mucha más responsabilidad. Además que el desarrollo de la ciudad, del hábitat está relacionado con el medio ambiente.

¿Esta materia es optativa o fija?

Es una materia fija dentro de la malla, y se ubica en sexto ciclo, cuando los jóvenes ya tienen un manejo de análisis de otras temáticas para poder enfocarse en eso. Ya saben fotografía, han hecho video, radio.

¿Se tomó en cuenta la nueva constitución y la ley de comunicación para el análisis de la creación de la materia?

Sí, se analizó la parte legal que puso el Ecuador a través de la Asamblea Constituyente en donde se daba mucha importancia al medio ambiente. Ese fue otro factor muy importante para determinar la necesidad de que la carrera de comunicación pueda apoyar esa iniciativa que nos parece del todo muy buena.

Anexo 2

Entrevista a Cecilia Herbas, profesora de periodismo ambiental de la UCSG

Miercoles 9 de noviembre.

¿De qué trata la materia?

Primero hacemos una introducción al tema de ciencias, al tema de periodismo científico, al tema de las fuentes, la utilización de fuentes. Dentro de estos temas empezamos a trabajar redacción y la forma como lo están trabajando. Que es lo más complejo cuando empiezas a hablar de periodismo científico, que los chicos entiendan que tienen que leer papers.

El derrame del buque en el río nunca dijeron cuáles eran las razones, cuantas empresas lo hacen cuales son los temas de degradación ambiental que hay, cuantas veces ha ocurrido que la gente ni siquiera se entera y llegan haber graves daños en la planta entonces igual seguimos usando esa misma agua. Que la gente ni siquiera sepa de donde viene el agua de la ciudad de Guayaquil. Creo que eso no se dio. No se trató a profundidad el tema. Nos quedamos en el hecho noticioso, se derramó esto, por esa razón no va a ver agua, pertenece a tal político. Que hay dos a tres meses después, que hay de investigación, nada. Entonces se quedan en la superficialidad y lo que se trabaja con los chicos creo que lo complejo que lo hace es trabajar con cifras con datos, con fuentes, de quién dio esa información, por qué se dio, entonces cuando empiezas a tratar esos temas son lo que a veces suele ser más complejo que el tema de la redacción en sí que los chicos ya están, una de las fortalezas que yo creo que tiene la carrera es el tema de la redacción, es el tema que redactan excelente todos pero tienen bases fuertes que pueden ayudar en este tema.

¿En qué consisten las tutorías que envía Ud. en el parcial?

Tenemos dos tipos. Para mí es importante que ellos tengan un contacto con temas medioambientales cercanos dentro de la ciudad. Por ejemplo para este semestre vamos a tener dos temas: el uno que trata de que los alumnos busquen a una organización. Los alumnos harán dos salidas una es a un bosque seco, a un bosque protector de la ciudad de Guayaquil porque creo que estos son los pulmones de la ciudad, aunque no sea mucho, más allá del parque samanes que tenemos, no completamos lo que deberíamos

tener de áreas verdes, pero me parece que los bosques protectores son temas cercanos. Lo que hacemos es una visita al bosque a conocer el ecosistema, cuales son los árboles que están ahí por qué es importante ese bosque. El otro trabajo es revisar la campaña del rescate de la concha negra en el manglar. La concha negra está por desaparecer del país. Esta campaña está en Colombia, Perú y Ecuador.

Entonces en esto consiste la tarea, en que los chicos vean de qué trata la comunidad, como se manejan, qué es lo que está pasando. La idea es salir del aula de clase y hacer la práctica.

No creo que sea tan simple para los estudiantes tratar de temas ambientales, por ejemplo, no saben de dónde sale el agua con la que se bañan o temas que lo tratan muy superficialmente. Por ejemplo un tema coyuntural que trabajamos el semestre pasado fue acerca de los terremotos, sí pero que había detrás de los terremotos, pero que más había acerca de los terremotos, cuantas veces el Ecuador ha pasado por eso. Es importante saber cómo se está tratando la basura tecnológica en el país y los chicos no se dan cuenta. Lo que me parece complejo es cuando empezamos a usar estadísticas, cuando ya tienen que investigar cuales son las placas tectónicas. Se trata por desconocimiento del tema. Hay temas en los cuales se podría trabajar. Serían tips o temas pequeños que se pueden utilizar. Hay espacios que se pueden aprovechar por ejemplo en América Latina hay terrazas en la que aprovechan ese espacio para sembrar. Algo muy sencillo podría ser como reciclar los teléfonos. La cuestión es no tratar estos temas a profundidad, sino hacer temas cortos que tengan que ver con la estructura del tabloide. Los estudiantes siempre quedan impactados al saber cuánto se demora en procesar la basura.

