



Para citar este artículo: Oller, M. & Chavero, P. (2015). La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 8, (1), 81-104. Doi: dx.doi.org/10.12804/disertaciones.01.2015.04

LA PERCEPCIÓN DE LOS FACTORES DE INFLUENCIA DE LOS PERIODISTAS DENTRO DE LA CULTURA PERIODÍSTICA DE ECUADOR

The Perception of the Influence Factors of Journalists in the Journalistic Culture of Ecuador

A percepção dos fatores de influência dos jornalistas dentro da cultura jornalística do Equador

OLLER, Martín. *Universidad de las Américas (Ecuador)*
martin.olleralonso@gmail.com

CHAVERO, Palmira. *Flacso Ecuador (Ecuador)*
pchavero@gmail.com

Fecha de recibido: 10 de noviembre de 2014

Fecha de aceptado: 9 de diciembre de 2014

RESUMEN

Este artículo presenta los resultados del proyecto Cultura Periodística de Ecuador (CPE) sobre la percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador. Estas influencias son estudiadas porque determinan las ideologías y las prácticas profesionales de los periodistas desde su punto de vista de coherencia y desarrollo interno en relación con el contexto. Además, proceden tanto de los niveles internos a la redacción del medio (nivel de actor e institución) como de los externos (nivel de sistemas). Este estudio cualitativo



se ha llevado a cabo a través de entrevistas en profundidad a 31 periodistas de 6 medios de comunicación de Ecuador durante el primer semestre de 2014. Los resultados muestran que aunque los profesionales entrevistados a nivel general perciben una mayor influencia procedente de sus redacciones y del entorno cercano, la legislación de los medios de comunicación, la audiencia o el público, las fuentes de noticias y el Gobierno o sus representantes determinan de igual modo su trabajo diario.

Palabras clave: Cultura Periodística de Ecuador (CPE), cultura periodística intermedia, factores de influencia, método cualitativo/cuantitativo, Ecuador.

ABSTRACT

This article presents the results of the Journalistic Culture of Ecuador Project (CPE) on the perception of the influence factors of journalists in Ecuador. These influences are studied because they determine the ideologies and the professional practices of journalists concerning internal consistency and development in relation to the context. These influences come from internal (actor and institutional level) and external (system level) levels. This qualitative/quantitative study was conducted through in-depth interviews with 31 journalists from 6 media companies in Ecuador during the first half of 2014. The results show that journalists interviewed perceive greater influence within their newsrooms and the immediate environment, but also from the media legislation of the Government, the audience or the public, the news sources and Government or their representatives determine their daily work.

Keywords: Journalistic Culture of Ecuador (CPE), intermediate journalistic culture, influence factors, qualitative / quantitative method, Ecuador.

Resumo

Este artigo apresenta os resultados do projeto Cultura Jornalística do Equador (Cultura Periodística de Ecuador – CPE) sobre a percepção dos fatores de influência dos jornalistas dentro da cultura jornalística do Equador. Estas influências são estudadas porque determinam as ideologias e as práticas profissionais dos jornalistas desde seu ponto de vista de coerência e desenvolvimento interno em relação com o contexto. Além disso, procedem tanto dos níveis internos à redação do meio (nível de ator e instituição) quanto dos externos (nível de sistemas). Este estudo qualitativo tem se levado a cabo através de entrevistas em profundidade a 31 jornalistas de 6 meios de comunicação do Equador durante o primeiro semestre de 2014. Os resultados mostram que ainda que os jornalistas entrevistados no nível geral percebem uma maior influência procedente de suas redações e do entorno próximo, a legislação dos meios de comunicação, a audiência ou o público, as fontes de notícias e o governo ou seus representantes determinam de igual modo seu trabalho diário.

Palavras-chave: Cultura Jornalística do Equador, cultura jornalística intermédia, fatores de influência, método qualitativo/quantitativo, Equador.



1. Introducción

Los medios de comunicación en la sociedad contemporánea mantienen su papel protagonista como generadores, mediadores y receptores de información dentro de la cultura periodística de un país, ya que existe una relación recíproca de necesidad con el resto de estructuras —sociales, políticas, económicas, culturales, etc.— y el sistema de medios. Este vínculo interestructural sitúa al periodista como punto de partida del análisis del contexto mediático y la cultura periodística de un país o región debido a la relación entre la coherencia interna de su actividad profesional como individuo y a su interacción con el entorno.

Durante todo el siglo XX y principios del XXI se han realizado investigaciones en periodismo que han ofrecido evidencias empíricas de las influencias ejercidas por el contexto en las percepciones, las ideas y las acciones de los periodistas¹. Sin embargo, un paradigma de análisis de las influencias no puede plantearse de forma rígida, sino que debe proponerse de manera flexible para que pueda adaptarse al ambiente (Blackburn, 1994).

El proyecto Cultura Periodística de Ecuador (PCE) analiza el periodismo de este país dentro de su realidad política, económica, ideológica, histórica y multicultural e intercultural basado en las percepciones de los periodistas. Para ello, se han realizado 31 entrevistas en profundidad a periodistas en activo pertenecientes a 6 medios de comunicación de Ecuador. El proyecto consta de 6 dimensiones de análisis, de las cuales en este artículo se desarrollará la encargada de analizar el efecto de las influencias contextuales sobre los periodistas entrevistados. Las influencias percibidas por aquellos procedentes de los distintos niveles contextuales juegan un rol fundamental en su percepción, sus acciones y sus decisiones dentro del proceso cotidiano de producción periodística (Weischenberg, Löffelholz & Scholl, 1994; Oller & Meier, 2012).

Este estudio analiza las influencias contextuales que perciben los periodistas ecuatorianos a partir de varios niveles. Hay diferentes autores que han realizado modelos estructurales del contexto periodístico, de los cuales se ayuda este estudio, algunos de los principales son Ettema y Whitney (1987), Shoemaker y Reese (1991), Weischenberg (1992; 1995), Esser (1998), Donsbach (2000), McQuail (1983), Hanitzsch (2009) y Oller y Meier (2012). Este último modelo es el que se aplica en este trabajo a la hora de realizar el análisis contextual de la cultura periodística de Ecuador.

Los objetivos principales de esta investigación son: 1) Conocer qué influencias perciben los periodistas entrevistados en su profesión dentro de la cultura periodística de Ecuador. 2) Establecer la procedencia de los factores de influencia que perciben los periodistas entrevistados dentro de los “niveles contextuales” de la cultura periodística de Ecuador.

1 Flegel y Chaffe (1971) concluyeron que la influencia de los lectores o de los editores sobre los periodistas era una fuente notable, aunque estos se guiaran principalmente por sus propias opiniones; Weischenberg, Löffelholz y Scholl (1994) ratificaron que los periodistas se veían persuadidos por sus compañeros y por sus grupos de confianza y que estaban profundamente influenciados por el ambiente dentro de las redacciones; Weaver y col. (2007) encontraron evidencias que la redacción ejerce una más que demostrada influencia sobre las decisiones éticas de los periodistas; Hanitzsch (2009) anotó que aunque estas son importantes, se deben tener en cuenta otras fuentes de influencia externas como los competidores, otros medios o las fuentes de información.



2. La cultura periodística latinoamericana

La cultura periodística es entendida, según Hanitzsch (2007, p. 373), como “la idea específica del periodista a partir de la cual evalúa y ordena sus ideas culturales y crea su propia realidad significativa que forma sus acciones profesionales dentro de los conocimientos colectivos”. De modo que todas las acciones, actitudes e ideas de los periodistas se establecen dentro de la cultura periodística de un país o región, “fijando una forma de actuar común” (Oller & Meier, 2012, p. 31). Por estos motivos, “el estudio de las culturas periodísticas debe centrarse en los valores sociales, las creencias y las actitudes que conforman esas culturas” (Hanitzsch, 2013, p. 191).

