



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LOS ROLES PROFESIONALES PERIODÍSTICOS EN EL CONTENIDO
NOTICIOSO DE LOS DIARIOS MACHALEÑOS. CIERRE DE CAMPAÑAS
PARA ALCALDE Y PREFECTO 2019.

SOTOMAYOR FLORES MARIA BELEN
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LOS ROLES PROFESIONALES PERIODÍSTICOS EN EL
CONTENIDO NOTICIOSO DE LOS DIARIOS MACHALEÑOS.
CIERRE DE CAMPAÑAS PARA ALCALDE Y PREFECTO 2019.

SOTOMAYOR FLORES MARIA BELEN
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

LOS ROLES PROFESIONALES PERIODÍSTICOS EN EL CONTENIDO NOTICIOSO
DE LOS DIARIOS MACHALEÑOS. CIERRE DE CAMPAÑAS PARA ALCALDE Y
PREFECTO 2019.

SOTOMAYOR FLORES MARIA BELEN
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

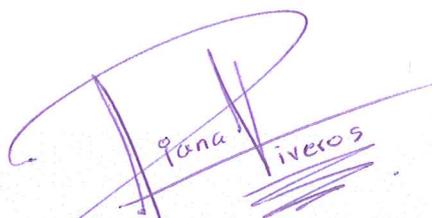
VIVEROS AGUILAR DIANA CAROLINA

MACHALA, 30 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA
30 de agosto de 2019

Nota de aceptación:

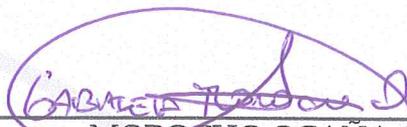
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Los roles profesionales periodísticos en el contenido noticioso de los diarios machaleños. Cierre de campañas para Alcalde y Prefecto 2019., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



VIVEROS AGUILAR DIANA CAROLINA

0704799154

TUTOR - ESPECIALISTA 1



MOROCHO OCANA GABRIELA ANDREA

0705046514

ESPECIALISTA 2



LAZO SERRANO LIZETTE IVONNE

0703025015

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 24 de septiembre de 2019 - 12:40

Urkund Analysis Result

Analysed Document: complexivo_mbelensotomayor.doc..docx (D54787926)
Submitted: 8/12/2019 6:37:00 PM
Submitted By: msotomayor_est@utmachala.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, SOTOMAYOR FLORES MARIA BELEN, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Los roles profesionales periodísticos en el contenido noticioso de los diarios machaleños. Cierre de campañas para Alcalde y Prefecto 2019., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 30 de agosto de 2019



Mr. Belen Sotomayor F.

SOTOMAYOR FLORES MARIA BELEN
0706630225

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi madre y a mi padre, quienes han trabajado duro para darme siempre lo mejor y estar apoyándome en todo, a mi abuela por toda una vida darme un buen ejemplo a seguir y sobretodo aconsejándome en los momentos que he querido desistir, a mis hermanos quienes siempre me dieron una mano y los ánimos que necesite en momentos difíciles, y a mis amigos que me acompañaron todo este tiempo.

A mis docentes quienes me han ayudado mucho en este camino, en mi vida universitaria y han tenido mucha paciencia conmigo, para transmitir sus conocimientos y sabiduría y así poder aplicarla en el mundo laboral.

AGRADECIMIENTO

Agradecerle a Dios por sus bendiciones, a mi mamá y mi papá por creer en mí y por tanto que me han brindado, sobretodo en momentos difíciles, y a mi hermana y abuelita por darme consejos y alentar a seguir adelante.

Mi agradecimiento también es para la Universidad Técnica de Machala por ofrecerme la oportunidad de estudiar y recibirme en esta prestigiosa institución y a mi tutora, licenciada Diana Viveros por la paciencia, esfuerzo y gentileza dedicada hacia mí.

RESUMEN

En el siguiente proyecto se realizó la investigación de los roles profesionales periodísticos, aplicados en los medios de comunicación impresa de la ciudad de Machala, en la provincia de El Oro. A causa de la temática, en este proyecto de titulación se ejecutó el respectivo análisis de contenido, escogido en el tiempo de la semana de cierre de campañas electorales 2019, en donde los candidatos a alcalde de la ciudad y a prefectos de la provincia, dieron a conocer sus propuestas usando como estrategia a los diarios; la cual llevó a los periodistas a seguir la agenda de los mismos, y a redactar el hecho noticioso para informar a la ciudadanía.

Al momento del análisis, se tomó en cuenta los roles intervencionista, vigilante y leal facilitador dentro de las notas periodísticas escritas por los profesionales de los 3 diarios locales y así determinar cuál de estos es el que predomina en la redacción de cada medio de comunicación impresa.

También se realizaron entrevistas a los jefes de redacción de cada medio para hacer un pequeño contraste sobre la manera que redactan los profesionales, y obtener más conocimiento del campo laboral de un periodista.

Palabras claves: roles profesionales periodísticos, contenido noticioso, fuentes periodísticas, campaña electoral.

ABSTRACT

In the following project, the investigation of professional journalistic roles, applied in the print media of the city of Machala, in the province of El Oro, was carried out. Due to the theme, the respective analysis was executed in this degree project of content, chosen at the time of the week of closing of electoral campaigns 2019, where the candidates for mayor of the city and prefects of the province, made their proposals known using the newspapers as a strategy; which led journalists to follow their agenda, and to write the news to inform citizens.

At the time of the analysis, the interventionist, vigilant and loyal facilitator roles were taken into account in the journalistic notes written by the professionals of the 3 local newspapers and thus determine which of these is the one that predominates in the writing of each print media.

Interviews were also conducted with the editorial staff of each media to make a small contrast on the way professionals write, and obtain more knowledge of a journalist's labor field.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN:	6
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	8
3. OBJETIVOS:	8
3.1. OBJETIVO GENERAL:	8
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	8
4. CONTEXTUALIZACIÓN:	8
5. JUSTIFICACIÓN	9
6. DESARROLLO CONCEPTUAL	11
6.1. ROLES PERIODÍSTICOS PROFESIONALES	11
6.2. CONTENIDO NOTICIOSO	14
6.3. FUENTES PERIODÍSTICAS	14
6.4. AGENDA SETTING	15
6.5. CAMPAÑAS ELECTORALES	16
6.6. MEDIO DE COMUNICACIÓN IMPRESA (PERIÓDICOS – DIARIOS)	16
7. METODOLOGÍA	18
7.1. UNIVERSO Y MUESTRA:	18
8. RESULTADOS:	19
8.1. RESULTADOS DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	19
8.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS	22
8.2.1. ENTREVISTA A LCDO. HUGO CHUICO, JEFE DE REDACCIÓN DE DIARIO “CORREO”	22
8.2.2. ENTREVISTA AL AB. HUGO QUEVEDO, DIRECTOR DE DIARIO “OPINIÓN”	22
8.2.3. ENTREVISTA A HÉCTOR CEBALLOS, PERIODISTA EMPÍRICO DE DIARIO “EL NACIONAL”	23
9. CONCLUSIONES	24
10. RECOMENDACIONES:	25
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26
12. ANEXOS	28
12.1. MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	28
12.2. ENTREVISTAS:	46
12.3. BANCO DE PREGUNTAS PARA REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	51
12.4. TABULACIONES DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	52
12.5 FOTOS	66

1. INTRODUCCIÓN:

En Ecuador los medios tradicionales juegan un papel importante dentro del proceso de comunicación, ya que estos son los que emiten la mayor información del país y tienen un alto nivel de credibilidad en la ciudadanía. De esta forma se conoce la labor periodística que consiste en buscar y recolectar datos para así analizarlos y transformarlos en información que será dada a conocer al público.

Según Pellini (2014) “el periodismo trata de concienciar a la sociedad presentando una imagen del mundo, mediante, fotos, texto, etc” (parr. 2). Siempre se muestran los hechos y acontecimientos de lo que está pasando en nuestro entorno social, laboral, económico, político, informando a los habitantes.

En la provincia de El Oro existen 3 medios de comunicación impresa, los cuales son Diario Correo, Diario Opinión y Diario El Nacional.

Los roles que los periodistas perciben como propios influyen directamente en sus acciones profesionales, dentro del proceso informativo. Son la manera de redactar y estos se aplican de manera internacional con periodistas del todo el mundo en los diferentes medios de comunicación.

Los medios de comunicación siempre dan a conocer lo que acontece en el país en diferentes ámbitos, están presentes en los acontecimientos más importantes.

Uno de los eventos políticos más recientes en la ciudad de Machala y en el país fueron las elecciones para alcaldes y prefectos que se dieron a nivel nacional en marzo de 2019. Los candidatos siempre piden un espacio en los medios de comunicación y no solo me refiero a espacios publicitarios sino a espacios informativos para tener publicidad. Los candidatos esperan ser los protagonistas de las noticias que los medios difundirán cada día. Esto con la finalidad de darse a conocer e informar cuál son los planes que tienen y de esa forma conseguir el voto ciudadano.

Las campañas electorales son la manera de competir entre los candidatos de los diferentes partidos políticos existentes en cualquier región, provincia o ciudad, usan diferentes métodos o técnicas para atraer a la población, como anuncios publicitarios, visitas a los barrios y sectores de la ciudad y de la provincia e incluso recurren a los medios masivos de comunicación como una estrategia política.

La mayoría de candidatos usan las emociones para ganarse al público o para tener votos seguros al momento de realizar campañas electorales, es fundamental motivar a la ciudadanía y tener poder de persuasión al momento de dar discursos; por ende, consiguen más votos que otros candidatos.

En algunos casos, los medios o los periodistas tienen preferencias en sus notas periodísticas hacia ciertos candidatos, es decir apoyan al personaje político y se involucran con los mismos y al momento de escribir una reseña, pueden no ser objetivos y dar una pequeña opinión o decir lo que piensan que es más conveniente para el candidato. En este caso es en cuando intervienen los roles profesionales periodísticos. En el cantón Machala, el alcalde electo del año 2019 fue Darío Macas, a pesar de haber sido un nuevo candidato al poder político, ganó las elecciones. La mayoría de la población dudaba de él, sin embargo, cumplió su objetivo, que era llegar al sillón municipal.

