



ENCUENTROS. REVISTA DE CIENCIAS HUMANAS, TEORÍA SOCIAL Y PENSAMIENTO CRÍTICO.

ISSN: 2343-6131 / DEP. LEGAL: PP 201202ZU4143

AÑO 6. N° 8. AGOSTO-DICIEMBRE 2018. PP. 165-182

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL RAFAEL MARÍA BARALT

Análisis del cumplimiento de los diarios La Hora y Centro de Santo Domingo de la Ley de Comunicación en el Ecuador¹

Analysis of the compliance of the diaries La Hora and Centro of Santo Domingo of the Law of Communication in Ecuador

Johanna Cedeño

johanna.cedeno@asambleanacional.gob.ec

*Asamblea Nacional del Ecuador
Universidad Católica del Ecuador*

Resumen

Esta investigación analiza el nivel de cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, de parte de los diarios La Hora y Centro del cantón Santo Domingo, en relación a: 1) el porcentaje de espacio que asignan a la promoción de la cultura indígena, afroecuatoriana y montubia, 2) el derecho a recibir una información contrastada y 3) la obligación de presentar los publirreportajes como publicidad. La metodología empleada fue mixta (cuanti-cualitativa), de tipo descriptiva y observacional. Se detectó que en ambos medios existe incumplimiento del principio sobre interculturalidad, el Diario La Hora no cumple en el 94.4% de las publicaciones, mientras que el Diario Centro no lo hace en el 32.1%; en cuanto al derecho a recibir información contrastada, Diario Centro incumple en un 18,6% y Diario La Hora en un 26,9%; finalmente, en el 30% de los publirreportajes registrados en Diario Centro no se especifica que son publicidad, mientras que en el Diario La Hora el 73.3%.

Palabras clave: interculturalidad, contrastación, ley orgánica de comunicación, América Latina.

¹ Resumen del trabajo de titulación "Análisis de los Contenidos de Diario La Hora y Diario Centro, del cantón Santo Domingo, en relación al cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación, Año 2018", presentado para la obtención del título de "Licenciada en comunicación, mención en periodismo para prensa, radio y televisión", de la Universidad Católica del Ecuador. Sede Santo Domingo.

Recibido: 05/07/2018

Aceptado: 31/07/2018

Abstract

This research analyzes the level of compliance of the Organic Law of Communication of Ecuador, from La Hora and Centro Santo Domingo newspapers, in relation to: 1) the percentage of space that they assign to the promotion of the indigenous, afro-ecuadorian and montubia culture, 2) the right to receive a contrasted information and 3) the obligation to present the advertorials as advertising. The methodology used was mixed (quantitative-qualitative), descriptive and observational. It was detected that in both media there is a breach of the principle of interculturality, La Hora newspaper does not comply with 94.4% of the publications, while Diario Centro does not comply with 32.1; regarding the right to receive contrasted information, Diario Centro breaches 18.6% and Diario La Hora 26.9%; finally, in 30% of the advertorials registered in Diario Centro, it is not specified that they are advertising, while in the La Hora newspaper 73.3%.

Keywords: interculturality, contrast, organic law of communication, Latin America.

1. Introducción

Este artículo presenta los resultados del análisis de los contenidos de dos periódicos de circulación local del cantón Santo Domingo, en el segundo semestre del año 2017, en relación al cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en el Ecuador, que responde a un nuevo paradigma en América Latina (JURADO, 2010). De manera específica, se determinan los porcentajes que estos medios le dedican, en el total de sus contenidos, a los pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios (INZUNZA y BROWNE, 2016 y 2017), considerando que la LOC establece la obligatoriedad de asignar, por lo menos, el 5% de su espacio total; además, se revisa si se realiza la contrastación de las fuentes, al redactar la sección de noticias locales y, finalmente, se verifica la relación que existe entre la publicidad de instituciones, empresas y los contenidos que se publican a través de la revisión de publrreportajes, entrevistas y otras noticias (LARA, 2011a y. 2011b).