América Latina es un territorio multicultural formado por un enorme mosaico de identidades y culturas híbridas (García-Canclini, 1990). Lo que le lleva, desde una perspectiva mediática, a presentar un conjunto de sistemas más diverso que homogéneo (Buckman, 1996) y resulte muy complicado establecer un marco estructural común para esta región (Mellado, 2009). A pesar de estas dificultades, existen unos rasgos comunes que la caracterizan:

1. Los gobiernos totalitaristas, la inestabilidad, los cambios de poder, continuos y traumáticos, y las transiciones a democracias representativas a lo largo de los últimos años. “Durante la década de los ochenta los países de América Latina fueron pasando de regímenes militares a gobiernos electos democráticamente” (ej. Argentina, Brasil y Uruguay) (Rodríguez & Murphy, 1997, p. 35).
2. La discrepancia existente en torno al significado de “integración continental” (Caccia Bava, 2009) debido a las disputas políticas y a la diversidad cultural y social provocada por “un crisol de distintas, heterogéneas y diferentes razas y culturas, provenientes de la unión de los indígenas con europeos, africanos y emigrantes asiáticos” (Zárate, 2011, p. 1).
3. La polarización de las políticas económicas entre neoliberales (últimas tres décadas) y las reacciones contrarias a estas por haber propiciado un incremento de las actitudes discriminatorias y segregadoras y el incremento de problemas de pobreza, inequidad socioeconómica y exclusión (Zárate, 2011).
4. La alta proporción de latinoamericanos que prefiere un desarrollo económico antes que la consolidación de la democracia². Según Caputo (2004), a una gran parte de la población de América Latina no le importaría mucho que regresara al autoritarismo en aras de un mayor bienestar material.
5. El aumento cuantitativo y cualitativo de la participación ciudadana y los movimientos sociales: “La esfera pública no está ahora solo reservada para los actores institucionales o ilustrados, desde ahora esta es entendida desde un punto de vista de sociedad civil” (Maigret, 2005, p. 362; Cañizález, 2011, p. 28).
6. La existencia de profundas influencias sociales y políticas procedentes de países del sur de Europa como España o Portugal (Buckman, 1996) e influencias ideológicas y religiosas sustentadas en la iglesia católica (Winn, 2006).
7. El flujo de migración se ha incrementado en todo el continente y hacia las capitales europeas, provocando cambios del dibujo de los límites de las distintas culturas latinoamericanas (Waisbord, 1998; Zárate, 2011).
8. Los medios de comunicación en América Latina a través del tiempo han mantenido una constante tendencia hacia la concentración (Sánchez, 2009) en unos casos; y, en otros muchos, “el rol del Estado ha ejercido una influencia sobre el sistema mediático más negativa que positiva con respecto a la libertad

2 Según una encuesta realizada por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).



de prensa a partir de su intervención en el sistema de radiodifusión de servicio público y las fuertes protecciones legales” (Hallin & Mancini, 2012, p. 297).

9. En las últimas décadas, dos fenómenos muy importantes han cambiado la sociedad en la que vivimos: la globalización y la digitalización (Carelli, 2014). Según Martín-Barbero (2014, p. 138), “la globalización no es un mero avatar de la economía y el mercado, es un movimiento que construye comunicación e información, la llave a un nuevo modelo de sociedad. Esta empuja a todas las sociedades a un incremento de la conexión y los conflictos dentro de la red, exponiendo a las culturas entre sí como nunca antes”.

Como se puede apreciar, en América Latina la historia de los medios de comunicación y la cultura periodística ha ido evolucionando paralelamente a un contexto de inestabilidad económica y enormes transformaciones políticas (Rodríguez & Murphy, 1997). Senecal (1986) se refiere a la lógica comercial, del Estado y de los movimientos sociales y culturales. Roncagliolo (1996) distingue una lógica económica basada en los beneficios que caracteriza a los medios comerciales masivos; una lógica política identificada con los medios de comunicación del Estado o los que están asociados a ciertos partidos políticos y la lógica sociocultural que define los medios comunitarios. Según Brunetti (2000) si los medios de comunicación añaden el elemento educacional, este podría girar fácilmente a que los agentes activos mejoren las condiciones y habilidades de su público.

3. La cultura periodística de Ecuador

La cultura periodística de Ecuador comenzó a definirse a partir de la consolidación de la prensa a finales del siglo XIX y del surgimiento de las primeras publicaciones diarias (en 1860 se fundó *El Telégrafo*, en 1906 *El Comercio* y en 1922 *El Universo*) (Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador, 2011)³.

Al igual que el resto de países en América Latina, la cultura periodística de Ecuador en las últimas décadas del siglo XX ha quedado definida por las posiciones de privilegio de los poderes económicos “aprovechando los procesos de privatización, una legislación muy permisiva y la diversificación propiciada por las nuevas tecnologías, incluso la inestabilidad política” (Checa-Godoy, 2012, p. 126). A pesar de que Ecuador cuenta desde 1995 con una Ley de Radiodifusión y Televisión que contempla medidas contra el monopolio mediático y la aprobación en 2004 de la Ley Orgánica de Transparencia y acceso a la Información Pública, el obstáculo más serio para la práctica del periodismo en estos años fue que todos los medios estaban en manos de personas vinculadas con la élite comercial, política o grupos determinados (Walton & Layton, 2010). Además, la presencia de la banca en los medios se evidenció en especial a partir de 1998 con la profunda crisis financiera en el país (Checa-Godoy, 2011, p. 39).

Estas características de la nueva estructura del capitalismo han dado a la comunicación y a la información un papel primordial en el desarrollo económico (Bolaño, 2005), por lo que el “carácter mercantil que adquiere el uso de los recursos informacionales implicó su sometimiento inevitable a las leyes que gobiernan la producción y realización general de mercancías” (Torres & Zallo, 1991, p. 64; Macaroff, 2010). En Ecuador esta situación provocó que las políticas públicas de desregularización y liberación —en busca de fomentar la competitividad del sector mediático— llevara a una concentración monopólica de medios, produciendo, como afirma Abad (2009), restricciones al ciudadano en cuanto al uso de información en beneficio del interés privado.

3 Basado en la aplicación de los indicadores de Desarrollo Mediático de la Unesco.



Por estos motivos, organismos internacionales como Reporteros sin Fronteras (2010)⁴ han apostado por una legislación en Ecuador que garantice un mayor equilibrio entre los distintos tipos de medios, que confiera una mayor visibilidad a algunos sectores de la sociedad. Aunque esta exigencia implica no confundirse con una regulación de los medios basada en el control coercitivo de la actividad de los periodistas.

En la actualidad, el Estado está apostando firmemente por una reestructuración del sistema mediático:

En primer lugar, a través del fortalecimiento de los organismos y las instituciones públicas en comunicación como: el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MINTEL), la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM) y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM)⁵.

En segundo lugar, desarrollando un proyecto basado en el desarrollo de los Medios de Servicio Público⁶ y la creación de diferentes medios públicos como Radio Pública del Ecuador (2008), el canal de televisión Ecuador TV (2008) y el diario *El Telégrafo* (2008)⁷ y un fortalecimiento de los medios comunitarios⁸. Aunque, como afirman Abad (2009) y Macaroff (2010), esto ha provocado un alineamiento de la mayoría de medios privados en contra de la propuesta gubernamental en casi todos los frentes. De modo que para conocer profundamente esta difícil relación entre los medios privados y el Estado es necesario considerar las circunstancias políticas que vive actualmente Ecuador, porque, tal y como considera Abad (2013, p. 19), “la actitud vigilante y el discurso impugnador a los medios no están a cargo de la ciudadanía sino del poder político”.

En tercer lugar, apostando en los últimos años por la revolución cultural basada en la democratización de la comunicación⁹ y una política de regulación del mercado mediático a partir de la aprobación de nuevas legislaciones en comunicación. El principal ejemplo es la aprobación el 25 de junio de 2013 de la Ley Orgánica de Comunicación (y los reglamentos a esta ley) —que reemplaza a la ley vigente hasta ese momento de 1975—. Esta política legislativa de Ecuador sigue la línea de países de la región latinoamericana como Argentina, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009; Venezuela, Ley Orgánica de Telecomunicación de 2000; Uruguay, Reglamento de Radiodifusión Sonora y TV Abierta Comunitaria de 2002 y Ley de Medios Comunitarios de 2008, y Bolivia, Ley General de Telecomunicaciones de 2011, además de países como Brasil o México, que están debatiendo sus respectivas normativas en los últimos años.

4 *El Volcán Mediático y su delicada Regulación. Informe sobre Ecuador* (Hervieu & Samson, 2010).

5 Tanto la SUPERCOM como el CORDICOM se constituyeron bajo el auspicio de la Ley Orgánica de Comunicación.

6 La acción de la radio y televisión pública se apoya en cuatro principios fundamentales: universalidad, diversidad, independencia y especificidad (Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador, 2011).

7 No se plantean los medios gubernamentales porque no aparecen reflejados en la ley: diario *El Ciudadano*, diario *PP* y la *Agencia Pública de Noticias Andes*.

8 Según datos ofrecidos por la Superintendencia de Telecomunicaciones, en 2010 solo existían en Ecuador dos emisoras de radio comunitarias y ningún canal de televisión (Checa-Godoy, 2011).

9 Según el Informe *Ecuador 2013-2017: Hacia nuevos retos políticos y económicos* publicado por Llorente & Cuenca, analistas de diferentes sectores afirman que los cambios propuestos por el Estado deben reflejarse a partir de diferentes hitos, entre los que se encuentra la democratización de la comunicación.



En cuarto lugar —en línea con las leyes de comunicación de otros países latinoamericanos—, llevando a cabo una redistribución del espectro radioeléctrico a partir de la distribución equitativa de frecuencias en tres partes: el 33 % de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33 % para medios privados y el 34 % para medios comunitarios (Art. 106 LOC).