Anexo 3

Entrevista a Paola Ulloa, profesora de periodismo ambiental en la ESPOL

Lunes, 7 de noviembre

¿De qué trata la materia de periodismo ambiental?

El periodismo ambiental en Guayaquil al menos se enfoca mucho en hacer proyectos que de alguna forma se relacionen con el medio ambiente, pero no hacen periodismo ambiental como tal. Acá se reformó el syllabus. El primer trabajo es un trabajo periodístico con una temática puramente ambiental, el segundo ya es un proyecto con la comunidad.

¿Su materia va enfocada exclusivamente a la conservación del medio ambiente y las amenazas que sufre?

El problema del periodismo ambiental es que lo ven como un tono romántico, o sea que ven cómo salvar a las focas, como un lobo marino con una red atravesada en el cuello o un anzuelo colgado del labio y eso se ve como una novela y así no es. El periodismo ambiental se trata como cualquier otro periodismo. Se trata con cifras con fuentes oficiales, con investigaciones de campo, se hacen entrevistas. No es que vivo entre las focas. Se trata de cuantos animales están sufriendo, cuantas especies, esto es un caso aislado, o es a gran escala. Cuántas veces sucede esto, quienes más están siendo afectados.

¿Este inconveniente del romanticismo, usted lo imagina en mayor escala cuando hablamos de medios tabloides?

En clase muchos chicos me traen noticias de como tiran basura en algún lugar, pero son incapaces de ir a un médico e investigar qué tipo de enfermedades se transmiten con esa basura en esta época del año. Pero se quedan en la pura foto entonces si hay un problema. Y este tipo de periodismo si da para dar soluciones. Le contamos a la gente que está pasando esto y por qué está pasando. Tal vez no en todas las notas pero sí.

¿Usted cree que las personas que hacen este tipo de periodismo no son especializados?

No, es muy difícil. Eso se da en otros países. Aquí los chicos llegan a la región de ciudad y sucesos, y recién de acuerdo a la simpatía van a las secciones que se quedarán algún tiempo. Dicen que un periodista debe saber un poco de todo, pero eso no es cierto. El que sabe un poco de todo equivale a saber nada de nada. Un periodista tiene que especializarse porque va a manejar fuentes. Por eso necesitamos periodista que sepan de economía que puedan hacer sondeos, para que no venga a un economista a escribir de economía, sino un periodista especializado en economía. Así mismo en ambiental, que haya un periodista que sepa sobre reacciones químicas, gases, etc.

En temas ambientales es normal colocar al periodista nuevo que no sabe mucho a hacerlos. Y como todos los que nunca hemos hecho algo, al principio lo hacemos mal, entonces lo enfocan mal. Cuando ya lleva mucho tiempo en reportería ya no lo ponen a escribir periodismo ambiental, lo ponen a escribir política o economía.

La nueva ley de comunicación establece al periodismo ambiental como información de relevancia pública, en colaboración con la actual constitución. ¿Cómo ve el tratamiento de los medios al respecto?

Cuando hablan del bien público hablan de que hay un marco jurídico para proteger el medio ambiente. Pero ahí viene nuestra concepción de que el estado no se debe resolver todo. Entonces ahí ya es decisión del medio hacer una sección semanal o mensual de periodismo ambiental, pero vemos que ni existe. Todo eso va en sucesos. La responsabilidad del estado está en la medida de que la ley establece que los medios de comunicación deben cubrir noticias ambientales.

¿Cuál es el formato idóneo para noticias ambientales en medios tabloides?

No hay un molde. Lo importante es que hay una porción digna porque todos los días hay noticia ambiental. Si haces la reportería se la encuentra. Es como si un día no hubiera una sección Guayaquil, o sección política en el país, eso es imposible porque todos los días hay noticias. En cuanto al tamaño va a depender de la reportería que haga el periodista o de la importancia de la noticia. Tampoco se puede colocar noticia porque todos los días debe haber noticia principal. Eso va a ser variable, debería ser variable. Podemos trabajar con tema y así evitar la coyuntura, y así podemos asegurar apertura

todos los días o todas las semanas. Creería que una sección ambiental se puede manejar en este país todos los días porque es un país mega diverso o sea que tiene una gran diversidad de ecosistemas. Por lo tanto debe haber un montón de noticias ambientales que no se están publicando. No somos un país como Egipto en donde hay solamente dos microclimas, la cuenca del Nilo y la Sierra. Acá tenemos algunos climas, paisajes algunos tipos de ecosistemas. Estos están siendo afectados por la actividad económica del país más allá de que sea estatal o privada.