Con la finalidad de conocer qué actitud toma el periodista al momento de informar sobre los candidatos y las campañas electorales, se realizó un análisis de las notas periodísticas, se identificó qué rol es el que sobresale en los comunicadores de los tres diferentes diarios de la ciudad de Machala.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

¿Cuáles son los roles profesionales periodísticos que caracterizaron el contenido noticioso de los diarios locales de la ciudad de Machala durante la semana de cierre de campañas electorales 2019 para candidatos a la Alcaldía de Machala y Prefectura de El Oro?

3. OBJETIVOS:

3.1. OBJETIVO GENERAL:

Identificar los roles profesionales periodísticos que caracterizaron el contenido noticioso de los diarios locales de la ciudad de Machala en el lapso de la última semana de campañas electorales del año 2019 para la elección de alcalde y prefecto.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar la presencia del rol intervencionista en las noticias publicadas durante la última semana de campañas electorales de 2019 en los tres diarios de Machala.
- Analizar la presencia del rol leal-facilitador en las noticias publicadas durante la última semana de campañas electorales de 2019 en los tres diarios de Machala.
- Analizar la presencia del rol vigilante en las noticias publicadas durante la última semana de campañas electorales de 2019 en los tres diarios de Machala.

4. CONTEXTUALIZACIÓN:

El proyecto se trata del análisis de roles profesionales periodísticos en los diarios locales, en el lapso de la última semana de las campañas electorales 2019, en donde se realiza el respectivo análisis con una tabla de comparaciones en los 3 medios de comunicación escrito, para determinar cuál de estos son los que más destacan en los diarios locales de la ciudad de Machala.

5. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se hace con el propósito de dar a conocer los roles profesionales periodísticos que existen en los comunicadores sociales de la provincia de EL Oro, hacer un análisis de los mismos, y determinar cuál o cuáles resaltan en cada uno de los medios de comunicación impresa existentes en Machala. El tema a desarrollarse no es conocido por lo general en la población, los lectores conocen las actitudes de los periodistas cuando le ponen preferencia a cierta persona, pero no se entiende el por qué lo hacen o cómo se lo llamaría, esto ayudará a que sea de gran interés y ver desde otro punto de vista las noticias de los diarios locales.

Algunos periodistas pasan por alto lo que es el rol profesional periodístico al momento de redactar la noticia, pero esto ayuda a ejercer mejor la profesión y a identificar en qué mejor se destaca.

Los roles profesionales periodísticos son poco conocidos; debido a que cada profesional aplica diferentes formas de usarlos al momento de redactar, es por esto que se ha elegido los tres medios de comunicación impresa locales para analizar las noticias de los mismos y llegar a identificar cuál es el rol que los caracteriza.

Se escogió el lapso de tiempo en las campañas electorales por la atención que tenía en el momento la noticia y los tres medios de comunicación impresa de la provincia de El Oro como lo son "Diario Correo", "Diario Opinión" y "Diario El Nacional" y por lo que es de esperarse, estos brindaban información acerca de los candidatos y sus planes de trabajo, no en toda redacción que haga el periodista se encontrará el 100% de objetividad, este es el motivo del análisis respectivo de los roles profesionales periodísticos.

Los medios de comunicación influyen de cierta manera en la construcción de la idea de los ciudadanos, es por esto que jugaron un papel importante en el tiempo de campañas electorales, informaban lo que los candidatos hacían o los planes que proponían.

En la población, se rumoraba que existían medios privados, o medios que de alguna forma tenían alianzas con ciertos partidos políticos y estos hablaban bien sobre los mismos, a través de sus noticias promocionaban o daban un mayor espacio, también al momento de redactar la noticia de algún candidato, este recibía más valor que otros.

Todo candidato quería resaltar, razón por la que hicieron conciertos de artistas conocidos, se dio a conocer casos de personas a quienes ayudaban; por ello los medios de comunicación son una herramienta fuerte para transmitir un hecho o acontecimiento importante; es aquí donde se los relaciona con las teorías de la comunicación de ciertos personajes como lo son “Lazarsfeld descubre que los efectos de los mensajes están fuertemente condicionados por el contexto social del individuo. Que los grupos de pertenencia del destinatario inciden en su manera de valorar los mensajes que recibe por los medios” según (Ramon & Estrada, 2012, parr. 1); a esto se lo denominó la teoría de los efectos limitados, es decir que cada persona decodifica el mensaje que emiten los medios de comunicación a su propio entendimiento, todos los humanos piensan diferente, algunos de ellos lo pueden tomar bien o a mal depende de la percepción de cada uno, estas teorías de la comunicación actúan por lo que los mensajes emitidos de los periodistas son a través de estos grandes medios de comunicación impresa de la provincia de El Oro y de qué manera involucraron los roles profesionales periodísticos.

Durante las campañas electorales, se realizaron las respectivas notas informativas de los candidatos a la alcaldía de la ciudad de Machala y Prefecto de la provincia de El Oro en los diarios locales, por ello el análisis de los diarios ayudará a determinar qué rol profesional periodístico tienen los comunicadores sociales de dichos medios de comunicación impresa.

6. DESARROLLO CONCEPTUAL

6.1. ROLES PERIODÍSTICOS PROFESIONALES

“Los roles que los periodistas perciben como propios influyen directamente en sus acciones profesionales, dentro del proceso informativo (Oller et al., 2015, p. 2)”.

Los periodistas redactan la noticia de diferentes maneras, con diferentes características, las cuales identificamos como roles profesionales periodísticos. Entre los principios éticos del periodismo se plantea, por ejemplo, ser lo más imparcial posible; sin embargo, en la práctica se conoce que no se puede ser 100% objetivo y que de alguna forma las noticias están influenciadas por algún punto de vista, ya sea por parte del periodista, de las fuentes, etc. Esta es una de las características que presentan los roles profesionales periodísticos cuando se habla del intervencionismo y de ser leal con la fuente.

Según Viveros y Mellado (2018):

Mellado conceptualiza el performance o puesta en práctica de diferentes roles profesionales en las noticias. Específicamente, Mellado (2015) operacionaliza seis roles en las noticias, a partir de tres grandes dominios al momento de analizar el contenido periodístico. El primero de ellos se vincula a la Presencia o ausencia de la voz periodística en la historia, De dicho dominio se desprende el rol intervencionista. Cuando este rol está presente, el periodista adopta una posición en la noticia, ya sea opinando sobre ciertos hechos, incluyendo interpretación en sus notas, proponiendo o demandando cambios, usando adjetivos o la primera persona. El segundo dominio es llamado Relaciones de Poder, de dicho dominio se desprenden dos roles profesionales independientes: El rol watchdog o vigilante y el rol leal-facilitador. Cuando el rol vigilante está presente, el periodista revela hechos ocultos sobre el mal hacer de aquellos que están en el poder, a través de diferentes estrategias de reporte, tales como cuestionar, criticar o denunciar a instituciones, individuos de la élite política, económica, cultural o a la sociedad civil organizada, entre otros. En tanto, cuando el rol leal-facilitador está presente, el periodista tiende a seguir e incluso a promover la agenda del gobierno o de grupos económicos con poder, resaltando los aspectos positivos de la elite, o asume una lealtad con el Estadonación, alabando las características y triunfos del propio país (p. 146)

Con la recolección de varios pioneros de la comunicación en la sociedad se pudo entender lo que son los roles profesionales periodísticos, la clasificación es diversa pero para este proyecto analizaremos la presencia de tres roles: el intervencionista, el vigilante y el leal facilitador.

Sánchez, Campos, & Berrocal (2015) evidenciaron que en el diccionario de Periodismo se menciona “el mensaje particular y propio que utiliza, la noticia y, en segundo lugar, la disposición psicológica de honestidad intelectual en el comunicador que lo ejerce”.

La mejor manera de entenderlo es que cada comunicador se identifica con una cualidad al momento de redactar una noticia, se sabe que ningún periodista en el mundo va a ser 100% objetivo, por lo que el ser humano en la parte emocional siempre se va a interferir, y se va a colocar una parte subjetiva en la redacción.

Oller, Chavero, Carrillo & Cevallos (2015) propusieron que “el Proyecto Cultura Periodística de Ecuador (CPE) pretende estudiar a fondo la autopercepción que los periodistas ecuatorianos tienen de sus roles profesionales. Este proyecto parte de los supuestos teóricos de Hanitzsch (2007), que propone tres dimensiones de análisis (intervencionismo, distancia del poder y orientación de mercado) para estudiar la idea del rol profesional de los periodistas (p. 2).

Este proyecto tuvo el objetivo de analizar la percepción de los comunicadores sociales del Ecuador y ver cuál fue su nivel de capacidad para identificarse con las dimensiones que propuso Hanitzsch (2007), las cuales son:

Dimensión de intervencionismo: “Esta dimensión describe hasta qué punto el periodista interviene de forma activa en la información que elabora a través de sus ideas y juicios de valor” (Oller, et, al., 2015, p. 161) se refiere a que el periodista inserte alguna opinión en la información que está trabajando, de algún punto de vista.

Dimensión de distancia del poder: “los periodistas asumían, de igual modo, un rol profesional basado en la cercanía (cercano), entendida como una relación de amistad, o en la distancia (distante), interpretada como una relación profesional alejada de lo íntimo”, según (Oller, et, al., 2015, p. 162) en un trabajo realizado por ellos anteriormente, es decir tienen algún mínimo nivel de amistad con los políticos o personas de un cargo importante sobre el que están recolectando los datos.

Dimensión de orientación de mercado: “los periodistas se posicionan en un extremo u otro, dependiendo de que tengan la idea de su público como consumidores o ciudadanos” (Oller, et, al., 2015, p. 162), es decir conocen al público al que se van a dirigir.

Los autores señalaron que la finalidad de proyecto es “averiguar qué motivos determinan la autopercepción de los roles profesionales de los periodistas de Ecuador; identificar los factores contextuales que influyen en la autopercepción de los roles profesionales de los periodistas de Ecuador” según lo hicieron (Oller, et, al., 2015, p. 157).