Junto a estas iniciativas, destaca la apuesta comunicativa y publicitaria del Estado. En primer lugar, la puesta en marcha a partir de 2007 de la denominada “Sabatina”, un espacio informativo de 3 horas de duración que es emitido en directo de forma simultánea por la radio y la televisión pública. Este es el recurso más utilizado por el presidente Rafael Correa a la hora de transmitir la gestión de su Gobierno, un formato que pretende ser rendición de cuentas. En segundo lugar, el incremento del gasto en publicidad institucional. Según Checa-Godoy (2011, p. 51) “la publicidad oficial supuso en 2008 en torno a 17 millones de dólares [...], en 2009 llegó a los 40 millones de dólares y en 2010 superó los 60”. De forma que “el Gobierno de Correa ha logrado implementar una exitosa campaña de difusión y relaciones públicas, fundamentado principalmente en una constante aparición en los medios de comunicación” (Punín, 2011, p. 6).

Cifras aproximadas señalan que en Ecuador funcionan alrededor de mil medios de comunicación entre radio, prensa y televisión (Rincón, 2010). Según el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) en 2010 existían 849 estaciones de radio, 84 canales de televisión y alrededor de cien medios impresos. A pesar de los esfuerzos del Gobierno, en la actualidad la distribución de medios en Ecuador, según el Registro Único de Medios del CORDICOM (junio de 2014), es del 91 % para medios privados, del 5 % para públicos y del 4 % para medios comunitarios. De forma que, como afirma Abad (2009), nos encontramos con una cultura periodística formada en los medios privados. Prueba de ello es que, en primer lugar, en el último informe sobre profesionalización del periodismo¹⁰ presentado por el CORDICOM en el mes de septiembre de 2014, de los 5619 periodistas encuestados, 4049 (72 %) trabajan en medios privados, y, en segundo lugar, en un informe presentado por CIESPAL a finales de 2009 se reconocía que la mayor parte de las respuestas ponían en evidencia que “aún no se encontraban diferencias significativas en el tratamiento entre medios públicos y privados” (Ayala & Calvache, 2009, p. 41).

4. El estudio del contexto: los factores de influencia

El proyecto CPE pretende analizar los factores de influencia que determinan la práctica profesional de los periodistas ecuatorianos dentro de su cultura periodística. De forma que el análisis permita conocer las distintas realidades complejas que determinan su funcionamiento, teniendo presente que las actitudes, las acciones y las ideas profesionales de los periodistas a nivel individual están determinadas por el contexto.

Como se ha dicho, la cultura periodística de un país determina el trabajo de los periodistas, situación que ha llevado a distintos investigadores a analizar la realidad mediática y de los periodistas basados en las influencias contextuales. Para ello han creado una jerarquía de influencias desestructurada en niveles, ya que, según Esser (1998, p. 21), “facilita la clasificación sistemática e interpretación del material empírico”.

10 *Resultados de la Encuesta Nacional de Profesionalización a los trabajadores de la comunicación* (30 de septiembre de 2014). Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de <http://www.cordicom.gob.ec/resultados-de-la-encuesta-nacional-de-profesionalizacion-a-los-trabajadores-de-la-comunicacion/>



McQuail (1983) desarrolló diferentes niveles de análisis desde el individual, pasando por el organizativo y el social, hasta el de organizaciones internacionales. Estos engloban las influencias procedentes de la sociedad, del público, de los usuarios, de los propios intereses del periodista, de su grupo cercano, de los emisores de información y de la sociedad en general. Posteriormente, McQuail y Windahl (1993) demostraron que los factores de influencia organizacionales procedentes de los medios poseen una marcada relación con fuentes de influencia como los propietarios, el público o la audiencia, las agencias de noticias, las fuentes de información y los anunciantes.

Chaffee y Berger (1987) propusieron un modelo de análisis contextual basado en tres niveles: 1) Nivel individual o de pequeños grupos. 2) Nivel organizacional. 3) Nivel general donde aparece relacionado el sistema mediático a otros como el económico, el legal y el político. De igual modo lo hicieron Whitney, Sumpter y McQuail (2004) y Ettema y Whitney (2007), distinguiendo entre 1) Nivel individual. 2) Nivel institucional. 3) nivel organizativo.

Donsbach (2000; 2008) realizó una división en cuatro niveles de los factores de influencia: 1) Nivel individual. 2) Nivel de profesión. 3) Nivel de institución. 4) Nivel de esfera social. Grossberg, Wartella, Whitney y Wise (2006, p. 65) explicaron que un análisis basado en niveles es necesario porque el trabajo de un profesional queda englobado dentro de un sistema que lo envuelve y que queda dividido en niveles, los cuales son denominados a partir de la metáfora “escalera de abstracción” que muestra cómo los productos procedentes de los medios son un conglomerado entre el individuo, la organización mediática y su industria, y, a su vez, estos están influenciados por el total del sistema mediático y la cultura donde se encuentran. Preston y Metykova (2009) ofrecen un modelo de análisis contextual basado en cinco niveles de influencia: 1) Nivel individual. 2) Nivel organizativo. 3) Nivel de rutinas. 4) Nivel político-económico. 5) Nivel cultural-ideológico.

Aunque el objeto de estudio sean los periodistas a nivel individual o como actores, la total comprensión de sus acciones queda determinada por los factores de influencia que los envuelve dentro de un contexto. Estos pueden representarse en el centro de un todo circular estructurado en niveles superpuestos tal y como lo indica Esser (1998) en su modelo de cuatro niveles: 1) Nivel externo formado por la esfera social y las condiciones histórico-culturales de la sociedad. 2) Nivel intermedio representado por la estructura mediática y sus normas. 3) Un tercer nivel donde se sitúa la esfera institucional y el perfil, la estructura y la imagen de la actividad periodística y de los medios. 4) Nivel interno conformado por el periodista, sus valores, ideas y roles profesionales.

De igual modo, Weischenberg (1992) planteó metafóricamente su modelo “de cebolla” donde unos niveles envuelven a los inmediatamente inferiores. En primer lugar, la capa exterior está formada por las normas que rigen los medios de comunicación; en segundo lugar, se encuentra el contexto estructural y las instituciones que interactúan con los medios como los poderes políticos, económicos y sociales; en tercer lugar, el contexto funcional que muestra los efectos del sistema mediático en los otros sistemas, y, en último lugar, en el centro de este modelo, se encuentran los periodistas como actores principales del proceso comunicacional.

El modelo de Hanitzsch y col. (2010), basado en Shoemaker, Vos y Reese (2009), divide el sistema mediático en estructuras teóricas que van de lo micro a lo macro: 1) Nivel micro, del periodista como individuo. 2) Nivel meso, de las organizaciones como las redacciones de los medios. 3) Nivel macro, de los sistemas político, económico y social que interactúan con el sistema de medios.

Los factores de influencia procedentes del nivel individual son fundamentales porque “los periodistas constantemente se ven obligados a tomar decisiones” (Donsbach, 2004 en Hanitzsch, 2009, p. 157). Esto no quiere



decir que las influencias procedentes del nivel de organizaciones no resulten de “gran relevancia” (Löffelholz & Weaver, 2008, p. 285-286) ya que “el periodismo contemporáneo se caracteriza por su alta naturaleza organizativa” (Altmeyden, 2008, p. 52-53; Shoemaker & Reese, 1996, p. 140).

Este estudio basa fundamentalmente el análisis de las influencias contextuales en el “modelo integrado” planteado por Oller y Meier (2012) de tres niveles: 1) El nivel de sistemas es la esfera exterior donde se encuentra el sistema de medios de comunicación en relación con el resto de sistemas de una sociedad. 2) El nivel de institución es la esfera central en la que se analiza la organización de los medios de comunicación en base a su estructura y los factores que actúan y definen el trabajo de una redacción. 3) El nivel de actor es la esfera interna en la que se detallan los intereses y métodos de trabajo de los periodistas a nivel individual dentro de una redacción.

5. Metodología

La figura del periodista como actor dentro de un medio concreto puede analizarse a su vez como centro de un todo circular (Berganza, Oller & Meier, 2010, p. 492; Oller & Meier, 2012, p. 133). El proyecto Cultura Periodística de Ecuador (CPE) es un estudio cualitativo-cuantitativo que se ha propuesto crear un mapa de la cultura periodística ecuatoriana a través del análisis de las dimensiones planteadas por Hanitzsch (2007) y el estudio de las influencias contextuales percibidas por los profesionales de los medios en Ecuador. A través del uso de preguntas abiertas y cerradas se ha podido, como señala Flick (2007), obtener una imagen de los periodistas objeto de estudio desde dos puntos de vista diferentes, obteniendo una imagen más general y profunda. En el análisis final de este trabajo, el método cualitativo actuó como el “dominante” y el cuantitativo como el “secundario”.