Anexo 4

Entrevista a Ronald Soria, Periodista de la sección Guayaquil Metropolitano, diario Expreso

Llevo laborando desde el 90. En el universo y en el Comercio y llevo 12 o 13 años en el Expreso. Siempre he estado vinculado con los temas ambientales.

¿Cómo ha percibido la evolución del periodismo ambiental?

Por lo común no hay un periodismo especializado. Los periodismo no nos especializamos en ecología o ambiente, es parte de nuestra agenda. Así como a veces cubrimos una desgracia, un incendio en un mercado, cubrimos un incendio en un bosque. Son temas que a veces por interés propio del periodista lo vinculamos. En cuanto a la agenda hay periódicos que a veces tienen una sección una página, por ejemplo el Expreso, ahora ya no. Forma parte de lo que es la información del día a día. Dependiendo del interés que haya lo buscamos. Acá planteamos temas según el interés del periodista.

¿Cree que con el pasar de los años se cubre más las noticias ambientales o se ha mantenido estático el interés?

Yo creo que siempre ha habido interés de los medios por los temas ecológicos. Es como una moda, viene y va. Por ejemplo en este periódico tener una página de ecología ya no interesa, se lo desechó, pero no hemos perdido el interés por estos temas. Es más, hay un periodista asignado con ecología, medio ambiente. Entonces el ya tiene su agenda y el compromiso de lanzar un tema. Pero todos los periodistas estamos en la obligación de hacer ese tipo de temas. Entonces ni ha subido ni ha bajado. Es un tema que está permanente en la agenda de los periódicos. Lo digo porque he trabajado en los periódicos y siempre ha habido un interés en esos temas. No hay un periodismo especializado, cada uno tiene un compromiso personal con esos temas.

¿No existe algún tipo de obligación al respecto con estos temas?

No, porque hay un deber del periodista. Acá hay un parámetro editorial que uno tiene que cumplirlos. Igual que con los temas de interculturalidad. No es que siempre tiene que

haber pero siempre estamos mirando para ese lado

¿Cuáles dificultades ha tenido en estos temas?

Actualmente la dificultad mayor proviene de las fuentes oficiales. Hay temas que parecen fáciles de tratar pero se obstaculizan porque la institución estatal nos lo impide. Un ejemplo una vez hice un tema en playas sobre un estero que tenía salida hacia el mar y cuando entramos a la playa el representante del ministerio del ambiente nos exigió autorización para ingresar porque es un recinto protegido y está a cargo del ministerio del ambiente. Antes uno llegaba y hacía los temas. Ahora áreas como esas están cercadas. Muchos temas se quedan así en el trámite. Antes había más soltura. Solo dejan los temas que les interesan a ellos.

Anexo 5

Entrevista a Eduardo Cedeño, Director de diario Súper, hasta el año 2014

Lunes 28 de noviembre de 2016

¿Cuál es la historia de diario Súper?

El diario Súper inicia como un proyecto que inicia por el año 1999 cuando Carlos Pérez Perazo, el director del diario el universo tenía la idea de hacer un diario para el segmento popular, pero no de las características del diario Extra, que era un periódico con una presentación muy cruda de la crónica roja. Entendíamos que los lectores del segmento popular estaban acostumbrados a ese tipo de lectura y por eso el extra es un periódico que tenía y sigue teniendo una importante torta del mercado de lectores de periódicos populares. La intención de Carlos Pérez Perazo era hacer un periódico que pudiera leerse por cualquier persona del segmento popular sin tener esta reacción de esta parte sangrienta o la exhibición de la mujer. El proyecto no avanzó, Carlos Pérez falleció en el año 2003, y el proyecto fue retomado por Carlos Pérez Barriga, etc. Ellos decidieron que el proyecto tenía que salir adelante. Yo llegué al diario a la gerencia de redacción. Luego se dijo que yo manejaría la dirección del diario.