Oller, Chavero, Carrillo & Cevallos (2015) indican que: “el respecto a la función de los periodistas como vigilantes del poder, los resultados revelan que no existe consenso entre los entrevistados; de hecho, se han obtenido respuestas divergentes dependiendo de los medios de comunicación donde desempeñan su actividad profesional”, lo que demuestra que tienen una relación cercana pero profesional, sin interferencia por parte de ellos hacia su público.

En lo que concierne a dimensión de orientación a mercado “los periodistas entrevistados constan de un alto porcentaje de responsabilidad y consideran al público más como ciudadanos que como audiencia, esto es muy importante al momento de realizar su trabajo”. Oller, Chavero, Carrillo & Cevallos (2015).

Según Mellado, Márquez, Oller, Jackes & Amado (2017), “los estudios sobre los roles profesionales en el periodismo tradicionalmente se han enfocado en la concepción o percepción que los periodistas tienen de sus funciones en la sociedad”.(p. 64)

Para Viveros y Mellado (2018):

El rol leal-facilitador ha estado poco presente en los diarios ecuatorianos de referencia, antes y después de la aplicación de la Ley. Sin embargo, los datos revelaron que, después de la puesta en marcha de la Ley, los periodistas tendieron a ser menos leales con el sector empresarial y las élites económicas y más facilitadores con la información proporcionada por el gobierno, ya sea promoviendo o aceptando lo que el poder del Estado dice o hace (p. 165)

6.2. CONTENIDO NOTICIOSO

Los hechos que acontecen en el día a día de la población, ya sea ciudad, región o país son de gran importancia para sus habitantes, siempre y cuando involucren las circunstancias actuales dentro del contexto social y muestren la realidad por la que están viviendo.

Las personas siempre buscarán las noticias que lleguen de manera inmediata es por esto que “La sociedad cuenta con aparatos ideológicos, entre ellos se encuentran los medios de comunicación, ya que ellos son los principales proveedores de hechos históricos y los responsables de construir la realidad de las personas a través de lo que informan” (Canova, 2015, p.9).

La objetividad es una de las tácticas que los comunicadores sociales deben usar al momento de informar sobre un contenido noticioso, así como lo afirman Humanes, Mellado & Márquez (2017) “La investigación se ha orientado más a medir la importancia que los periodistas otorgan a la objetividad frente a otras formas de mostrar la realidad” (p. 171)

El periodista siempre debe informar con la verdad, y usar las debidas estrategias para captar el hecho noticioso que se produce en los diferentes ámbitos sociales, y valerse de la objetividad para así llegar a sus lectores y obtener credibilidad.

6.3. FUENTES PERIODÍSTICAS

Las Fuentes proveen datos importantes en la investigación periodística, cada periodista debe consultar las fuentes que sean necesarias para dar a conocer los hechos y sucesos que acontecen en la población.

“Las fuentes que utiliza el periodista para elaborar las informaciones de sucesos son muy variadas: policiales, judiciales, sanitarias, gubernamentales, vecinales, testigos directos, confidentes, autores, víctimas, familiares, etcétera” (Rodríguez, 2016).

Las fuentes que un periodista busca depende mucho de la noticia que indaga, se tiene claro que existen muchas temáticas de las cuales se debe informar y en algunos casos hasta peligrosas para el comunicador, es importante tener en claro qué fuentes son las que se deben obtener para la investigación.

Las fuentes no siempre pueden ser confiables, el periodista siempre debe buscar sus propias fuentes, y cerciorarse de que estas no tergiversen la información (en caso de que sean testimoniales) de esto depende que el trabajo del comunicador tenga credibilidad y un gran interés por parte del público.

Según Morales (2016):

(...) tanto las fuentes oficiales como las no oficiales deben ser claramente identificadas por el reportero de televisión en el guión de la nota informativa que elabore y, por ende, deben ser totalmente reconocibles para la audiencia, es decir, tienen que ser atribuidas a su origen. Si bien existen formas de atribución en las cuales el periodista se reserva la identificación de las fuentes, lo ideal para el periodismo audiovisual es que se informe correctamente al televidente de quién proviene cierta información respecto a un hecho (p. 152)

Es de suma importancia conseguir el mayor número de fuentes para poder contrastar la información y así mismo informar a sus usuarios.

6.4. AGENDA SETTING

Las teorías de la comunicación participan mucho en los medios al momento de transmitir la noticia, la teoría de la agenda setting es una de ellas. A criterio de Abejón (2013):

(...) la teoría de la Agenda Setting, según la cual los medios influyen sobre el público al fijar los temas de debate público mediante la selección de las noticias. Pero hay que tener en cuenta que los medios de comunicación son la forma de informarse de realidades o acontecimientos que de otro modo el individuo no podría conocer. Son la fuente principal para que los individuos se nutran de nociones políticas, acontecimientos o cuestiones de interés público, de ahí la importancia de la opinión que vierten (p. 95)

Los medios de comunicación siempre dan a conocer temas de la sociedad de gran importancia para que el público analice y converse sobre los mismos, la mayoría de veces los acontecimientos que se conoce a través de los medios tradicionales son los que dan más de qué hablar de las personas en la realidad del entorno social. "Los medios de comunicación social determinan cuáles son los temas más relevantes para el público y hacerlos visibles, logrando que la opinión pública hable y opine de esos temas y se forme una imagen de la realidad social" (Acosta, 2015, p. 172).

6.5. *CAMPAÑAS ELECTORALES*

Son estrategias que aplican los candidatos y las cumplen en un lapso de tiempo, en las elecciones deben respetar el reglamento que se da por el CNE (Consejo Nacional Electoral), también deben cuidar su imagen y formar estratégicamente el mensaje que van a dar a conocer ya que la mayoría lo transmite en los medios de comunicación.

El tiempo estipulado para las campañas es un corto periodo, en el caso de las campañas electorales para alcaldes y prefecto tuvo una duración de dos meses. Sin embargo, La inscripción de los candidatos se realiza (que tiempo antes). Hay algunos candidatos que inclusive comienzan su campaña mucho antes de lo establecido y otros aprovechan los últimos días para saturar de información a los ciudadanos, los medios tradicionales juegan un papel importante en este aspecto.

6.6. *MEDIO DE COMUNICACIÓN IMPRESA (PERIÓDICOS – DIARIOS)*

Los diarios son medios de comunicación impresa, como su nombre lo explica, aparecen diariamente con información (noticias) de algún tema relevante a nivel nacional o local, también se encuentran opiniones, artículos y entrevistas dentro del mismo.

Los periódicos son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. Los periódicos también contienen comentarios sobre éstas, defienden diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluye tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad (Los medios de comunicación impresa, 2015).

Los periódicos se diferencian por el espacio de tiempo en el que circulan, puede ser todos los días, cada semana, cada mes, cada seis meses, etc dependiendo de qué tanto quieran que salga el periódico.

El primer periódico estadounidense de tirada continua fue Boston News-Letter, fundado en 1704 por John Campbell. Este periódico, censurado por el gobernador de la Colonia de la Bahía de Massachusetts, contenía noticias financieras y del extranjero y recogía nacimientos, defunciones y sucesos de carácter social. En 1721 James Franklin fundó New England Courant en Boston; en su redacción figuraba su hermano pequeño Benjamin Franklin, que en 1723 marchó a Filadelfia, donde más tarde publicaría Pennsylvania Gazette y General Magazine. (Los medios de comunicación impresa, 2015)

“La especialización de los medios impresos no se limita al tipo de lector, también se especializan según el alcance geográfico. Divulgan información de interés para una municipalidad, una región o un país completo” (Fernandes, 2018, parr 13).

En Ecuador algunos diarios se especializan en temas de economía y política como El Universo y El Comercio y otros son sensacionalistas y amarillistas, como Extra, son los ejemplares más vendidos a nivel nacional.

Debido a los cambios tecnológicos que se han ido dando a través de los años, se han creado muchas páginas web en donde se encuentra fácilmente la información, por ende Molina (2018) considera que “se impone una modificación en los entornos laborales de nuestros medios de prensa toda vez que los públicos han ido cambiando y evolucionando como usuarios, más que receptores, en un escenario nacional también altamente afectado por las tecnologías digitales” (p. 128)

7. METODOLOGÍA

El proyecto realizado se escogió la metodología de forma cualitativa en donde se verifica la presencia de los tres roles profesionales periodísticos escogidos como lo son Intervencionista, Vigilante y Leal Facilitador en las notas periodísticas, también se analiza a las fuentes y esto se basa en las matrices hechas por las autoras Diana Viveros y Claudia Mellado. Se realizó otro tipo de matriz para poder comparar los tres diarios locales en el lapso de tiempo que se estableció, se incluyeron entrevistas a los directores de los tres medios de comunicación impresos para hacer un contraste de los resultados de la matriz versus la opinión de los mismos, también se hace una entrevista a los periodistas que escribieron las redacciones que se analizarán.

7.1. UNIVERSO Y MUESTRA:

El universo constituye las publicaciones de los medios locales de comunicación escrita durante el lapso de la última semana de campañas electorales 2019, y se ha tomado como muestra al lapso de tiempo de la última semana de campañas para Alcalde del cantón Machala y Prefecto de Provincia de El Oro, durante este periodo, del 15 al 21 de marzo de 2019, los tres medios de comunicación dieron a conocer los mismos hechos noticiosos, esto se aprovechará para hacer el análisis de los roles profesionales periodísticos.

La unidad de análisis son las secciones en donde se publican las noticias políticas, en el caso de diario Correo la sección se denomina: tema del día, en diario Opinión se llama: política y en diario El Nacional: local, miscelánea, y entrevista.

Se excluye del análisis las noticias de otra índole que pertenecen a secciones como: nacional, opinión, entretenimiento, provincial, cantonal, deportes, intercultural, acontecimientos, ciencia y tecnología, avisos, clasificados, publicidad, internacionales, etc..