En este proyecto se realizaron un total de 31 entrevistas en profundidad a periodistas en activo [tabla 1] —redactores, coordinadores de sección, editores y jefes de redacción— de 6 medios de comunicación públicos, privados y comunitarios —prensa, radio y televisión— denominados “medios de calidad” (Jarren & Vogel, 2008, p. 72)¹¹.

Las entrevistas en profundidad “cara a cara” son especialmente adecuadas en la obtención de opiniones personales generales y concretas de los periodistas acerca de su profesión (Oller & Meier, 2012) y son “un instrumento abierto que facilita la comunicación” (Lamnek, 2005, p. 342). De este modo, los periodistas pueden responder espontánea y libremente a cada una de las cuestiones. Las preguntas de carácter cerrado facilitan la estructuración temática que da respuesta a los principales interrogantes del estudio. Así, a través de las preguntas cualitativas se han obtenido resultados más profundos, mientras que las cuantitativas han permitido la estandarización y la futura comparación internacional de los resultados.

La selección de la muestra se basó en parámetros que permitieran la mayor representatividad de los periodistas y de los medios de comunicación de Ecuador. Para la configuración de la muestra se siguieron unos criterios

11 Los denominados “medios de calidad” se caracterizan por tener una línea editorial y una influencia política concreta, por participar en el proceso de formación de opinión a través de la venta de información, por el cuidado de una cultura periodística concreta y por ser la referencia para otros medios nacionales e internacionales (Jarren & Vogel, 2008; Oller & Meier, 2012).



de selección basados en el muestreo por cuotas¹², característica que determina los propios límites de esta investigación.

A pesar de ello, y aunque la muestra no es cuantitativamente representativa al ser muy pequeña, según Wyss (2002), en un estudio cualitativo un total de 31 entrevistas es un número aceptable que sirve para tener una referencia clara y los datos suficientes para la investigación a la hora de su tratamiento estadístico.

Unido al trabajo de campo, el equipo de investigación reunió información sobre los medios de comunicación y el sistema mediático ecuatoriano para poder contextualizar el análisis de los periodistas. Las entrevistas en profundidad se realizaron cara a cara en las redacciones de los medios durante los primeros meses de 2014. A partir de ahí comenzó un segundo periodo de análisis donde se estudiaron estos casos a través de los distintos niveles de influencia contextuales planteados por Oller y Meier (2012).

Tabla 1. Parámetros básicos de la muestra del estudio Cultura Periodística de Ecuador (CPE)

Parámetros básicos de los periodistas entrevistados	Ecuador
Periodistas entrevistados	31
Mujeres periodistas (%)	32
Edad (M)	35
Grado universitario en comunicación (%)	81
Años de experiencia como periodistas (M)	11,1
Años de trabajo en el medio actual (M)	6,3
Datos sociodemográficos	
Autoubicación ideológica	Izquierda o Centro-Izquierda: 13+5 Centro: 11 Derecha: 2
Ocupación de un cargo político	No: 30 Sí: 1
Interés en la política	Bastante o mucho: 14 Medio: 9 Poco o nada: 8
Datos de los medios de comunicación	
Propiedad de los medios	Públicos: 13 Privados: 16 Comunitarios: 2
Tipo de medios	Audiovisuales: 18 Escritos: 13

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio CPE.

12 A través del muestreo por cuotas, a pesar de ser una técnica no probabilística, se ha reunido una muestra proporcional de individuos respecto a la población de medios de comunicación y de periodistas de Ecuador.

6. Resultados

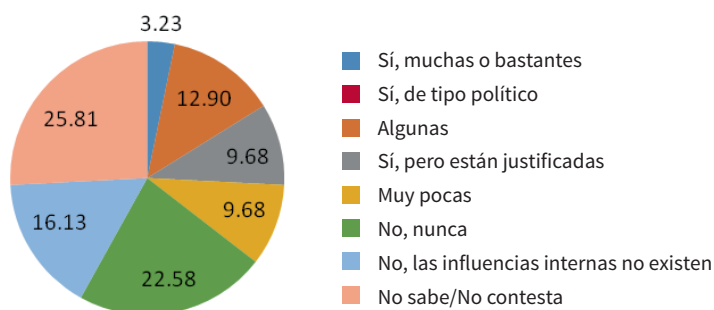
El análisis de las influencias que los periodistas entrevistados perciben diariamente dentro de sus redacciones permite definir las diferencias y los puntos en común existentes dentro de la cultura periodística de Ecuador.

Los resultados muestran que los periodistas entrevistados perciben, a nivel general, una mayor influencia procedente del medio de comunicación (redacción) donde trabajan y de su entorno cercano —entre las diez influencias consideradas como más importantes se encuentran seis internas: las nuevas tecnologías, las convicciones éticas, los superiores o supervisores, los plazos de cierre de noticias y los procedimientos o estándares—. A pesar de ello, cuatro influencias externas a sus redacciones —la legislación de los medios de comunicación, la audiencia o el público, las fuentes de noticias y el Gobierno o sus representantes— determinan en igual medida sus acciones profesionales.

6.1 La percepción de los periodistas entrevistados de las influencias internas en la cultura periodística de Ecuador

Las respuestas obtenidas en las preguntadas abiertas confirman que casi la mitad (48,2%) de los entrevistados perciben, en alguna medida y sin un conocimiento exacto de su procedencia, influencias dentro de sus redacciones; destacando solamente las influencias políticas e ideológicas —provenientes de sus superiores, códigos deontológicos o posibles líneas editoriales a seguir—.

Gráfica 1. La percepción de las influencias internas por los periodistas entrevistados en la cultura periodística de Ecuador (2014)



Fuente: elaboración propia.

Cuando se les preguntó por determinadas influencias de forma concreta, los periodistas entrevistados destacaron que perciben las nuevas tecnologías, sus convicciones éticas, sus superiores o supervisores y los plazos de noticias como las principales influencias internas. En el caso de las nuevas tecnologías, casi las tres cuartas partes (73,8%) de los entrevistados opinan que son bastante o muy influyentes, manteniéndose un cierto consenso. Respecto a las convicciones éticas, un 64,7% opina que son muy influyentes, mientras que para algo más de una quinta parte (22,4%) estas no son nada influyentes. Este disenso, demostrado también a través de los altos valores



de la desviación típica (3,4), confirma que aunque la mayor parte de los periodistas mantiene unos valores éticos comunes que intenta reflejar en su trabajo diario, existe otro grupo que se rige por otros patrones profesionales.

Por su parte, los supervisores o editores jefe ejercen una alta influencia en el desarrollo del trabajo de los periodistas según más de la mitad (54,8%) de los entrevistados. Además, este resultado reafirma, a partir de la desviación típica más baja de todas las influencias internas (2,7%), el consenso generalizado sobre la idea de verticalidad jerárquica dentro de las redacciones de los medios ecuatorianos. Incluso, la existencia de una línea editorial a seguir impuesta por los superiores o editores jefe. Los plazos y los cierres de noticias son la cuarta mayor influencia determinada por los entrevistados (un 54,7% opina que ejerce una gran influencia), afianzando, por un lado, la idea de verticalidad dentro del organigrama de las redacciones, y, por otro lado, la influencia del mercado mediático determinado por el dinamismo y la necesidad de provisión constante de información.

Destaca el hecho de que influencias como la búsqueda de audiencias y las expectativas de beneficio ocupen los últimos puestos. Respecto a la búsqueda de audiencias, hay un fuerte disenso, porque casi una tercera parte (31,4%) opina que su influencia es mucha; prácticamente un cuarto (24,5%) afirma, en cambio, que es mínima, y un 38,5% se decanta por mantener un punto intermedio. Sin embargo, casi la mitad (45,4%) de los entrevistados tiene más claro que las expectativas de beneficio del medio no ejercen sobre ellos una gran influencia. Este resultado demuestra que los periodistas entrevistados no mantienen una visión mercantilista del periodismo y no se rigen por el mercado. También refleja un cierto distanciamiento entre los periodistas y los medios de comunicación, pues se declaran en cierta medida al margen de la situación económica del medio, lo cual en la práctica no es tan claro. Parece, por tanto, que los periodistas respondieron la entrevista en calidad de profesionales, no de periodistas de un determinado medio.

La influencia de los propietarios o dueños de los medios sobre los periodistas entrevistados también está marcada por la irregularidad, ya que sus respuestas quedan divididas casi en tres partes iguales (un 35,7% opina que ejercen muy poca influencia, un 28,9% algo o bastante y un 35,4% mucha).

Los compañeros de plantilla, según más de la mitad de los entrevistados (51,5%) ejercen algo o bastante influencia. De modo que aunque se haya demostrado que dentro de las redacciones exista una clara estructura vertical, existe de igual modo una organización horizontal en secciones o áreas temáticas que fomenta el compañerismo entre los periodistas de un mismo medio. Finalmente, casi la mitad (48,4%) de los periodistas entrevistados percibe la escasez de recursos como un inconveniente en su trabajo.