El diario salió con dos razones sociales distintas, con dos marcas distintas, con equipos distintos, una oficina (Para el universo) y otra (para el súper).

¿El extra ha cambiado con los años. El diario súper ha cambiado también con las nuevas restricciones?

El Súper cambió en que ya nos sacamos a la chica que salía en la página 24. Esa era una sección interesante, porque era la chica que quería ser modelo o impulsadora. Ella buscaba llamar la atención para la que contrate. A esa modelo sencilla le dábamos la oportunidad para que salga en el periódico y usara eso para buscar trabajo. Yo diría que en su esencia es el mismo periódico ya que no rompía ninguna norma.

¿Cómo ha percibido el periodismo ambiental a lo largo de su carrera?

Yo no te puedo engañar. De hecho el término no lo conocía. Indirectamente diría yo que

me ha tocado trabajar en cosas ambientales en periodismo y en su parte comercial. Indirectamente he estado más o menos vinculado con el medio ambiente. No podría decir que lo he pensado o lo he hecho ya que no lo conocía.

¿El periodismo ambiental nunca estuvo considerado como necesidad dentro del diario Súper?

No, no están consideradas en lo absoluto.

¿Eso va relacionado con el tratamiento de la información ambiental que muchas veces es tratada como noticia de suceso?

En ningún momento cuando nosotros teníamos nuestras reuniones en las que discutíamos nuestros temas yo le pregunte a alguien qué noticia tenemos para un tema ambiental, nunca, jamás. Yo diría que el término nos e conversaba e incluso no se conversa aún.

¿No existe algún tipo de conflicto con las nuevas leyes que consideran al medio ambiente como información de relevancia pública? ¿Han percibido algún tipo de presión al respecto?

No, y ese paralelismo entre la constitución y ley de comunicación nunca fue considerado. Nunca hubo la conciencia de que la información ambiental debía ser tratada.

¿A qué se debe eso?

Yo no te diría que es un tema rechazado, es un tema ignorado. Es más, si se hiciera la exposición de la importancia que tiene es probable que se haga conciencia de que sí se han tratado temas de eso, pero no se les ha puesto el tema ambiental. Se les ha puesto otro giro y por eso ha quedado en el aire.

No se lo toma del lado de hacer una conciencia de mejorar esa parte ambiental que nos afecta a los seres que vivimos aquí.

¿Cree que este panorama va a cambiar?

Yo creo que las noticias ambientales son tratadas, pero son tratadas desde otro punto de

vista. No veo ningún problema en que eso pueda cambiarse. Yo veo que hay mucho trabajo con los editores de los diarios para que hagan conciencia de que esa noticia tiene relevancia ambiental. Falta que se la ponga a través del giro ambiental.

El espacio para la información está, no hay que pedirlo. La batalla está ganada ya que el espacio ya está dispuesto. Lo más difícil es pelear por el espacio con su editor.

Anexo 6

Entrevista a Máximo García, ex editor de diario Extra, y cofundador de diario PP

Domingo, 11 de diciembre

Es editor del diario Extra y fundador del desaparecido diario PP el verdadero Cuéntenos un poco de su historia y su relación con el periodismo ambiental

Me gustaba mucho los temas que estaban fuera de Guayaquil. Mi estilo siempre fue la crónica. En ese entonces llegaron a mis manos unas publicaciones brasileñas de ciudad Curitiba, entonces me gustó mucho el tema ambiental desde esa época y empecé a publicar lo que llegaba de Curitiba entonces allá había un alcalde que se había preocupado mucho por el tema de ambiental, se llama Ricardo Lerner y este hombre desarrolla algunas campañas para mejorar la imagen de la ciudad, solamente para que tengamos una idea él sus periodos como alcalde logró que la ciudad se convirtiera en la ciudad más ecológica de todo Brasil. Esa primera época mía en los diarios impresos ya mostró esa conciencia ambiental que estaba en mí. Pude desarrollar una serie de noticias sobre el estero salado y ver la contaminación y ver de dónde venían las fuentes de contaminación. Montones de fábrica descargaban sus desechos directos al estero salado eran parte del gran foco contaminante de Guayaquil. Más las descargas propias de las casa, directas a los canales del estero hicieron que el estero se hiciera un poco envenenado donde la vida acuática era imposible. Existía en esa época algunos ramales donde los peces sobrevivían y actualmente, pero esos peces tuvieron que acomodarse diría yo a esos niveles de contaminación. A mí desde el punto de vista actual me veo a mí mismo como un periodista distinto de los demás porque desde esa primera época, tener conciencia ambiental no era fácil, la mayoría de mis jefes y mis compañeros solo estaban viendo la noticia diaria sin pensar que vivimos en mundo en donde hay que cuidar el espacio y metro cuadrado que habitamos. Así pasé mi experiencia en el Expreso. Luego el diario el Universo me llamó para que yo formara parte de la sección El País, y estando en la sección El País se produjo el conflicto bélico entre Ecuador y Perú, me tocó ser el primer periodista en entrar a la selva y descubrir lo que estaba ocurriendo y publicar la primicia de que Ecuador se estaba enfrentando a un conflicto bélico y dentro de ese conflicto también me estaba dando cuenta del daño que se le hacía a la naturaleza y