8. RESULTADOS:

8.1. RESULTADOS DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

- De todas las noticias publicadas por los tres medios de comunicación en Machala: “Correo”, “El Nacional” y Opinión” durante la última semana de campañas electorales, se constató que solo hubo 51 noticias relacionadas con la participación de los candidatos a alcalde de Machala y Prefectos de El Oro. De los cuales, 21 noticias fueron de “Correo”, 14 de “Opinión” y 16 de “El Nacional”.
- Diario Correo publicó más noticias sobre los candidatos a alcalde para Machala y Prefecto de El Oro, mientras que “El Nacional” y “Opinión” publicaron más noticias de candidatos para alcaldes de otros cantones, esas noticias no fueron consideradas, es por ello que el número de noticias analizadas es inferior.
- Con respecto al Rol Intervencionista, en el caso de diario “Correo”, el 40% de las notas tuvieron opiniones del periodista, se encontró el 38% de interpretación por parte del periodista en la noticia; un 30% usó adjetivos, un 5% de las noticias tuvieron alguna propuesta/demanda del reportero, y ninguna de las notas fue escrita en primera persona.
- En los diarios “Opinión” y “El Nacional” se encontró el 0% del rol intervencionista en las redacciones publicadas en la última semana de las campañas electorales 2019.
- En el diario “Correo” aparece el rol vigilante con los siguientes indicadores: crítica del periodista en un 5%, en esta noticia el periodista hizo una crítica a Clemente Bravo sobre su gestión como ex alcalde de Santa Rosa por malas obras. Otro indicador presente fue crítica por parte de las fuentes, esta obtuvo un 9% en contra de Clemente Bravo y un 5% en contra de José Rosado, en el caso de José Rosado fue porque abandonó el debate político que se dio entre todos los candidatos. En el caso de periodismo de investigación, obtuvo el 5% y la noticia fue referente a los millones de dólares gastados en las carreteras de la provincia.
- En el caso de “El Nacional” y “Opinión” el indicador que estuvo más presente en las notas periodísticas fue crítica de las fuentes, en “El Nacional” con el 6% en contra de Clemente Bravo y en Opinión con el 14% en contra de Falquez Aguilar. En el caso de Clemente Bravo las críticas fueron por el mármol egipcio de mala calidad puesto en las calles del cantón Santa Rosa, y Carlos Falquez Batallas sobre sus muchas dignidades políticas, las cuales abandona para entrar a otra.

- En diario Correo se encontró que uno de los roles que sobresale también es el leal facilitador en donde los indicadores que predominan son defensa o apoyo por parte de las fuentes con un 67%, de este porcentaje el 33% de las fuentes apoyo a Carlos Falquez Batallas, el 29% a Falquez Aguilar y el 5% a Favian Aguilar. El segundo indicador que más sobresale en cuanto al rol leal facilitador es la imagen positiva por parte de las fuentes en un 62%. Es decir, las fuentes que usa el periodista para la elaboración de su noticia hablaron bien o trataron de dar una buena imagen sobre los candidatos: Carlos Falquez Batallas (29%), Carlos Falquez Aguilar (28%) y Favian Aguilar (5%). Los dos indicadores restantes que son apoyo por parte del periodista e imagen positiva por parte del periodista estuvieron presentes en un 33%, así mismo para los candidatos Falquez Aguilar (19%) y Falquez Batallas (14%).
- En diario "Opinión" se encontró que el rol leal facilitador destacó en dos indicadores. El primero es defensa o apoyo por parte de las fuentes con el 81%, generalmente las fuentes usadas aquí fueron los propios candidatos quienes hablaban sobre sus propuestas de campañas, quienes tuvieron participación fueron: Carlos Falquez Batallas (19%), Dario Macas (19%), Esteban Quirola (13%), Carlos Falquez Aguilar (12%), Roque Orellana (12%) y Favian Aguilar (6%). El segundo indicador fu imagen positiva por parte de las fuentes con un 69%, los candidatos que más se destacaron aquí fueron: Falquez Batallas (19%), Esteban Quirola (13%), Dario Macas (13%), FalqueZ Aguilar (12%), Roque Orellana (6%) y Favian Aguilar (6%).
- En diario "El Nacional" también se destacaron los mismos indicadores que en "Opinión", estos son defensa por parte de las fuentes en un 78% e imagen positiva por parte de las fuentes con un 86%, en este caso solo hubo una noticia en la cual participó la mayoría de candidatos hablando positivamente de ellos y esta consistió en el debate político que se dio en el salón auditorium de la Universidad Técnica de Machala. En las notas analizada hubo un espacio equitativo entre todos los candidatos. Sin embargo, Falquez Aguilar y Falquez Batallas tuvieron más participación en otras notas periodísticas.
- En diario "Correo" de 21 noticias analizadas Carlos Falquez tuvo mayor participación como fuente en 5 noticias, seguida de los partidarios del mismo en 5 noticias, Falquez Batallas resalto en 4 noticias como fuente y sus partidarios en 3 noticias.

- En diario “El Nacional” sobresale Fernando Quezada, Roque Orellana y Carlos Falquez Batallas como fuente en 3 de las 16 noticias analizadas, cada quien, en una noticia, donde dieron a conocer sus propuestas a este medio de comunicación.
- En diario “Opinión” las fuentes que sobresalen es el candidato Montgomery Sánchez con 2 noticias, Carlos Falquez Aguilar en 2 noticias y Carlos Falquez Batallas en 2 noticias, de las 14 notas periodísticas, dieron entrevistas e informaron acerca de su propuesta de campaña. Los candidatos nombrados fueron de los que más se habló en el medio de comunicación.

8.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

8.2.1. ENTREVISTA A LCDO. HUGO CHUICO, JEFE DE REDACCIÓN DE DIARIO “CORREO”

El Director y jefe de redacción de diario “Correo” Hugo Chuico, manifestó que al momento de que inician las campañas electorales, el medio de comunicación se pone en contacto con los jefes de prensa de las comunidades políticas, los cuales brindan fotografías de recorridos, planes de trabajo, propuestas para informar y tratar de dar el mismo espacio a todos los candidatos posibles.

Dado el número de inscritos que hubo en el presente año, era imposible publicar a todos, el cual ocasionó comentarios de darle preferencia a ciertos candidatos políticos, pero se gana el espacio aquel candidato en donde el jefe de prensa que lo representaba envía boletines al medio y así publicar el contenido.

Los medios de comunicación se ponen en contacto con los directores políticos y estos los llaman a recorridos, en donde se recolectan criterios ciudadanos, al momento de realizar la cobertura política.

8.2.2. ENTREVISTA AL AB. HUGO QUEVEDO, DIRECTOR DE DIARIO “OPINIÓN”

El abogado Hugo Quevedo dijo que los relacionistas públicos, indican cuando van a visitar el medio para dar a conocer su propuesta de campaña, la ley del código de la democracia permite a los comunicadores informar para que la ciudadanía conozca la propuesta de campaña de cada uno de los candidatos, por lo tanto, al no hacer publicidad, se realiza una agenda y a cada candidato se le da un espacio. En el presente año, como eran demasiados candidatos que participaron, literalmente es imposible darles el espacio a todos, esta es la razón por lo que el candidato busca el medio.

Dependerá mucho del relacionista público, debido a que siempre está presente enviando la agenda del candidato; que envía ideas, que pide publicar, es normal que va a ocupar más espacio.

No se acostumbra a dar opinión sobre algún candidato, si debe como medio de comunicación dar opinión, se lo realiza en el editorial, en donde todos los días, observando

el contexto nacional y provincial. Las fuentes son directamente los candidatos, no se puede considerar opiniones de ciudadanos porque se está creando una tendencia al político; si publica todos los días a una persona diferente que diga que va a votar por el mismo candidato, se establece una tendencia; siempre han sido los candidatos que debían informar cuál era su plan de trabajo.

8.2.3. ENTREVISTA A HÉCTOR CEBALLOS, PERIODISTA EMPÍRICO DE DIARIO “EL NACIONAL”

Según Héctor Ceballos, mencionaba que convocan al diario para ir a cubrir la noticia, o cuando visitaban el medio, se redacta la información. No se le da prioridad a nadie, solo se da el espacio al que cree decir la verdad o dice la verdad. La opinión se la escribe en editorial, la opinión del periodista basado en el sentido humano, pero sin apego ni adulo a ningún candidato.

Las investigaciones se manejan con la realidad, una vez que ya se haya publicado la investigación se ha sintetizado el criterio periodístico, pero no el de juzgar ni el de salvaguardar la dignidad, ni el buen o mal comportamiento político.

9. CONCLUSIONES

- ❖ Según el análisis de contenido que se realizó, el rol intervencionista se presenta de manera mayoritaria en diario “Correo”, al momento de redactar las noticias periodísticas sobre las campañas electorales 2019, se notó favoritismo hacia los candidatos Carlos Falquez Batallas y Carlos Falquez Aguilar, el cual fue negado por el jefe de redacción del mismo diario, quién afirmó en la entrevista que se le realizó, se les da el mismo espacio a todos los candidatos.
- ❖ El análisis que se realizó de las noticias que se publicaron en diario “El Nacional” y diario “Opinión”, se encontró que el rol intervencionista no existe.
- ❖ El rol leal facilitador está presente en las noticias redactadas por los periodistas de diario “Correo”, dando un enfoque hacia los candidatos Carlos Falquez Aguilar y Carlos Falquez Batallas, en diario “El Nacional” el rol leal facilitador resaltaba en Carlos Falquez Aguilar, Carlos Falquez Batallas, Roque Orellana, Esteban Quirola y Darío Macas siendo los mismos candidatos la fuente quienes hablaban bien de los mismos, los periodistas no vertieron opinión sobre los hechos, trabajaron sin ejercer este rol en las noticias así como lo afirmó el entrevistado que ejerce su labor en el diario.
- ❖ En diario “Opinión”, el rol leal facilitador se presenta de la misma forma en donde se hablaba bien de los candidatos gracias a las fuentes, que eran los mismos candidatos, el jefe de redacción del medio Ab. Hugo Quevedo dijo que “al momento que un periodista toma de fuentes a personas que todos los días hablan bien del mismo candidato se crea una tendencia, y se debe ser responsable al momento de informar a la comunidad para que elijan bien a su futuro representante”, no se ejerce el rol leal facilitador en el diario, debido a que el periodista fue quien redactó lo que las fuentes notificaban.
- ❖ En los tres diarios locales, el rol vigilante se presenta de manera mínima al momento de redactar la noticia, de manera que las fuentes criticaron las obras en mal estado de ciertos candidatos que se habían postulado a la reelección, los dos diarios dieron a conocer la verdad sobre dichos acontecimientos como ocurrieron, pero en diario “Correo” de acuerdo con el análisis, si hubo cierta crítica por parte del periodista, y crítica por parte de las fuentes.
- ❖ Los roles profesionales periodísticos que sobresalen en diario “Correo” son el intervencionista y el leal facilitador. El rol vigilante casi no está presente en los 3 diarios. Así mismo el rol intervencionista y leal facilitador no se encuentra en diario “Opinión” y “El Nacional”