Tabla 2. La percepción de los periodistas entrevistados de las influencias internas en la cultura periodística de Ecuador (2014)

INFLUENCIAS PERCIBIDAS	N	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	8 (%)	9 (%)	10 (%)	M	DE
Nuevas tecnologías	31	9,6	3,2	0	3,2	16,1	0	12,9	16,1	12,9	15,8	7	2,9
Convicciones éticas	31	12,9	3,2	6,4	0	3,2	3,2	3,2	16,1	19,3	29,3	6,9	3,4
Superiores o supervisores	31	9,6	3,2	0	3,2	12,9	6,4	9,6	25,8	12,9	16,1	6,8	2,7
Plazos de noticias (cierre)	31	9,6	3,2	3,2	6,4	12,9	0	9,6	25,8	9,6	19,3	6,7	2,9

continúa



INFLUENCIAS PERCIBIDAS	N	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	8 (%)	9 (%)	10 (%)	M	DE
Procedimientos y estándares	31	12,9	0	3,2	0	22,5	6,4	9,6	19,3	6,4	19,3	6,5	2,8
Escasez de recursos	31	12,9	6,4	3,2	12,9	19,3	3,2	12,9	12,9	6,4	6,4	5,8	2,8
Búsqueda de audiencia	31	9,7	6,4	6,4	6,4	22,5	0	9,6	12,9	6,4	12,1	5,7	3,1
Propietarios (dueños)	31	29,3	3,2	3,2	3,2	12,9	3,2	9,6	16,1	6,4	12,9	5,3	3,3
Compañeros de plantilla	31	16,3	3,2	9,6	3,2	32,2	3,2	12,9	3,2	9,6	6,4	5,1	2,7
Expectativas de beneficio	31	29,3	12,9	3,2	3,2	9,6	3,2	12,9	6,4	3,2	6,4	3,8	3,2

Fuente: elaboración propia.

En la tabla se reflejan los porcentajes de encuestados que respondieron como “poco influyentes” (1-3), “algo o bastante influyentes” (4-7) y “muy influyentes” (8-10) a estos factores.

N: número de la muestra

%: media en porcentaje

M: media

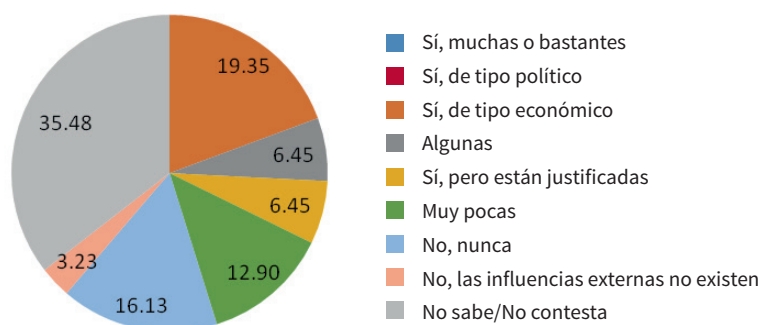
DE: desviación estándar

A nivel general, los periodistas entrevistados consideran que las influencias organizativas, profesionales y procedimentales procedentes del interior de las redacciones de los medios de comunicación actúan como los principales limitantes en su trabajo. Aunque, como se mostrará a continuación, existen ciertas influencias externas que son percibidas directamente debido a la idiosincrasia actual del periodismo en Ecuador.

6.2 La percepción de los periodistas entrevistados de las influencias externas en la cultura periodística de Ecuador

Las respuestas obtenidas en las preguntas abiertas ofrecen resultados inconsistentes, demostrando que los periodistas no son conscientes o no conocen las influencias que ejercen sobre ellos los factores externos. Tan solo algo más de un cuarto (32,2%) se refieren a ciertas influencias políticas y económicas.

Gráfica 2. La percepción de los periodistas entrevistados de las influencias externas en la cultura periodística de Ecuador (2014)



Fuente: elaboración propia.

Cuando se les pregunta de forma concreta por la influencia proveniente de determinados sectores, los periodistas entrevistados consideran que las principales influencias externas provienen de la legislación de los medios; de la audiencia o del público; de las fuentes de noticias; del Gobierno y sus representantes y de las organizaciones de control y regulación de los medios. Casi dos terceras partes (58%) de los entrevistados aseguran que la nueva legislación en materia comunicacional es la principal influencia que reciben de fuera de sus medios. Concretamente se refieren a la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en 2013, encargada de regular el sistema mediático y la actividad profesional en el Ecuador. Además, los organismos de control y regulación están muy presentes dentro de la realidad profesional de los periodistas debido a la presión que ejercen junto al Estado. Aunque haya casi un cuarto (24,7%) que afirma que apenas ejercen influencia, algo más de la mitad (54,6%) confirma que para ellos ejercen bastante o mucha influencia. A pesar de estas influencias procedentes de la legislación y de los organismos de control, tan solo una cuarta parte (25,8%) de los entrevistados asegura que estos les han llegado o tienen miedo de que les censuren.

La audiencia o el público es considerada por casi la mitad (48,8%) de los entrevistados como una de las principales influencias porque siempre tienen presentes sus necesidades y derechos a ser informados. De igual modo, las fuentes de información ejercen una fuerte influencia sobre los periodistas entrevistados. Más de la mitad (54,8%) considera fundamental basar sus informaciones en hechos comprobados o contrastados a través de las fuentes.

Tabla 3. La percepción de los periodistas entrevistados de las influencias externas en la cultura periodística de Ecuador (2014)

INFLUENCIAS PERCIBIDAS	N	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	8 (%)	9 (%)	10 (%)	M	DE
Legislaciones MM. CC.	31	12,9	3,2	0	6,4	9,6	6,4	3,2	16,1	0	41,9	7	3,2
Audiencia, público	31	12,9	6,4	0	3,2	9,6	9,6	9,6	6,4	12,9	29,3	6,7	3,2

continúa



INFLUENCIAS PERCIBIDAS	N	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	6 (%)	7 (%)	8 (%)	9 (%)	10 (%)	M	DE
Fuentes de noticias	31	9,6	3,2	0	6,4	16,1	3,2	6,4	25,8	12,9	16,1	6,7	2,8
Gobierno (o representantes)	31	6,4	3,2	3,2	9,6	12,9	3,2	9,6	19,3	3,2	25,8	6,5	3,1
Organizaciones de control	31	12,9	6,4	6,4	9,6	6,4	3,2	3,2	12,9	9,6	19,3	5,6	3,5
Competencia	31	12,9	3,2	16,1	3,2	29	9,6	0	9,6	3,2	9,6	4,9	2,8
Censura	31	16,1	3,2	19,3	3,2	9,6	6,4	6,4	12,9	0	12,9	4,6	3,3
Políticos	31	25,8	0	6,4	12,9	22,5	9,6	6,4	9,6	0	6,4	4,5	2,7
Organizaciones sindicales	31	32,2	6,4	12,9	9,6	16,1	3,2	6,4	6,4	3,2	0	3,5	2,5
Colegas otros medios	31	35,4	19,3	6,4	12,9	6,4	0	6,4	0	9,6	3,2	3,4	2,8
Empresas	31	32,2	6,4	12,9	9,6	19,3	3,2	6,4	3,2	3,2	0	3,4	2,4
Anunciantes	31	35,4	6,4	12,9	12,9	6,4	3,2	3,2	6,4	3,2	0	2,9	2,5
Amigos, conocidos, familia	31	41,9	19,3	0	9,6	19,3	0	6,4	0	3,2	0	2,9	2,2
Líderes religiosos	31	41,9	6,4	9,6	9,6	12,9	3,2	0	0	3,2	0	2,4	2,1

Fuente: elaboración propia.

En la tabla se reflejan los porcentajes de encuestados que respondieron como “poco influyentes” (1-3), “algo o bastante influyentes” (4-7) y “muy influyentes” (8-10) a estos factores.

N: número de la muestra

?: media en porcentaje

M: media

DE: desviación estándar

Por el contrario, las influencias procedentes de las organizaciones sindicales o de trabajadores; los colegas de otros medios; las empresas; los anunciantes; los amigos, los conocidos o la familia, y los líderes religiosos se presentan de forma indirecta en casi todos los casos y con una baja intensidad. De forma que los periodistas entrevistados reconocen que apenas perciben sus influencias o que no representan un gran inconveniente o ventaja dentro de su actividad profesional.

Casi tres cuartas partes de los entrevistados ecuatorianos (73,7%) consideran que los colegas de otros medios no ejercen o apenas ejercen influencia sobre ellos. Estas respuestas reflejan la relación casi inexistente entre los diferentes medios de comunicación, que podría deberse a una cierta desconfianza o a una alta competitividad que no les permite tener una relación cercana y fluida. La baja importancia que los periodistas entrevistados dan a la influencia procedente de las organizaciones sindicales o de trabajadores (un 51,5% opina que prácticamente no



recibe ningún tipo de influencia y un 25,7 % afirma que lo hace de forma moderada) no es un resultado que pueda sorprender debido a que no existen grupos sindicales ni colegiaturas dentro del gremio en Ecuador, contándose con pocas y débiles agrupaciones de profesionales dedicadas a la comunicación.