Esta temática de investigación no se ha realizado con anterioridad en el cantón Santo Domingo, ni en el Ecuador², por lo que aporta insumos para profundizar el debate sobre la calidad de la prensa escrita que circula a nivel

² Ver los trabajos de investigación de (AVALOS, 2015), (CONTRERAS, 2014), (MENDIZABAL, 2013), (MÓRA y ARELLANO, 2011) y (SALAZAR, 2015).

local, sobre qué estrategias se deberían impulsar, a fin de superar el enfoque etnocéntrico y racista que prima al momento de construir la noticia, sobre cómo se podría aportar desde la academia y desde la política, a fin de lograr un mayor cumplimiento de la LOC y una mejora de la calidad de la prensa escrita.

Dando cumplimiento a lo que dispone la Constitución del Ecuador (2008), la norma, entre otros aspectos, el derecho a la comunicación de pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios, y los principios deontológicos de contrastación (SOTO, 2017) y de presentar los publlirreportajes como publicidad. Tres aspectos de la Ley, cuyo cumplimiento o no, incide de manera directa en la calidad de la información que difunden los medios y, de manera indirecta, en la posibilidad de que los ciudadanos tomen decisiones adecuadamente informadas, sobre los temas públicos de su interés. En otras palabras, la calidad de la democracia depende de varios factores, siendo uno de los más importantes, el contar con una prensa libre y responsable, que informe de forma adecuada a los ciudadanos, a fin de que éstos puedan tomar las mejores decisiones, incorporando al debate diferentes puntos de vista, intereses y cosmovisiones.

En este contexto, a cinco años de la puesta en vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación (2013), es pertinente realizar una investigación sobre el nivel de cumplimiento que los medios de comunicación tienen respecto de la norma, que explique las posibles causas de los incumplimientos y, sobre la base de la información obtenida, plantear algunas conclusiones sobre cómo mejorar la calidad de la información.

2. Desarrollo

La metodología empleada fue mixta, cuanti-cualitativa (GUELMES y NIETO, 2015) (WODAK y MEYER, 2003) (SÁNCHEZ, 2013), de tipo descriptiva y observacional. Se realizó el registro de 3.359 noticias publicadas en ambos periódicos durante seis meses, de julio a diciembre de 2017: 534 para análisis de interculturalidad, 2436 para contrastación y 389 para publlirreportajes. Una vez realizado el registro, se procedió al análisis de contenido (

2.1 Cumplimiento del derecho a la comunicación de pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios

Del análisis estadístico de la información sistematizada, podemos evidenciar un comportamiento diferente en los diarios Centro y La Hora respecto a la asignación de por lo menos el 5% de su espacio total a temas de interculturalidad. De acuerdo a la Figura 1 (ver anexo), Diario Centro tiene un nivel de cumplimiento del 67,9%, del total de las ediciones analizadas.

En la Figura 2 (ver anexo), en cambio, vemos un comportamiento del Diario La Hora totalmente diferente, ya que sólo en el 5,6% de sus ediciones cumple con esta disposición. Es decir, si bien ninguno de los dos diarios cumple en el 100% de sus ediciones con lo dispuesto por la LOC, dado el carácter más local de Diario Centro, muestra una tendencia mayor a cumplir con este derecho.

Respecto a la pertinencia local de las noticias incluidas como temas de interculturalidad, de acuerdo a las Figuras 3 y 4 (ver anexo), vemos que los dos diarios tienden a incluir un alto porcentaje de contenidos de “relleno” o que no corresponden de manera directa con la cultura, cosmovisión o saberes, ya sea del pueblo Tsáchila, montubio o afroecuatoriano local.

En el caso de Diario Centro solo un 22,6% de sus noticias se refieren a pueblos y nacionalidades de la provincia, en el caso de Diario La Hora, sólo un 12,6%. Siguiendo la línea de análisis, podríamos decir que Diario Centro tiene una mayor pertinencia local, gracias a su carácter más territorializado, porque la empresa que lo publica, edita solo dos ediciones, una para Santo Domingo y otra para Manabí; en cambio Diario La Hora, además de su versión nacional, tiene 10 ediciones con pertinencia regional, por lo que tiene una tendencia mayor a introducir temas de interculturalidad de carácter más general, de pertinencia nacional.