10. RECOMENDACIONES:

- ❖ El conocimiento de los roles intervencionista, leal facilitador y vigilante son poco conocidos en nuestra provincia, a mi criterio, sería importante realizar una capacitación a periodistas y editores de los medios de comunicación de la ciudad de Machala. Esto ayudará mucho a mejorar la forma de redactar la noticia.
- ❖ A los estudiantes de comunicación social, se les debe enseñar más conocimientos acerca de los roles profesionales periodísticos y enseñarles a identificarlos en las redacciones de las noticias.
- ❖ En todas las universidades a nivel nacional, en la carrera de comunicación social se deben dar conferencias de los roles profesionales periodísticos.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abejón, P. (2013). Estado del periodismo de opinión en España: polarización, género y emolumentos. *ZER*, 93-109.
- Acosta, R. (2015). La agenda setting y sus fuentes en la radio durante un proceso electoral a la alcaldía Mayor de Bogotá, Colombia. *Comunicación y medios*, 171-188.
- Canova, T. (2015). *Análisis de contenido noticioso internacional: La geopolítica de la información*. Obtenido de Universidad Santo Tomás: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3710/Canovateresa2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernandes, M. (8 de Junio de 2018). *Cuáles son las características de los medios de comunicación impresos?* Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13091432/cuales-son-las-caracteristicas-de-los-medios-de-comunicacion-impresos>
- Humanes, M., Mellado, C., & Márquez, M. (2017). La presencia del método objetivo en los contenidos noticiosos de la prensa de Chile, México y España. *Comunicación y Sociedad*, 165-184.
- Mellado, C., Márquez, M., Oller, M., Jackes, M., & Amado, A. (Marzo de 2017). *Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/315114176_Puesta_en_practica_de_los_rols_periodisticos_un_estudio_comparado_de_Argentina_Brasil_Chile_Ecuador_y_Mexico
- Molina, L. (2018). La convergencia periodística en la prensa cubana. *ISLAS*, 126-136.
- Morales, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias y análisis*, 141-161.

- Oller, M., Chavero, P., Carrillo, J., & Cevallos, P. (Enero de 2015). *La autopercepción de los roles profesionales periodísticos en Ecuador*. Obtenido de Serviluz: file:///C:/Users/WIN10/Downloads/Dialnet-LaAutopercepcionDeLosRolesProfesionalesDeLosPeriod-5304978%20(1).pdf
- Pellini, C. (25 de Noviembre de 2014). *El rol periodismo en la sociedad - Historia*. Obtenido de Historia y Biografías: <https://historiaybiografias.com/periodismo/>
- Ramon, A., & Estrada, A. (16 de Febrero de 2012). *Teoría de los efectos limitados*. Obtenido de Blog: Estudio de medios y mensajes: <http://estudiodemediosymensajes.blogspot.com/2012/02/teoria-de-los-efectos-limitados.html>
- Rodríguez, R. (2016). Las fuentes informativas en el periodismo de sucesos. Análisis en la prensa escrita. *Correspondencias y análisis*, 195-218. Obtenido de Universidad de Sevilla .
- Sánchez, P., Campos, E., & Berrocal, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 192.
- Viveros, D., & Mellado, C. (2018). La ley de comunicación y su impacto en la materialización de los roles profesionales periodísticos en las noticias de la prensa de referencia en Ecuador. *Comunicación y Sociedad*, 165-166. Obtenido de Scielo.

12. ANEXOS

12.1. MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

CODIFICACIÓN O RECOLECCIÓN DE DATOS:

(ALCALDES DE LA CIUDAD DE MACHALA Y PREFECTOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO)

REFERENCIA MATRIZ

Autoras: Diana Viveros & Claudia Mellado (2018). Esta matriz tiene su origen de una propuesta realizada por Mellado (2015) y posteriormente validada por Mellado y Lagos (2014) y Mellado y Van Dalen (2016)

Periódico:			
Fecha:			
Titular de la noticia:			
ROL INTERVENCIONISTA			
OPINIÓN DEL PERIODÍSTA		INTERPRETACIÓN	
SI	NO	SI	NO
PROPUESTA/ DEMANDA		USO DE ADJETIVOS	
SI	NO	SI	NO

PRIMERA PERSONA	
SI	NO

ROL VIGILANTE

**INFORMACIÓN SOBRE PROCESOS
JUDICIALES**

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yánez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falquéz Batallas

Si, a Cecilia Serrano

CRÍTICA DEL PERIODÍSTA

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yánez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falquéz Batallas

Si, a Cecilia Serrano

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

CRÍTICA DE LAS FUENTES**NO****ALCALDES****Si, a Carlos Falquez Aguilar****Si, a Dario Macas****Si, a Fernando Quezada****Si, a Favián Aguilar****Si, a Ricardo Veintimilla****Si, a José Rosado****Si, a Roque Orellana****Si, a Verónica Arreaga****Si, a Diego Yánez****Si, a Saúl Rubio****Si, a Félix López****Si, a Ronny Aguilar****Si, a Wilmer Cueva****PREFECTOS****Si, a Clemente Bravo****Si, a Harry Álvarez****Si, a Eduardo Zambrano****Si, a Carlos Falquéz Batallas****Si, a Cecilia Serrano****DENUNCIA DEL PERIODÍSTA****NO****ALCALDES****Si, a Carlos Falquez Aguilar****Si, a Dario Macas****Si, a Fernando Quezada****Si, a Favián Aguilar****Si, a Ricardo Veintimilla****Si, a José Rosado****Si, a Roque Orellana****Si, a Verónica Arreaga****Si, a Diego Yánez****Si, a Saúl Rubio****Si, a Félix López****Si, a Ronny Aguilar****Si, a Wilmer Cueva****PREFECTOS****Si, a Clemente Bravo****Si, a Harry Álvarez****Si, a Eduardo Zambrano****Si, a Carlos Falquéz Batallas****Si, a Cecilia Serrano**

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

DENUNCIA DE LAS FUENTES**CONFLICTO****NO****NO****ALCALDES****ALCALDES****Si, a Carlos Falquez Aguilar****Si, a Carlos Falquez Aguilar****Si, a Dario Macas****Si, a Dario Macas****Si, a Fernando Quezada****Si, a Fernando Quezada****Si, a Favián Aguilar****Si, a Favián Aguilar****Si, a Ricardo Veintimilla****Si, a Ricardo Veintimilla****Si, a José Rosado****Si, a José Rosado****Si, a Roque Orellana****Si, a Roque Orellana****Si, a Verónica Arreaga****Si, a Verónica Arreaga****Si, a Diego Yánez****Si, a Diego Yánez****Si, a Saúl Rubio****Si, a Saúl Rubio****Si, a Félix López****Si, a Félix López****Si, a Ronny Aguilar****Si, a Ronny Aguilar****Si, a Wilmer Cueva****Si, a Wilmer Cueva****PREFECTOS****PREFECTOS****Si, a Clemente Bravo****Si, a Clemente Bravo****Si, a Harry Álvarez****Si, a Harry Álvarez****Si, a Eduardo Zambrano****Si, a Eduardo Zambrano****Si, a Carlos Falquéz Batallas****Si, a Carlos Falquéz Batallas****Si, a Cecilia Serrano****Si, a Cecilia Serrano**

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yáñez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falqu ez Batallas

Si, a Cecilia Serrano

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

ROL LEAL - FACILITADOR

**DEFENSA O APOYO POR PARTE
DEL PERIODÍSTA**

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yáñez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falquéz Batallas

Si, a Cecilia Serrano

**DEFENSA O APOYO POR PARTE DE
LAS FUENTES**

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yáñez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falquéz Batallas

Si, a Cecilia Serrano

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

**IMAGEN POSITIVA POR PARTE DEL
PERIODÍSTA**

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yáñez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falquéz Batallas

Si, a Cecilia Serrano

**IMAGEN POSITIVA POR PARTE DE
LAS FUENTES**

NO

ALCALDES

Si, a Carlos Falquez Aguilar

Si, a Dario Macas

Si, a Fernando Quezada

Si, a Favián Aguilar

Si, a Ricardo Veintimilla

Si, a José Rosado

Si, a Roque Orellana

Si, a Verónica Arreaga

Si, a Diego Yáñez

Si, a Saúl Rubio

Si, a Félix López

Si, a Ronny Aguilar

Si, a Wilmer Cueva

PREFECTOS

Si, a Clemente Bravo

Si, a Harry Álvarez

Si, a Eduardo Zambrano

Si, a Carlos Falquéz Batallas

Si, a Cecilia Serrano

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

Si, a Marlon Reyes

Si, a Telmo Concha

Si, a Montgomery Sánchez

Si, a Esteban Quirola

FUENTES
NÚMERO DE FUENTES
TIPO DE FUENTES
NO APLICA
OTROS
CANDIDATO CARLOS FALQUEZ
CANDIDATO DARIO MACAS
CANDIDATO FERNANDO QUEZADA
CANDIDATO FAVIÁN AGUILAR
CANDIDATO RICARDO VEINTIMILLA
CANDIDATO JOSE ROSADO
CANDIDATO ROQUE ORELLANA
CANDIDATO VERÓNICA ARREAGA
CANDIDATO DIEGO YÁNEZ
CANDIDATO SAÚL RUBIO
CANDIDATO FÉLIX LÓPEZ
CANDIDATO RONNY AGUILAR
CANDIDATO WILMER CUEVA