Las bajas o nulas influencias procedentes de las empresas y de los anunciantes percibidas por más de la mitad de los entrevistados (51,5 % y 54,7 % respectivamente) confirman el efecto indirecto que estas ejercen sobre los periodistas, a pesar de que se dejen notar, en algunos casos, en la precariedad de recursos, un factor percibido como más cercano a estos y, por lo tanto, capaz de ejercer una influencia más visible y directa. De modo que se puede interpretar, basados en las respuestas de los periodistas entrevistados, que los efectos —positivos y negativos— del mercado mediático son absorbidos por los medios de comunicación que actúan como intermediarios y filtros de las presiones e intereses de los propietarios.

Finalmente destaca cómo la influencia de los líderes religiosos es cada vez menor en los periodistas entrevistados, ya que más de las tres cuartas partes (80,4 %) confirman que no representan ningún tipo de autoridad más allá de la moral.

7. Conclusiones

El análisis cualitativo-cuantitativo de las influencias percibidas por los periodistas entrevistados dentro de la cultura periodística de Ecuador confirma que aunque la mayor parte de las influencias percibidas proceden del interior de las redacciones, existen otras externas que determinan de igual modo su trabajo. El proyecto puesto en marcha por el Gobierno ecuatoriano basado en la profesionalización del periodismo y la regulación del sistema mediático a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en 2013 y la creación de nuevos organismos de regulación y control influyen directamente en el desarrollo de la actividad profesional de los entrevistados.

Las principales influencias procedentes del interior de las redacciones son las nuevas tecnologías, las convicciones éticas, los superiores o supervisores y los plazos de noticias. Podría resultar extraño que los entrevistados continúen considerando las nuevas tecnologías como el principal factor de influencia dentro de sus redacciones a pesar de que estas convivan dentro de estas desde hace bastantes años y formen parte fundamental de la mayor parte de los procesos. Estas respuestas demuestran que, aún hoy, los entrevistados no se encuentran cien por cien familiarizados con estas herramientas y estrategias y se sitúan en un periodo de transición entre lo analógico y lo digital. De forma que podría afirmarse que existe, en primer lugar, una falta de adaptabilidad de las redacciones de los medios ecuatorianos al entorno digital y, en segundo lugar, debido a la marcada brecha entre profesionales, un déficit de formación y capacitación de los periodistas. Tal y como el informe realizado por la Unesco, dentro del Programa Internacional para el desarrollo de la Comunicación en el Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador (2011, p. 130), confirmó al mostrar que tan solo un 22,5 % de los periodistas entrevistados para ese estudio afirmó que había recibido algún tipo de capacitación en TIC.

Además, aún en 2014, la sociedad ecuatoriana se encuentra en este proceso de traspaso de lo analógico a lo digital y de mejora de su acceso a la información —digital— (Oller, 2014). En este punto, si se observa que una de las principales influencias externas es la audiencia y el público, los periodistas entrevistados probablemente conozcan la realidad de la población ecuatoriana y su falta de adaptabilidad al entorno digital. Y que, por lo tanto, en ocasiones se vean obligados a seguir basando sus estrategias de trabajo en un modelo periodístico tradicional



con el que los ciudadanos se encuentran familiarizados. Aunque no deben olvidar que, como afirma Aguirre (2006) en la primera década de este siglo, buena parte de las innovaciones tecnológicas digitales son moneda corriente y ha estallado la “burbuja electrónica” que ha afectado al campo de la comunicación social y a los modos y procesos de producción y distribución y ha transformado los perfiles ocupacionales.

El resto de las consideradas como principales influencias confirman la puesta en práctica por los entrevistados de un tipo de periodismo “tradicional”. La verticalidad de los procesos informativos a partir de un organigrama claramente marcado provoca que los superiores o supervisores actúen como agentes controladores de los redactores e influyan en el desarrollo de producción de las informaciones —esta estructura vertical queda patente en los medios privados, no tanto en los públicos—. Por lo que otro factor importante son los plazos o cierre de noticias. De forma que los periodistas entrevistados sienten las máximas presiones procedentes de la necesidad de generar información tal y como impone el mercado, de los compañeros de trabajo que se encuentran en una posición jerárquica superior y que determinan los métodos de trabajo de los medios y de las convicciones éticas del medio, o lo que sería lo mismo, del código deontológico impuesto en la redacción y que los periodistas deben seguir y no pueden incumplir, también por miedo a posibles sanciones.

En menor medida, los compañeros de plantilla y la escasez de recursos ejercen cierto tipo de influencias en los entrevistados. Al ser conscientes del control que ejercen sobre ellos los superiores, existe dentro de las redacciones unos pequeños niveles de compañerismo entre profesionales; corroborándose los resultados del estudio *Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos* realizado por Konrad Adenauer Stiftung (2005). Según este estudio, más de la mitad (52%) de los periodistas ecuatorianos entrevistados preferían no compartir la información con sus compañeros.

Además, aunque afirmen que la búsqueda de audiencias y las expectativas de beneficio no son aspectos importantes para ellos, son conscientes de ciertas limitaciones en su trabajo debido a la falta de recursos económicos y humanos, por lo que entienden, en cierta medida, que el medio de comunicación en el que trabajan sí preste una mayor atención a los aspectos económicos y el mercado —sobre todo los medios privados que dependen de sus ingresos para poder subsistir—.

Las influencias de tipo político dentro de las redacciones están relacionadas con la ideología del medio. Además, las influencias políticas externas llegan al medio de comunicación que ejerce como filtro y son transmitidas a los periodistas a partir de una dirección política interna concreta en la que se unen la línea editorial del medio y los requerimientos políticos procedentes del Gobierno o los grupos de oposición. Esta relación del Estado y los medios provoca que los periodistas entrevistados estén más atentos a estos —sobre todo por miedo a posibles sanciones— que a los cambios y requerimientos del mercado mediático actual. Estos resultados muestran como aún en 2014 perdura la percepción que los profesionales ecuatorianos tienen de falta de independencia dentro de las redacciones de los medios; tal y como ya señalaba en los años noventa el estudio *Journalists in the Andes* llevado a cabo por la *School of Journalism and Mass Communication* (1994) de la Universidad Internacional de Florida.

Respecto a las principales influencias procedentes del exterior, los periodistas entrevistados afirmaron que la legislación de los medios; la audiencia o el público; las fuentes de noticias; el Gobierno y sus representantes y las organizaciones de control y regulación de los medios determinan, en cierto modo, sus decisiones y su actividad profesional.



El Gobierno actual, con el presidente Rafael Correa a la cabeza, está llevando a cabo una política comunicacional muy agresiva contra la estructura del sistema de medios basada en la propiedad privada y la desregularización. Desde 2009, se debatió en la Asamblea el borrador de una nueva ley de comunicación que fue aprobada, no sin pocas críticas¹³, el 25 de junio de 2013. En ella aparecen una serie de artículos que algunos periodistas consideran que atentan contra su libertad de expresión¹⁴, lo que llevó a la matización de estos y otros artículos en el Reglamento de la ley. Además, esta nueva regulación legislativa conllevó la creación del CORDICOM, un organismo regulador encargado de monitorear el trabajo de los periodistas y de los medios, que junto a la SUPERCOM, un organismo sancionador, están encargados de velar por el buen funcionamiento y el trabajo de los medios de comunicación, y de que estos respeten los derechos fundamentales de los ciudadanos y sus derechos de acceso. Esta función sancionadora provoca que la SUPERCOM sea considerada como “un órgano de censura” por autores como La Rue¹⁵ (en Almeida, 2014, p. 125). En trabajos anteriores se ha estudiado el papel del Estado y de otros actores en el proceso de comunicación de Ecuador (Chavero, 2014), y en estudios posteriores se analizará en profundidad la configuración del sistema mediático ecuatoriano.

La agresiva política del presidente contra algunos medios privados masivos¹⁶; las polémicas sanciones ejecutadas por la SUPERCOM¹⁷ y la constante propuesta de nuevos reglamentos a la Ley de Comunicación y de regulación de la profesión periodística por parte del CORDICOM, lleva a los periodistas entrevistados a tenerlos presentes en todo momento en su actividad profesional por miedo a posibles represalias o sanciones. Este resultado confirma lo expuesto por Rincón (2010, p. 187) al afirmar que “el Gobierno solo reconoce una condición de los medios: corruptos, y los medios una sola del Gobierno: dictatorial”.