entre líneas ustedes pueden observar que también refiero al daño de la naturaleza que el conflicto generó. Eso fue en el año del 95.

¿Tuvo Inconvenientes al tratar los temas ambientales?

El grupo que trabaja en el diario Extra no ve más allá de las fuentes que constantemente visitan. El periodista que va a la morgue cree que sus únicas fuentes son los forenses y los policías que van a un levantamiento de cadáver o un fiscal, creen que los espacios sangrientos donde ocurre un hecho son los únicos que deben ser contados.

Yo a veces no publicaba muertos en las portadas, porque creía que ese no era el factor de venta importante en el diario extra. Habían otros factores de venta que el público estaba interesado de leer. Yo me aproveché de la baja que tuvo el diario extra, cuando hubo el cambio de moneda del sucre al dólar, para dar nuevos contenidos en el diario y si antes llegábamos a una clase popular muy baja, con esos contenidos nuevos yo pretendía llegar a una clase media o una clase media baja y cree una sección que no tiene que ver con el tema ambiental y es una sección del Lunes Sexy. Con eso logré que los periódicos del día lunes se lean en las oficinas de los grandes ejecutivos del Ecuador. Hicimos una encuesta directa y preguntamos qué diarios están leyendo en ese momento y revisamos el diario y cuando lo abrimos en la mitad tenía el Lunes Sexy. Este era un lector vergonzante que no aparecía en ninguna encuesta, pero por la encuesta directa que se hizo, nos dimos cuenta que teníamos lectores del sector alto del Ecuador, es decir el Extra se convirtió en un periódico que salió de los estratos bajos y subió a los estratos altos de la sociedad. Eso me permitió a mi mostrar contenidos diferentes, los cuales tenían que ver con el tema ambiental.

Yo creo que falta un poco de sensibilidad para que los medios traten temas ambientales. No creo que sea rechazo, porque a veces cuando ya se los invitaba a que tomen conciencia de un tema u otro ellos lo hacían, no lo rechazaban porque también era una orden, pero si notaba que había una especie de falta de sensibilidad e incluso de formación que viene de la casa, la escuela, colegio universidad sobre los temas ambientales uno que otro venía con una experiencia del campo porque su familia era del campo otro, de pronto tenía apego por los animales y su conciencia era diferente, pero

no rechazo y en algunas ocasiones si pudiera ser ignorancia, pero se lidiaba con todo eso en el día a día.

Colores del periódico

Todas las portadas que yo hacía, las generaba a partir de mis conocimientos de semiótica, entonces cuando yo elegía un fondo amarillo o un fondo negro y bordes amarillos con letras rojas, lo hacía intencionalmente y yo sabía el efecto que iba a provocar en el lector, pero más allá de eso, el diario tenía que visualizarse a mucha distancia, entonces, nosotros teníamos que crear un impulso, una reacción. Todo diario sensacionalista es un producto de reacción. Es decir, Ud. sale con un dólar en el bolsillo y ese dólar le tiene q servir para subirse a una buseta y regresarse a su casa y el resto de centavos que le quedan es posible que se compre una botella de agua, entonces el extra como producto de reacción tiene que ser tan bueno que a veinte metros de distancia le tiene que llamar la atención y decir wow, ese título me enganchó, que sin pensarlo dos a veces saca el dólar que tiene y compra un periódico sensacionalista, sea Extra o Súper y lo compra por reacción, no porque salió de su casa específicamente para comprarlo, entonces para lograr esa reacción tengo que jugar con los elementos semióticos y el color es uno de esos, especialmente en el sensacionalismo se utiliza mucho el color rojo, amarillo negro.