PARTIDARIOS DE CARLOS FALQUEZ

PARTIDARIOS DE DARIO MACAS

PARTIDARIOS DE FERNANDO QUEZADA

PARTIDARIOS DE FAVIÁN AGUILAR

PARTIDARIOS DE RICARDO VEINTIMILLA

PARTIDARIOS DE JOSE ROSADO

PARTIDARIOS DE ROQUE ORELLANA

PARTIDARIOS VERÓNICA ARREAGA

PARTIDARIOS DE DIEGO YÁNEZ

PARTIDARIOS DE SAÚL RUBIO

PARTIDARIOS DE FÉLIX LÓPEZ

PARTIDARIOS DE RONNY AGUILAR

PARTIDARIOS DE WILMER CUEVA

PREFECTOS

CANDIDATO CLEMENTE BRAVO

CANDIDATO HARRY ÁLVAREZ

CANDIDATO EDUARDO ZAMBRANO

CANDIDATO CARLOS FALQUÉZ BATALLAS

CANDIDATO CECILIA SERRANO

CANDIDATO MARLON REYES

CANDIDATO TELMO CONCHA

CANDIDATO MONTGOMERY SÁNCHEZ

CANDIDATO ESTEBAN QUIROLA

PARTIDARIOS DE CLEMENTE BRAVO

PARTIDARIOS DE HARRY ÁLVAREZ

PARTIDARIOS DE EDUARDO ZAMBRANO

PARTIDARIOS DE CARLOS FALQUÉZ BATALLAS

PARTIDARIOS DE CECILIA SERRANO

PARTIDARIOS DE MARLON REYES

PARTIDARIOS DE TELMO CONCHA

PARTIDARIOS DE MONTGOMERY SÁNCHEZ

PARTIDARIOS DE ESTEBAN QUIROLA

12.2. ENTREVISTAS:

Entrevista a Hugo Chuico, director y jefe de redacción de diario “Correo”

Leal Facilitador

➤ **¿Usted seguía la agenda de alguno de los candidatos?**

Al momento de preparar los contenidos de cada uno de los candidatos, se tomaba en cuenta determinados aspectos, era imposible que el diario les dé cobertura a todos los candidatos, el diario tomó contacto con los jefes de prensa de las organizaciones políticas; el objetivo era que nos hagan llegar fotografías de los recorridos, planes de trabajo, propuestas, para informar. En el cierre de campaña hubo una fecha límite para las campañas, y algunos decidieron cerrar las campañas el jueves 21 de marzo del presente año y la información no se publicó al día siguiente porque estaba prohibido con la ley.

➤ **¿A qué candidato le daba prioridad y por qué?**

Hubo comentarios de que se le da preferencia a otros candidatos, periódicamente hablando se trata siempre de publicar por igual a todos los candidatos, el mismo espacio y la misma cantidad de caracteres, pueden estar hablando dos horas, pero se debe extraer lo más importante para todas las dignidades.

➤ **¿Ustedes consideran que fueron leales a Carlos Falquez Aguilar y Carlos Falquez Batallas en cuanto a redacción de noticias?**

Se toma contacto con los equipos de prensa dependiendo del candidato; por ejemplo, el actual Alcalde de la ciudad de Machala generaba un boletín por semana, los otros candidatos se dedicaron a otras estrategias que no están permitidas por la ley, por decirlo Clemente Bravo hacía bingos y eso está prohibido, de seguro no querían visibilizar mucho en los medios quizás porque no les favorecería, los equipos de prensa nos alimentaban todos los días de los planes a ejecutar.

Rol Intervencionista

- **¿Cumplieron con la línea que debe cumplir un periodista, o vertió su opinión sobre la campaña?**

Periodísticamente hablando se trata siempre de publicar por igual a todos los candidatos, el mismo espacio y la misma cantidad de caracteres, 2 horas pueden estar hablando pero se debe extraer lo más importante, para todas las dignidades.

Rol Vigilante

- **¿Usted realizó alguna investigación en contra de algún candidato?**

Hay un hecho de coyuntura que se dio en la época de campaña, fue un informe de contraloría y hablaba del mármol egipcio, y no solo se publicó en diario Correo, si no que se publicó en Teleamazonas, nosotros nos basamos en lo que publico ese medio porque tuvo acceso al informe el cual establecía sobrepeso y mala calidad del mármol egipcio, fue por esto que enviamos a los corresponsales y los ciudadanos dieron su opinión, y para mala suerte apareció en días finales de campaña, visibilizar lo molesta que se encontraba la ciudadanía.

Fuentes

- **¿Cuáles fueron sus principales fuentes de interacción durante la campaña?**

Se iba a CNE a ponerse en contacto con todos los directores políticos y los candidatos nos llamaron a los recorridos y tratamos de tener criterios ciudadanos de quienes estaban allí, esas son variables al momento de manejar la cobertura política.

Entrevista al Ab. Hugo Quevedo, director y jefe de redacción de diario “Opinión”

Leal Facilitador

➤ ¿Usted seguía la agenda de alguno de los candidatos?

Por lo general cada candidato tiene su relacionista público, y estos nos indican que quieren venir para dar a conocer su propuesta de campaña, la ley del código de la democracia nos permite a nosotros que la ciudadanía conozca la propuesta de campaña de cada uno de los candidatos, por lo tanto al no hacer publicidad, se realiza una agenda y a cada candidato se le da un espacio; como eran demasiados candidatos que participaron, literalmente es imposible darles el espacio a todos, esta es la razón por lo que el candidato busca el medio.

➤ ¿A qué candidato le daba prioridad y por qué?

Dependerá mucho del relacionista público, debido a que siempre está presente enviando la agenda del candidato; que me envía ideas, que me pide que salga, es normal que va a ocupar más espacio.

Rol Intervencionista

➤ ¿Cumplieron con la línea que debe seguir un periodista, o vertió su opinión sobre la campaña?

No se acostumbra a hacerlo, si tengo como medio de comunicación que dar opinión, lo hago en el editorial que lo escribo todos los días, porque es la opinión del medio y se lo hacer observando el contexto nacional y provincial.

Rol Vigilante

➤ ¿Usted realizó una investigación en contra de algún candidato?

Sí, yo me puse a revisar porque yo estoy de acuerdo que las personas que son candidatos, deben tener una vida honorable, tienen que estar preparados para ir a gobernar; por decirlo, un candidato que tenga 200 juicios, no estaría preparado para ir a gobernar y el acceso a la vía pública es parte de eso. El periodista tiene que ir a buscar para informar a la ciudadanía, que Fulano de tal tiene esta cantidad de problemas, si tú avisas estás haciendo un daño a la comunidad, entonces efectivamente, uno revisa y lo publica con el debido sustento.

Fuentes

➤ ¿Cuáles fueron sus principales fuentes de interacción durante la campaña?

La fuente son directamente los candidatos, no se puede recoger opiniones de ciudadanos porque estas creando una tendencia al político; si saco todos los días a una persona diferente que diga que va a votar por el mismo candidato, creo una tendencia; siempre han sido los candidatos que debían informar que era su plan de trabajo.

Entrevista a Héctor Cevallos, periodista empírico de diario “El Nacional”

Rol leal facilitador

➤ **¿Usted siguió la agenda de algún candidato?**

Donde nos convocaban debíamos ir, o cuando visitaban el diario, se escribe tal y como ellos lo decían.

➤ **¿A qué candidato le daban prioridad y por qué?**

A ninguno, en mi vida periodística no he dado prioridad a nadie, solo se da el espacio al que cree decir la verdad o dice la verdad.

Rol Intervencionista

➤ **¿Cumplieron con la línea de que debe seguir un periodista, o vertió su opinión sobre la campaña?**

La cuestión de opinión se la pone en editorial, la opinión del periodista basado en el sentido humano, pero sin apego ni adulo a ningún candidato.

Rol Vigilante

➤ **¿Usted realizó una investigación en contra de un candidato?**

Se maneja con la realidad, yo cuando hago investigaciones, lo hago a título personal y puntualizando por qué amerita una actitud de un personaje, sea político o no, amerita una investigación, una vez que ya se haya publicado la investigación se ha sintetizado el criterio periodístico, pero no el de juzgar ni el de salvaguardar la dignidad, ni el buen o mal comportamiento político.

Fuentes

➤ **¿Cuáles fueron sus principales fuentes de interacción durante la campaña?**

A mí me envían a cumplir el trabajo, entonces donde me envían, recolecto la información, grafico al personaje o la fuente y transmito lo que dice el protagonista de la noticia.

12.3. BANCO DE PREGUNTAS PARA REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS

Leal Facilitador

- **¿Usted seguía la agenda de alguno de los candidatos?**

- **¿A qué candidato le daba prioridad y por qué?**

Rol Intervencionista

- **¿Cumplieron con la línea que debe seguir un periodista, o vertió su opinión sobre la campaña?**

- **¿Usted realizó una investigación en contra de algún candidato?**

Rol Vigilante

- **¿Usted realizó una investigación en contra de algún candidato?**

Fuentes

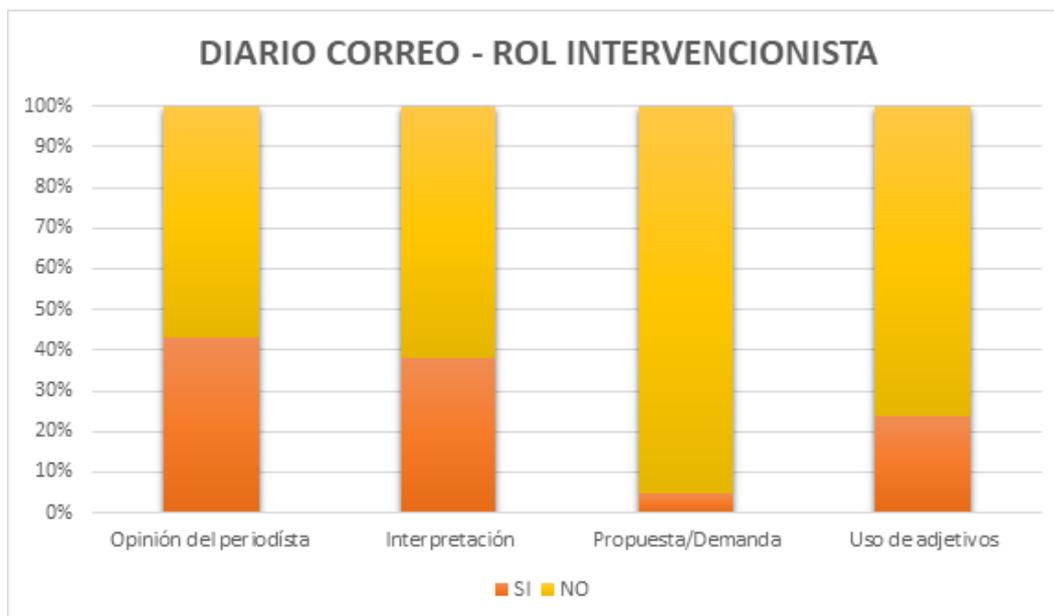
- **¿Cuáles fueron sus principales fuentes de interacción durante la campaña?**

12.4. TABULACIONES DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Debido al número de candidatos que hubo, las tabulaciones se las realizó solamente con los que aparecieron en las noticias.