En esta misma línea, se observa cómo las fuentes de información ejercen una gran influencia sobre los periodistas entrevistados. En un primer momento puede pensarse que ellos las consideran como uno de los pilares fundamentales para llegar a un periodismo objetivo basado en la publicación de información contrastada y verídica. Aunque sea así, si se analiza el contexto ecuatoriano, probablemente los profesionales entrevistados, a través de la información propuesta por estas fuentes, buscan legitimar su trabajo y protegerse de posibles sanciones pro-

13 Ha sido apodada como “Ley Mordaza” por los principales medios privados de Ecuador y por organizaciones internacionales como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

14 Ley de Comunicación (2013) en sus artículos que se refieren al linchamiento mediático (Art. 10.4.j) o el derecho a réplica (Art. 21).

15 Frank La Rue en Opinión sobre la Ley de Comunicación de Ecuador, en *YouTube* 27/08/2013.

16 Existen diferentes ejemplos: en primer lugar, la incautación en 2008 por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) y que hasta la actualidad son administrados por el Estado (tres televisiones: Gamatv, TC Televisión, CN3; dos revistas: El Agro y La Onda y dos radioemisoras: Carrusel y Súper K) y, en segundo lugar, el enfrentamiento gobierno-medios privados originado a partir de una serie de informaciones aparecidas en 2009 en el diario *Expreso* sobre las actividades del hermano mayor del presidente, Fabricio, supuestamente privilegiado en contratos con empresas controladas por el Estado (Checa-Godoy, 2011).

17 “Carlos Ochoa, superintendente de comunicación, esperará hasta el miércoles 8 de abril [2014] para que el presentador de *Ecuavisa*, Alfredo Pinoargote, ofrezca disculpas públicas al pueblo afroamericano y a la comunidad de minorías sexuales por, supuestamente, haber realizado un comentario ofensivo en su contra” [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&iid=2818760085&umt=superintendente_ochoa_esperara_hasta_miercoles_por_disculpas_publicas_alfredo_pinoargote_audio]



venientes, en primer lugar, de los organismos reguladores, o, en segundo lugar, de posibles críticas y represalias procedentes del presidente, de distintos organismos públicos o de otros grupos políticos.

El Gobierno de Ecuador, en los últimos años, ha fortalecido la idea que lleva proponiéndose desde la década de los ochenta del siglo pasado a favor de la democratización de la comunicación, en la que los medios, tanto públicos como privados, deben basar su actividad profesional en el concepto de servicio público —pauta común en países que cuentan con una Ley de Comunicación como Argentina, Venezuela, Uruguay y Bolivia; además, de países como Brasil o México, que están debatiendo nuevas normativas en comunicación—. Por lo que, su propuesta es ir abandonando paulatinamente el carácter mercantil y comercial de estos para basarse en las necesidades de información y de acceso de los ciudadanos ecuatorianos. Más si cabe en una atmósfera en la que aún perdura la incertidumbre desde la elección del actual presidente, tal y como confirma León (2007, p. 55):

... en este panorama con perspectivas de cambio, todo parecería indicar que se reactivará el tema de la concentración de los medios de comunicación en Ecuador y, en esa línea, las disposiciones que pretenden anular el carácter de bien público que tiene la información, para transformarla en simple mercancía. Y además, la necesidad de contar con medios públicos.

Aunque no se debe olvidar en ningún momento que esta democratización de la comunicación y de la información debe estar pensada para darle herramientas críticas a los ciudadanos y, tal y como recuerdan Darío y Astudillo (2005, p. 40), “el periodista que entiende su tarea como una herramienta de servicio debe ponerse en la piel de su público para darle respuestas, desde las más sencillas hasta las más complejas”.

Esta propuesta, según las respuestas obtenidas, está calando en la actitud y en las decisiones de los periodistas entrevistados que, a nivel individual, prestan poca atención a la búsqueda de audiencias o a la mejora del rendimiento económico del medio para centrarse en las necesidades y deseos de la ciudadanía. Tal y como confirman las bajas o nulas influencias percibidas procedentes de las empresas y los anunciantes; quedando, por un lado, los medios de comunicación como los filtros entre las influencias del mercado y, por otro lado, los cargos superiores y editores jefe como intermediarios entre los dueños y los periodistas entrevistados.

Estas conclusiones resultan más que interesantes al compararlas con los resultados obtenidos en el *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador* en 2011, ya que este afirma que los periodistas entrevistados percibían múltiples presiones procedentes de anunciantes, directivos o dueños de los medios y del Gobierno. De forma que los resultados de esta investigación demuestran una evolución desde una postura mercantilista a una postura social fuertemente influenciada por el Gobierno y la Ley Orgánica de Comunicación (2013); con la consecuente pérdida de influencia proveniente de los anunciantes y de los dueños de los medios de comunicación.

Respecto a otras influencias percibidas por los entrevistados hay dos tendencias que se confirman. En primer lugar, los resultados de esta investigación ratifican los bajos niveles de agrupaciones profesionales, sindicales u organizaciones de periodistas que mantienen la línea de los años noventa¹⁸ y principios de la segunda década del siglo XXI. Tal y como señala el *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador* (2011), el 75% de los periodistas entrevistados atestiguó que su medio de comunicación no permitía ningún tipo de agrupación de periodistas y que un 85% no formaba parte de ningún gremio. Y en segundo lugar, cómo los periodistas entrevistados consideran que

18 El estudio *Journalists in the Andes* llevado a cabo en 1994 por la *School of Journalism and Mass Communication* de la Universidad Internacional de Florida certificó que en la década de los noventa, en Ecuador, no existía ningún tipo de agrupación sindical de periodistas o de medios.



aunque la influencia de la iglesia católica aún hoy es muy fuerte, en ciertos medios cada vez es menor; confirmando una tendencia al laicismo entre ciertos sectores profesionales del periodismo. Estos resultados apoyan lo expuesto por Checa-Godoy (2012) al afirmar que la iglesia católica tiene hoy escasa presencia en la prensa diaria de Ecuador, aunque se mantiene en la radio.

Referencias

1. Abad, G. (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social: en busca de políticas públicas en el Ecuador. *Chasqui*, 122, 13-22.
2. Abad, G. (2009). *Comunicación y política: el surgimiento del periodismo público en el Ecuador. Caso El Telégrafo*. Informe de investigación. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.
3. Aguirre, J. M. (2006). Transformaciones en el Campo Laboral de la Información y Comunicación. *Comunicación*, 135, 42-56.
4. Almeida, M. (2014). Estado, medios y censura *soft*. Una comparación transnacional y transideológica. *Nueva Sociedad*, 249, 119-136.
5. Altmeyden, K. D. (2008). The Structure of News Production: The Organizational Approach to Journalism Research. En Löffelholz, M. & Weaver, D. (Ed.). *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future* (pp. 52-64). New York/ London: Blackwell.
6. Ayala, A. y Calvache, M. B. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
7. Berganza, M. R.; Oller, M. & Meier, K. (2010). Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. Un modelo de análisis de la cultura periodística aplicado. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. Recuperado el 11 de octubre de 2014, de http://www.revistalatinacs.org/10/art3/914_Fuenlabrada/36_Berganza.html
8. Blackburn, S. (1994). *The Oxford Dictionary of Philosophy*. Oxford/ New York: Oxford University Press.
9. Bolaño, C. (2005). *La centralidad de la Economía Política de la Comunicación en la construcción del campo académico de la Comunicación: una contribución crítica*. São Paulo: Mimeo.
10. Brunetti, V. (2000). The Development of Community Media in Latin America. Bofo, K (Ed.). *Promoting Community Media in Africa*. París, Francia: Unesco.
11. Buckman, R. T. (1996). Current Status of the Mass Media in Latin America. En Cole, R. R. (Ed.). *Communication in Latin America. Journalism, Mass Media, and Society* (pp. 3-35). Wilmington: Scholarly Resources, Inc.
12. Cañizález, A. (2011). Milestones of Communication and Democracy in Latin American Thought. *Journal of Latin American Communication Research*, 1 (1), 16-32.
13. Caputo, D. (2004). *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Buenos Aires, Lima, Nueva York: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
14. Carelli, P. (2014). Media Systems Beyond National Boundaries: Towards a New Paradigm? *Journal of Media and Communication Studies*, 6 (6), 85-91.
15. Chaffee, S. H. & Berger, C. R. (1987). Levels of Analysis: An Introduction. En Berger, C. R. & Chaffee, S. H. (Ed.). *Handbook of Communication Science* (pp. 184-238). Newbury Park, CA, Estados Unidos: Sage.