Si es posible darle al lector contenidos nuevos. Es 100% posible preparar un inserto y darle los contenidos que uno como emisor privilegiado quiere darle. Cree una sección basada en valores y salía los domingos, entonces un domingo yo contaba un cuento y la esencia del cuento era el perdón, al final había una reflexión sobre lo que era el perdón, y así sucesivamente Ud. iba a encontrar un cuento sobre el compañerismo, bondad, etc. Entonces un día me llama el dueño y dice Sr. García, desde cuando está saliendo esta sección? Digo pero ya tiene como 6 meses, entonces me dijo que eso está mejor para Expreso, pero que había hecho yo, salirme con la mía otra vez.

Si es posible meter temas ambientales, como lo hacen, cree un suplemento pequeño de 4 páginas sobre temas ambientales que la forma como Ud. llame la atención del lector, es lo que varía una cosa simple y una cosa que llame la atención. Es la forma como Ud.

lo haga. En el tiempo que yo estuve en diario Extra yo puse Perlas en el estiércol.

Diferencia en el Diario PP con los diarios tabloides

El día que a mí me llamaron para que creara una nueva marca, un nuevo diario con nuevas secciones, me llené de mucha satisfacción porque era lo que hubiese querido hacer en el diario Extra, quitar todo lo sangriento, el tinte del morbo, mujeres desnudas, porque siempre quise hacer periodismo positivo y propositivo, entonces cuando el gobierno me contrató para crear ese nuevo diario y mandé mis primeras ideas, se me dijo esto es lo que verdaderamente quiere el presidente un periodismo positivo y propositivo como tú lo estas proponiendo, entonces adelante con esta idea, con este proyecto y no hay ningún punto de comparación con la idea original de diario PP y diario súper y diario Extra, solamente podría decirse que medio se acercaba el tamaño y ni siquiera el tamaño porque lo que se hizo en diario Extra y diario súper son tabloides y diario PP Verdadero era un diario berlinés, luego se lo hizo medio berlinés, por el tamaño podría decirse que competían con diario Súper pero no, son totalmente distanciados de sus conceptos porque no se permitía desde el inicio que se trataran temas sangrientos y tampoco permití publicidad de licores y había una serie de prohibiciones y otras exigencias de atender mucho el tema del ciudadano, el tema de la dignidad humana, el tema de que sean protagonizan en política, en economía, en temas sociales la gente del pueblo que sea el analista, pero analistas como ciudadano común, a esa gente que también tiene voz porque sabe de economía y también la está sintiendo. Entonces no hay rasgo de comparación entre el diario Súper y PP, eran Súper diferentes, pero que pasó, esa propuesta en verdad se distorsionó en el camino cuando otras personas empezaron a manejar contenidos y yo tuve que dejar el diario y finalmente quedó en otras manos se distorsionó completamente el concepto.

Anexo 7

Entrevista a Juan Manuel Yépez, editor general de diario Extra

Martes 13 de diciembre de 2017

¿Cómo se tratan las noticias ambientales en diario Extra?

Para nosotros el tema ambiental es muy importante, no es tratado con la frecuencia que deberíamos, pero sí forma parte de la agenda. Nosotros participamos en una iniciativa de una joven para la limpieza del mar por ejemplo. Ella individualmente y sin ninguna ayuda emprendió una campaña para limpiar las playas de Santa Elena. Con esa campaña se recolectaron toneladas de basura. Nosotros además de cubrir la noticia, nosotros la afrontamos también como qué debe hacer usted cuando vaya a la playa. No bote basura, recoja los desperdicios, es decir fuimos muy propositivos en esa cuestión. Contamos con bastantes especialistas y biólogos marinos, etc. Además contamos sobre el descuido de los municipios ya que no cuentan con un plan suficientemente interesante para tener a primera mano del turista para poner tachos de basura ni un plan de prevención. Nosotros estamos muy vinculados con eso.

¿Cuál es la diferencia entre el tratamiento de la noticia ambiental entre un diario tradicional o un diario tabloide?

Los tradicionales tienen otra agenda, pero yo no creo que lo hayan descuidado. Lo ponen no tan frecuentemente como se espera pero sí publican información al respecto.

¿Las iniciativas nacen de los editores o de los propios periodistas?