ROL INTERVENCIONISTA - DIARIO CORREO

	SI	NO
Opinión del periodista	9	12
Interpretación	8	13
Propuesta/Demanda	1	20
Uso de adjetivos	5	16

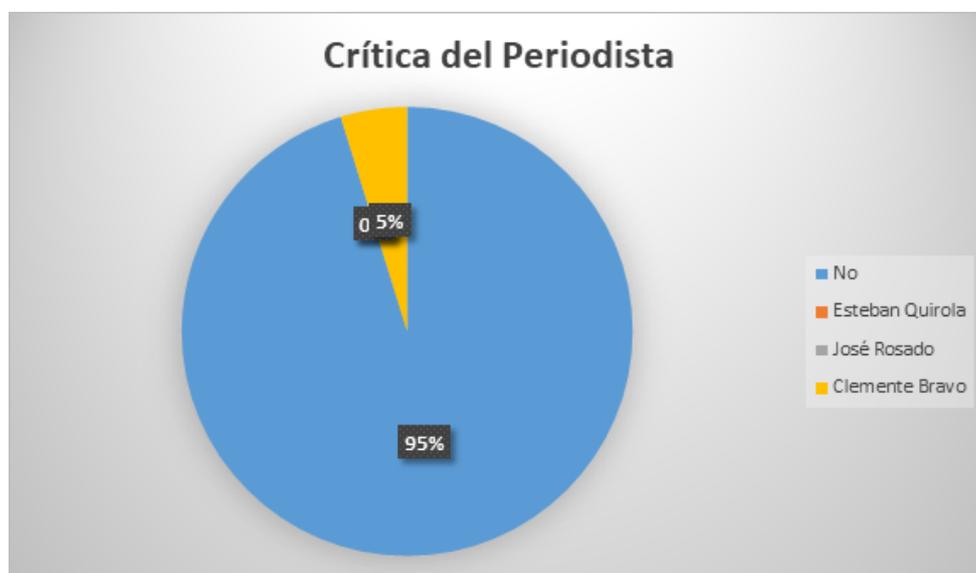


NOTA: En los diarios *Opinión* y *El Nacional* no hubo noticias con ninguno de los indicadores del rol intervencionista.

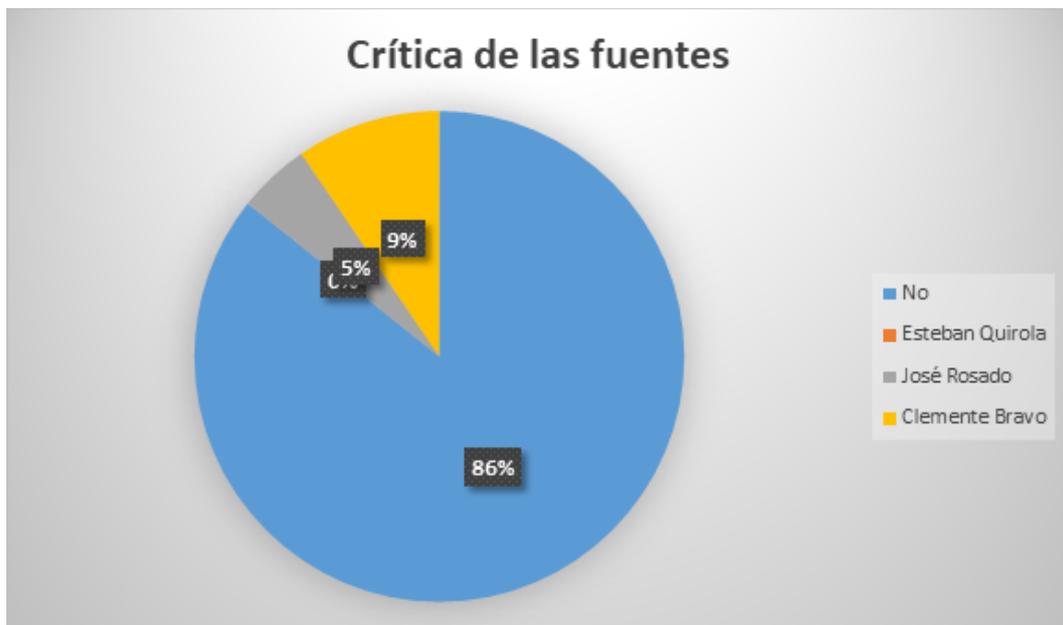
ROL VIGILANTE

DIARIO CORREO

Crítica del Periodista	
No	20
Esteban Quirola	0
José Rosado	0
Clemente Bravo	1



Crítica de las fuentes	
No	18
Esteban Quirola	0
José Rosado	1
Clemente Bravo	2



Periodismo de investigación	
No	20
Esteban Quirola	1
José Rosado	0
Clemente Bravo	0



NOTA: En diario **Correo**, los indicadores de información sobre procesos judiciales, conflicto, denuncia del periodista y de las fuentes dieron en el 0% en las noticias de la última semana de cierre de campañas 2019.

DIARIO EL NACIONAL

Crítica de las fuentes	
No	15
Clemente Bravo	1



NOTA: De las noticias analizadas en la última semana de cierre de campañas electorales 2019, en diario *El Nacional* solamente se encontró el indicador de crítica de las fuentes, debido a que los otros indicadores como lo son: información sobre procesos judiciales, crítica del periodista, denuncia del periodista y de las fuentes, conflicto y periodismo de investigación resultaron en el 0%.

DIARIO OPINIÓN

Crítica de las fuentes	
No	12
Rosado	0
Falquez	2

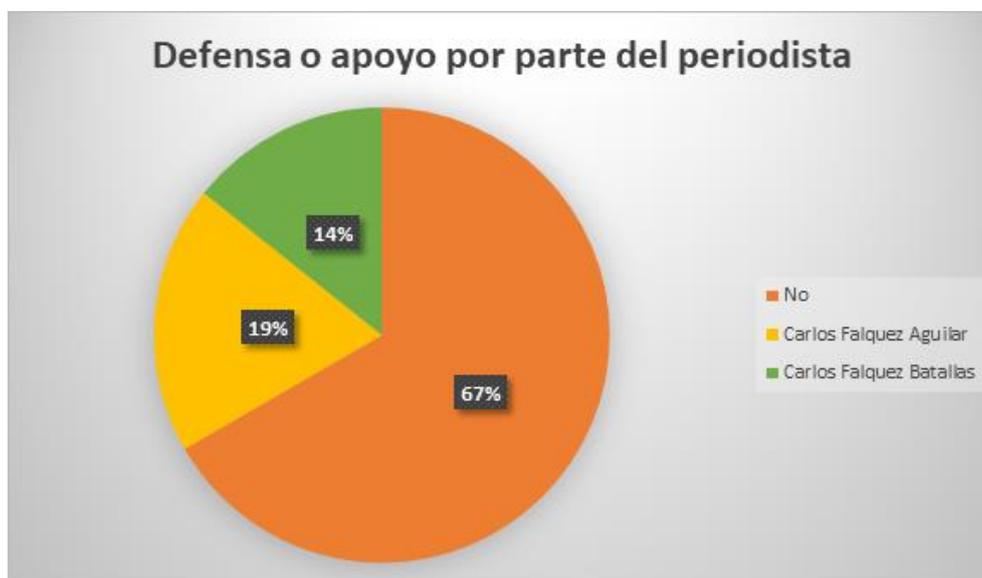


NOTA: Así mismo, como en los otros casos en diario *Opinión*, el rol vigilante solo se presentó en el indicador de crítica de las fuentes, y en los otros indicadores no existe.

ROL LEAL FACILITADOR

DIARIO CORREO

Defensa o apoyo por parte del periodista	
No	14
Carlos Falquez Aguilar	4
Carlos Falquez Batallas	3



Defensa o apoyo por parte de la fuente	
No	7
Carlos Falquez Aguilar	6
Carlos Falquez Batallas	7
Favian Aguilar	1



Imagen positiva por parte del periodista	
No	14
Carlos Falquez Aguilar	4
Carlos Falquez Batallas	3