16. Chavero, P. (2014). "Comunicación política en Ecuador: nuevos horizontes para el ciudadano". En Álvarez, F., Chavero, P. & Oller, M. (Coords.). *Amawta. Seminarios de investigación* (pp. 107-126). Quito, Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
17. Checa-Godoy, A. (2012). La batalla política y legal en Ecuador ante la creación de un sector estatal de medios informativos. *Anuario Americanista Europeo*, 9, 39-54. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00826775>
18. Checa-Godoy, A. (2011). La banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 125-147.
19. Dario, R. y Astudillo, F. (2005). *Periodismo por dentro. Una pausa en medio del vértigo*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
20. Donsbach, W. (2000). Journalist. En Noelle-Neumann, E.; Schulz, W. & Wilke, J. (Ed.). *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*, (7). Frankfurt/ Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
21. Donsbach, W. (2004). Psychology of News Decisions: Factors Behind Journalists' Professional Behavior. *Journalism*, 5, 131-157.
22. Donsbach, W. (2008). Journalismusforschung im internationalen Vergleich: Werden die professionellen Kulturen eingeebnet? En Melischek, G.; Seethalers, J. y Wilke, J. (Ed.). *Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich* (pp. 271-289). *Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
23. Esser, F. (1998). *Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich*. Freiburg, München: Verlag Karl Albert.
24. Ettema J. S. & Whitney, D. C. (1987). Professional Mass Communicators. En Berger C.R. & Chaffee, S. H. (Ed.). *Handbook of Communication Science* (pp. 747-780). Newbury Park, CA: Sage.
25. Ettema J. S. & Whitney, D. C. (2007). Media Production: Individuals, Organizations, Institutions. *A Companion to Media Studies*, 157-187.
26. Flegel, R. & Chaffee, S. H. (1971). Influences of editors, reader, and personal influences on reporters. *Journalism Quarterly*, 48, 645-651.
27. Flick, U. (2007). *Triangulation. Eine Einführung*, (2 Ed.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
28. García-Canclini, N. (1990). *Culturas híbridadas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
29. Grossberg, L.; Wartella, E.; Whitney, D. C. & Wise, J. M. (2006). *Media Making: Mass Media in a Popular Culture*. California: Sage Publication, Inc.
30. Hallin, D. C. & Mancini, P. (2012). *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.
31. Hanitzsch, T. (2013). Journalismuskulturen als Paradigma der Journalismusforschung. En Thomass, B. (Ed.). *Mediensysteme im internationalen Vergleich* (2 Ed.) (pp. 191-219). Konstanz y München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
32. Hanitzsch, T. (2009). Zur Wahrnehmung von Einflüssen im Journalismus: Komparative Befunde aus 17 Ländern (On Perceived Influences on Journalism: Evidence from 17 countries). *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57 (2), 153-173.



33. Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory*, 17, 367-385.
34. Hanitzsch, T.; Anikina, M.; Berganza, R.; Cangoz, I.; Coman, M.; Hamada, B.; Hanusch, F.; Karyadjov, C. D.; Mellado, C.; Moreira, S. V.; Mwesige, P. G.; Lee, P.; Reich, Z.; Seethaler, J.; Skewes, A.; Vardiansyah, D. & Wang, K. (2010). Modeling perceived influences on journalism: evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87 (1), 7-24.
35. Hervieu, B. & Samsons, E. (2010). *El volcán mediático y su delicada regulación. Informe sobre Ecuador*. París, Francia: Reporteros sin Fronteras.
36. Jarren, O. & Vogel, M. (2008). Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Ko-Orientierung. Die Leitmedien der modernen Gesellschaft. En Gendolla, P.; Ligensa, A. & Müller, D. (Ed.). *Alte und neue Leitmedien* (pp. 71-91). Bielefeld: Transcript Verlag.
37. Lamnek, S. (2005). *Qualitative Sozialforschung*, (4 Ed.). Weinheim, Basel: Beltz Verlag.
38. León, O. (2007). Ecuador: Elecciones, medios y democracia. *Chasqui*, 97, 50-55.
39. Ley Orgánica de Comunicación (2013). Quito, Ecuador.
40. Llorente & Cuenca (2013). *Ecuador 2013-2017: Hacia nuevos retos políticos y económicos*. Quito, Ecuador: Llorente & Cuenca.
41. Löffelholz, M. & Weaver, D. (2008). Global journalism research. Summing up and looking ahead. En Löffelholz, M. & Weaver, D. (Ed.). *Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future* (pp. 285-294). Oxford: Blackwell Publishing.
42. Macaroff, A. (2010). ¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en Ecuador. *Ensayo publicado por Flacso*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de http://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1269834506.trabajo_follariv1.pdf
43. Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
44. Martín-Barbero, J. (2014). Thinking Communication in Latin America. En Christians, C. & Nordenstreng, K. (Ed.). *Communication Theories in a Multicultural World* (pp. 17-34). Nueva York, Estados Unidos: Peter Lang Publishing.
45. McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
46. McQuail, D. & Windhal, S. (1993). *Communication models. For the study of mass communications*, (2 Ed.). Malaysia: Pearson. Prentice Hall.
47. Mellado, C. (2009). Periodismo en Latinoamérica: Revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis. *Comunicar*, 27 (33), 193-201.
48. Oller, M. (2014). Las culturas periodísticas intermedias: El ejemplo de América Latina. En Álvarez, F.; Chavero, P. & Oller, M. (Coords.). *Amawta. Seminarios de Investigación* (pp. 127-142). Quito, Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN).
49. Oller, M. y Meier, K. (2012). *La cultura periodística de España y Suiza*. Madrid: Fragua.
50. Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura (2011). *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador*. Quito, Ecuador: Unesco.



51. Preston, P. y Metykova, M. (2009). From news nets to house rules: organizational contexts. En Preston, P. (Ed.). *Making the news. Journalism and news cultures in Europe* (pp. 72-91). New York, Estados Unidos: Routledge. Taylor & Francis Group.
52. Programa Medios de Comunicación y Democracia en América Latina (2005). *Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos*. Lima, Perú: Konrad Adenauer.
53. Punín, M. I. (2011). Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios. *Razón y Palabra*, 75. Recuperado el 16 de octubre de 2014, de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia3parte/37_Punin_V75.pdf
54. Rincón, O. (2010). El club de la pelea... poder político vs. poder mediático. En Rincón, O. (Ed.). *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina* (pp. 183-195). Bogotá, Colombia: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
55. Rodríguez, C. & Murphy, P. D. (1997). The Study of Communication and Culture in Latin America. *Journal of International Communication*, 4 (2). 24-45.
56. Roncagliolo, R. (1996). Libertad de expresión radiofónica. *Revista Chasqui*, 56, 25-28.
57. Sánchez, E. (2009). Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria. En Esteinou, J. y de la Selva, A. R. A. (Coords.). *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México* (pp. 193-222). México: Fundación Friedrich Ebert, UAM Xochimilco y otras instituciones.
58. Senecal, M. (1986). *Televisión y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*. Colección Nuevos Signos. Barcelona, España: Ed. Miltre.
59. Shoemaker, P. J. y Reese, S. (1991). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. New York, Estados Unidos: Longman.
60. Shoemaker, P. J., y Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, (2 Ed.). White Plains, N.Y., Estados Unidos: Longman.
61. Shoemaker, P. J.; Vos, T. P. y Reese S. D. (2009). Journalists as Gatekeepers. En Wahl-Jorgensen, K. & Hanitsch, T. (Ed.). *The handbook of Journalism Studies* (pp. 73-88). New York/ London: Routledge. Taylor & Francis Group.
62. Torres, J. & Zallo, R. (1991). Economía de la información. Nuevas mercancías, nuevos objetos teóricos. *Telos*, 28, 44-67.
63. Virtue, J.; Ogazón, A.; With, A. C.; Carter, R. E.; Diamant, M. & Navarro, S. (1994). *Journalists in the Andes. An assessment of Journalism and Journalism Education in Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru and Venezuela*. Miami, Florida: Florida International University.
64. Waisbord, S. (1998). The Ties that Still Bind: Media and National Cultures in Latin America. *Canadian Journal of Communication*, 23 (3), 381-401.
65. Weaver, D. y col. (2007). *The American Journalist in the 21st Century. U.S. News People at the Dawn of a new Millennium*. New Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
66. Weischenberg, S. (1992). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, tomo 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
67. Weischenberg, S. (1995). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, tomo 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Opladen: Westdeutscher Verlag.



68. Weischenberg, S.; Löffelholz, M. y Scholl, A. (1994). Journalismus in Deutschland II. Merkmale und Einstellungen von Journalisten. *Media Perspektiven*, 4, 154-167.
69. Whitney, D. C.; Sumpter, R. S. y McQuail, D. (2004). News media production: Individuals, organizations and institutions. En Downing, J. D. H.; McQuail, D.; Schlesinger, P. & Wartella, E. (Eds.). *The SAGE Handbook of Media Studies* (pp. 393-410). Thousand Oaks, California, Estados Unidos: SAGE Publication.
70. Winn, P. (2006). *Americas. The changing face of Latin America and the Caribbean*. London: University of California Press.
71. Wyss, V. (2002). *Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen*. Konstanz: UVK-Medien.
72. Zárate, Y. (2011). Revisiting Latin American communication and culture. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 8 (1). Recuperado el 1 de septiembre de 2014, de https://www.westminster.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0018/93231/001WPCC-Vol8-No1-Yennue_Zarate.pdf