Desde el punto de vista de la “reconstrucción de las condiciones de producción del discurso” (GUTIÉRREZ, 2010) es pertinente resaltar que en Diario La Hora, ubica la sección de interculturalidad en su sección B, con mayor frecuencia en la página 15 o 18, junto al horóscopo y el crucigrama.

Sección que es de contenido y de circulación nacional. Esta estrategia editorial, como se verá a lo largo del análisis de la información, explica, en gran parte, la diferencia de comportamiento de las variables entre los diarios.

El Diario Centro, en cambio, la página de interculturalidad está integrada a la edición regional, de ahí que los contenidos que se incluyen tiendan a tener una mayor pertinencia local que los de Diario La Hora.

2.2 Cumplimiento del principio y derecho a la contrastación y rectificación

De las 2 436 noticias registradas de la muestra de seis meses en los diarios Centro y La Hora, en la Figura 5 (ver anexo), se puede observar que el 44,5% requieren ser contrastadas y un 55,5% restante, no lo requieren. Como se puede observar, un importante número de noticias no requiere contrastación, porque los medios tienden a recurrir, mayoritariamente, a fuentes oficiales; así se tiene que, en el marco de las ruedas de prensa, las instituciones públicas priorizan informar sobre temas potencialmente no conflictivos, que no afectan a alguien en particular o que generen disensos. En cambio, sobre aquellas notas que sí requieren contrastación, es decir las que involucran más actores y generan situaciones de conflicto o disenso, la tendencia de las instituciones es a posicionar en la opinión pública, su versión de los acontecimientos.

Si se analiza qué sucede con las 1 081 noticias extraídas de los diarios La Hora y Centro que, por involucrar a varios actores, sí requieren ser contrastadas con más de una fuente, en la Figura 6 (ver anexo), se evidencia que en el 58.5% de los casos solo se recoge la opinión de uno de los actores involucrados, en el 27.5% se recurre a dos, en el 9.9% a tres, en el 3,5% a cuatro y en el 0,60% a cinco.

En resumen, tenemos un 58,5% de noticias que debiendo ser contrastadas, no lo son, y sólo un 41,5% de casos, en los que se recurre a más de una fuente. Sin embargo, hay que considerar que no necesariamente un mayor número de fuentes garantiza el derecho de contrastación, porque, por ejemplo, si se trata de una noticia del Gobierno Autónomo Municipal, el reportero podría tomar como referencia al Alcalde y al direc-

tor de Planificación, recogiendo, así, la misma versión institucional.

Ahora, si se compara el comportamiento de los diarios en análisis, se evidencia una diferencia de 8 puntos porcentuales de incumplimiento más alto por parte del Diario La Hora: en las Figuras 7 y 8 (ver anexo), se puede observar que dentro del universo de noticias que deben ser contrastadas, el Diario Centro en un 18,6% de casos recurre a una sola fuente, mientras que el Diario La Hora recurre a una sola fuente en un 26,8% de casos. Es importante advertir que las noticias extraídas y analizadas solo corresponden a las respectivas secciones de noticias locales y, por lo tanto, las posibles fuentes y actores involucrados en una nota periodística que requiere contrastación, son más accesibles a los reporteros, a fin de que se incorporen sus puntos de vista.

El resultado de este comportamiento de los dos diarios es que la ciudadanía, al recibir noticias con datos incompletos y sesgados, carece de los elementos necesarios para interpretar adecuadamente los hechos; y, en caso de tener que tomar decisiones, lo haría sin información suficiente, afectando, así, la efectividad o pertinencia de las mismas.

En todo caso, los porcentajes registrados ameritan que los medios escritos objeto de este análisis, diseñen estrategias orientadas a reducir estos niveles de incumplimiento del principio deontológico de contrastación.