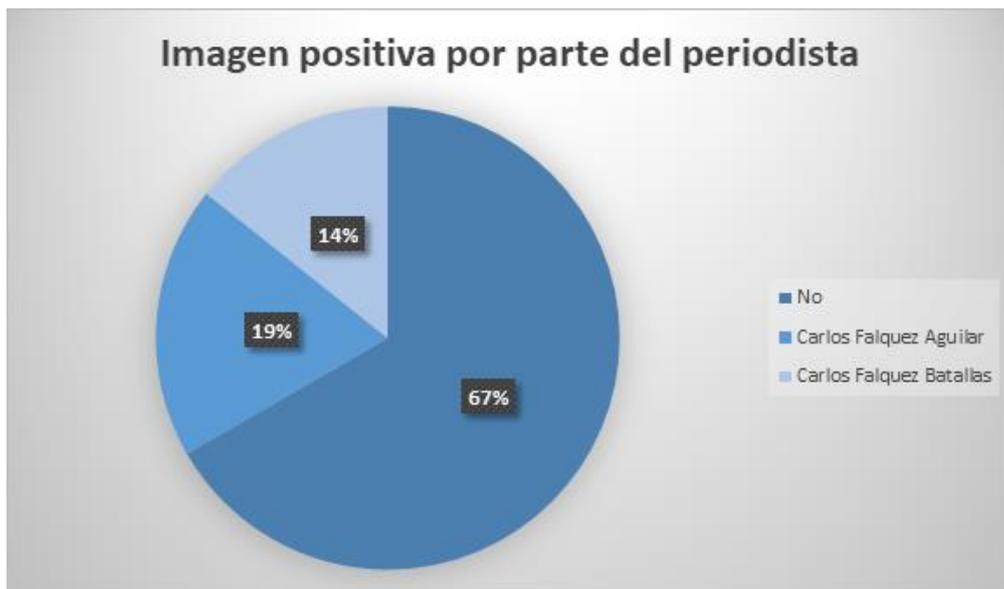
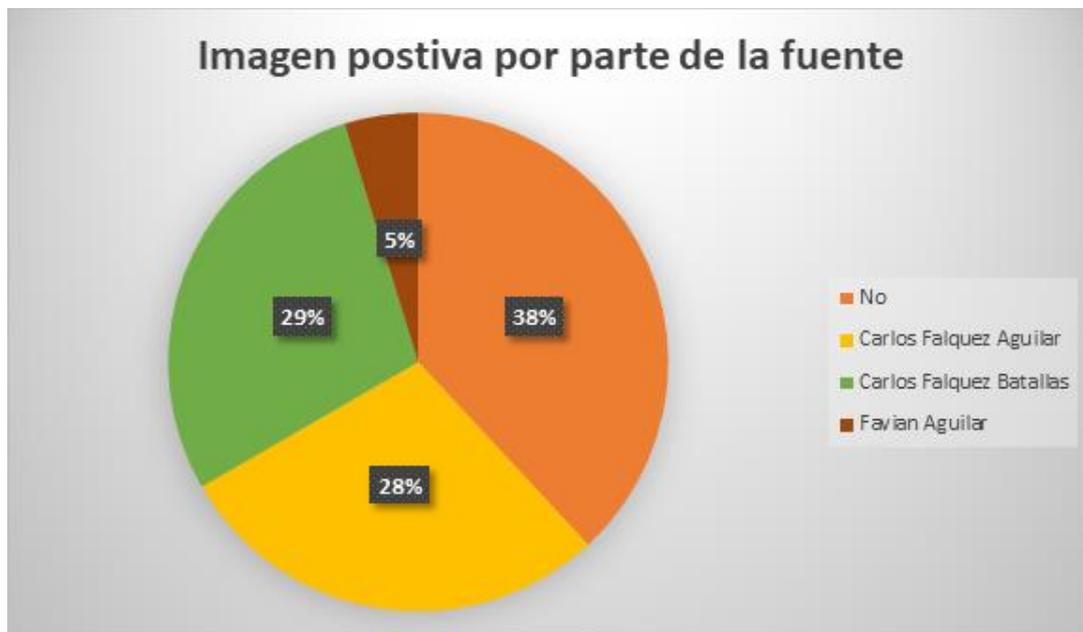


Imagen positiva por parte de la fuente	
No	8
Carlos Falquez Aguilar	6
Carlos Falquez Batallas	6
Favian Aguilar	1



NOTA: En diario **Correo**, se pudo notar que está muy presente el rol leal facilitador, con respecto al análisis de contenido de la semana de cierre de campañas 2019.

DIARIO EL NACIONAL

Defensa o apoyo por parte de la fuente	
No	3
Carlos Falquez Aguilar	2
Carlos Falquez Batallas	3
Montgomery Sánchez	1
Estean Quirola	1
Telmo Concha	1
Harry Alvarez	1
Félix López	1
José Rosado	1

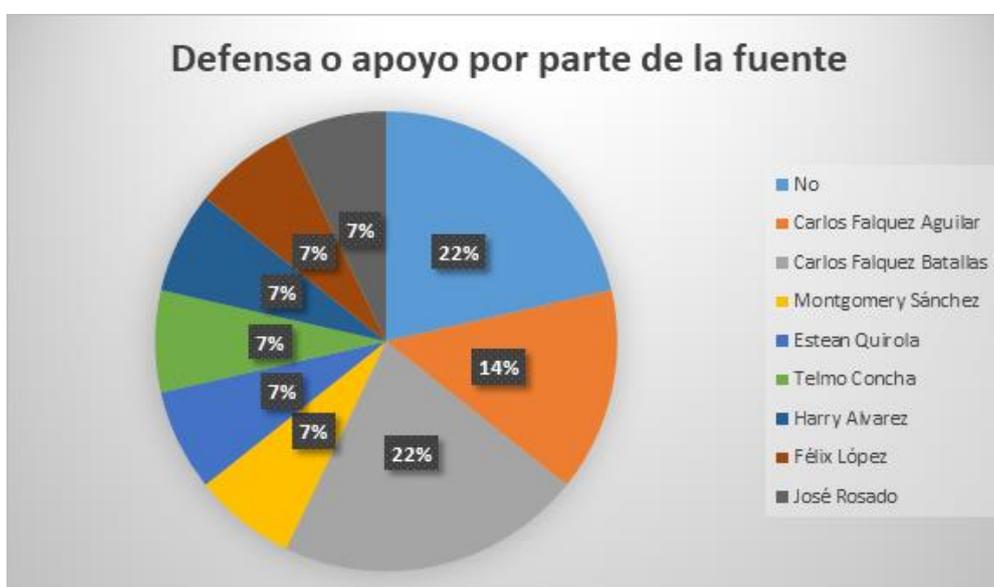
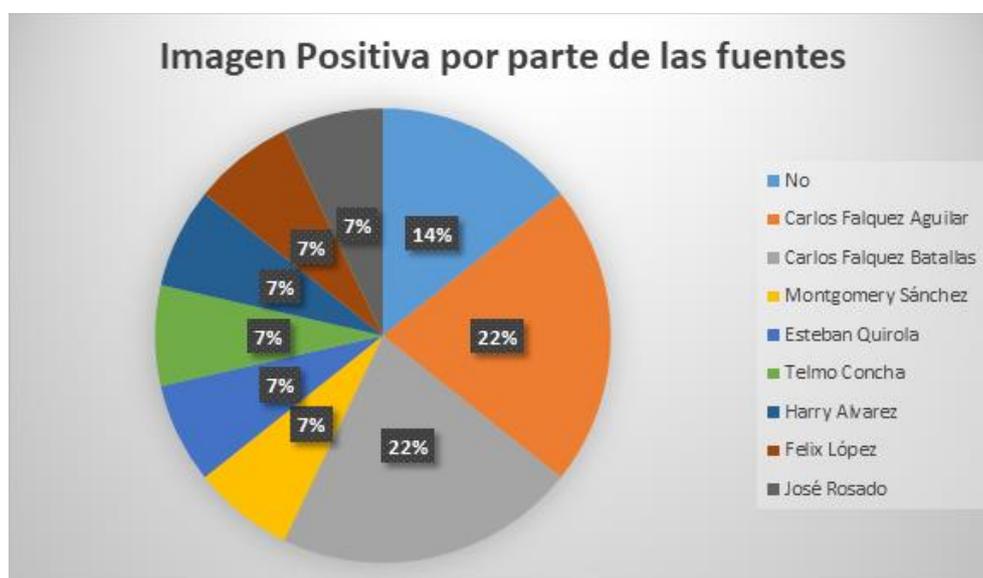


Imagen Positiva por parte de las fuentes	
No	2
Carlos Falquez Aguilar	3
Carlos Falquez Batallas	3
Montgomery Sánchez	1
Esteban Quirola	1
Telmo Concha	1
Harry Alvarez	1
Felix López	1
José Rosado	1



NOTA: En diario *El Nacional*, solamente sobresalen los indicadores: defensa o apoyo por parte de las fuentes e imagen positiva por parte de las fuentes, los indicadores como lo son

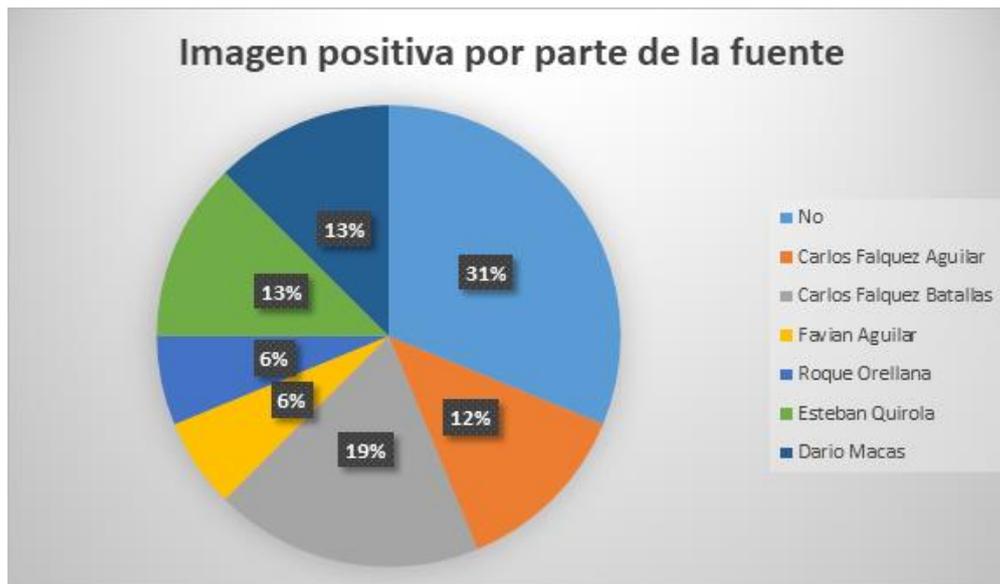
defensa o apoyo por parte del periodista e imagen positiva por parte del periodista resultaron en 0%.

DIARIO OPINIÓN

Defensa o apoyo por parte de la fuente	
No	3
Carlos Falquez Aguilar	2
Carlos Falquez Batallas	3
Favian Aguilar	1
Roque Orellana	2
Esteban Quirola	2
Dario Macas	3



Imagen positiva por parte de la fuente	
No	5
Carlos Falquez Aguilar	2
Carlos Falquez Batallas	3
Favian Aguilar	1
Roque Orellana	1
Esteban Quirola	2
Dario Macas	2



NOTA: De la misma manera en diario *Opinión* resaltan los indicadores defensa o apoyo por parte de las fuentes e imagen positiva por parte de las fuentes, y en los otros indicadores como lo son defensa o apoyo por parte del periodista e imagen positiva por parte del periodista no existe en las noticias publicadas en la semana de cierre de campañas 2019.

12.5 FOTOS