Yo creo que los periódicos deben tener una sección dedicada al periodismo ambiental, pero el problema no es ese, el problema es cómo lo enfocas. Si lo haces de una perspectiva tremendista, ya en 20 años nos acabamos, la capa de ozono se destruyó, etc. O comienzas a ser más propositivo, y comienzas a darle educación al lector.

¿Usted considera que los temas ambientales son temas rechazados o ignorados?

Yo no creo que sean rechazados, creo que la gente tiene otras preocupaciones. Cuando

te falta el trabajo, la comida, lo que menos te importa es el ambiente. No podemos pretender que una sociedad como la nuestra tenga iniciativas ambientales si tiene que resolver sus problemas básicos de comida, trabajo o educación. La gente lo ve muy lejano y no ven que eso va a ocurrir en algún momento y nosotros vamos a ser los primeros afectados. Ellos lo ven como que eso no pasa aquí. Las noticias de temas ambientales normalmente vienen de Europa de Asia o de Estados Unidos. Por eso la gente como que la golpea directamente no lo ve.

¿Cuáles son sus recomendaciones a los que están estudiando periodismo ambiental?

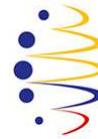
Yo creo que lo que hay que hacer es aterrizar la problemática ambiental en las personas que viven en los esteros por ejemplo. Debes llegar allá, ver cómo se vive, cómo se puede limpiar, que se puede hacer, qué estamos haciendo en el Ecuador, qué está haciendo la Espol, los jóvenes. Aterriza el tema ambiental aquí y yo creo que tendrá mucho éxito.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Romero Romero Carlos Eduardo**, con C.C: # **0950720136** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis de contenido de los tabloides guayaquileños sobre noticias relacionadas con el medio ambiente Estudio comparativo de diarios: Extra y Súper**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación y Periodismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de febrero de 2017

f. _____

Nombre: **Romero Romero Carlos Eduardo**

C.C: **0950720136**



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Romero Carvajal Cinthya Belén**, con C.C: # **0928952043** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis de contenido de los tabloides guayaquileños sobre noticias relacionadas con el medio ambiente Estudio comparativo de diarios: Extra y Súper** previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación y Periodismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de febrero de 2017

f. _____

Nombre: **Romero Carvajal Cinthya Belén**

C.C: **0928952043**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de contenido de los tabloides guayaquileños sobre noticias relacionadas con el medio ambiente Estudio comparativo de diarios: Extra y Súper		
AUTOR(ES)	Romero Romero Carlos Eduardo y Romero Carbajal Cinthya Romero		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Cortez Galecio Cristian Arnulfo, Msc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Carrera de Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciatura en Comunicación y Periodismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de febrero de 2017	No. DE PÁGINAS:	114
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación Ambiental, tabloides guayaquileños		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Periodismo, Medio ambiente, comunicación ambiental, ciencia, tabloides, Guayaquil		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

La presente investigación se enfoca en la relación entre la prensa escrita y el periodismo ambiental, específicamente en la forma en que se abordan los temas relacionados con el medio ambiente en los tabloides más vendidos de Ecuador: Extra y Súper. Ambos diarios representan la propuesta popular de dos grandes emporios de la prensa escrita ecuatoriana: Grupo Martínez Marchan y El Grupo Pérez, que tienen a su haber Expreso y El Universo, respectivamente, ambos con sede en la ciudad de Guayaquil. Si bien, algunos de los diarios serios y de formato sábana grande, han incluido en sus noticias el enfoque ambiental, otros, han creado secciones para cumplir este objetivo, esto no sucede adecuadamente en el formato tabloide, cuyas características de brevedad, sensacionalismo y amarillismo banalizan el enfoque ambiental. Se parte de la definición de formato tabloide y su contenido, estética y aportes al periodismo escrito, para luego, enfocarse específicamente en la forma en que presentan las noticias ambientales o si dicho enfoque ambiental, está presente transversalmente en las noticias. Pese a ser una investigación evidentemente cualitativa, se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos para analizar los contenidos de la muestra, como fueron: análisis bibliográfico, entrevistas a profundidad a expertos y especialistas, análisis de contenido y

triangulación. Finalmente se contextualizó la realidad actual con la preparación que las universidades de la ciudad que forman a los futuros periodistas, para determinar si esa formación está acorde con la necesidad de conciencia ambiental del nuevo milenio.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0996835908	E-mail: Carlos.romero0404@gmail.com 14jbcintha@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Sonia Margarita Yanez Blum	
	Teléfono: +593-991923729	
	sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		