Al analizar la información estadística, en lo referente al porcentaje de noticias que requieren rectificación; es decir, en aquellas que luego de un análisis de contenido de tipo cualitativo, se ha podido identificar que los involucrados podrían exigir el cumplimiento de su derecho a la rectificación: por cuanto la noticia puede ser que no haya sido adecuadamente contrastada o incluya información inexacta o afecte negativamente la imagen personal o institucional, en la Figura 9 (ver anexo), se puede evidenciar que el Diario Centro registra un porcentaje de sólo el 4,4%, de noticias que requerirían ser rectificadas.

En cambio, si analizamos la Figura 10 (ver anexo), se evidencia lo siguiente: en el Diario La Hora, del total de sus noticias registradas que requieren ser contrastadas, en un 6,1% procedería la rectificación; es

decir, es decir, dos puntos porcentuales más altos que Diario Centro.

Estos datos son consistentes con la información de los gráficos anteriores, en donde se evidencia que Diario La Hora tiene porcentajes mayores de incumplimiento del principio deontológico de contrastación, recurriendo a un número menor de fuentes. Siendo pertinente la argumentación anterior, respecto a que Diario Centro muestra un comportamiento periodístico más apegado a las dinámicas del territorio, a diferencia del Diario La Hora, dónde la dinámica nacional podría marcar ciertos sesgos al momento de construir el hecho noticioso.

Otra información estadística consistente con el comportamiento diferenciado de Diario Centro y La Hora, es la que hace referencia a quién debería pedir rectificación, en los casos en que esta se haya identificado como posible.

De la información obtenida en la Figura 11 (ver anexo), se constata que la institución que está en el centro del debate público es el Municipio, correspondiéndole potencialmente solicitar rectificación, en el Diario Centro un 78,9%.

En cambio, como se evidencia en la Figura 12 (ver anexo), para el caso de Diario La Hora se registra un 70%.

En los dos diarios, si analizamos las figuras 11 y 12 (ver anexo), aparecen con porcentajes menores Otras Instituciones Públicas y la Ciudadanía: en el caso del Diario La Hora, con 15,5% y 12,50, respectivamente; y, en el Diario Centro, con 15,80% otras Instituciones Públicas y 5,30% la Ciudadanía.

Como se mencionó al inicio, el Diario Centro, al tener una mayor pertinencia territorial al momento de construir la noticia, estaría más enfocado a las problemáticas locales, donde la gestión municipal cobra una mayor relevancia noticiosa, por ser la institución sobre la recae el mayor número de demandas ciudadanas; este fenómeno podría explicar que el Municipio aparezca porcentualmente más alto, como un actor público que podría exigir rectificación. Si para fortalecer la democracia se requiere una ciudadanía adecuadamente informada sobre los asuntos públicos y, por consiguiente, una prensa que cumpla adecuadamente con el principio deontológico de contrastación

al momento de reconstruir los hechos, el efecto negativo de no hacerlo es reducir la calidad de la participación ciudadana y de su capacidad de tomar decisiones sobre la base de información veraz y con diferentes puntos de vista.

2.3 Cumplimiento de la obligatoriedad de no presentar un publirreportaje como información

Del proceso de lectura, revisión y análisis de los Diarios Centro y La Hora, correspondiente al semestre comprendido entre julio y diciembre de 2017, al analizar los resultados de la Figura 13, vemos que Diario La Hora registra el mayor número de publirreportajes durante el período analizado, con el 68,9%, mientras que a Diario Centro le corresponde el restante 31,1%. Este comportamiento sería consistente con el carácter nacional con pertinencia local que tiene el Diario La Hora, por cuanto en el pautan no solo empresas, instituciones o personas de la provincia de Santo Domingo, sino también empresas, instituciones y personas que quieren que su publirreportajes tengan una cobertura nacional.

Ahora, si se analiza específicamente el cumplimiento de la obligatoriedad de presentar los publirreportajes como publicidad, en las Figuras 14 y 15 (ver anexo) se evidencia, nuevamente, un comportamiento diferente entre los medios objeto del análisis. El Diario Centro tiende a cumplir más con la obligatoriedad de presentar los publirreportajes como publicidad, con un 70% del total de sus registros.

En cambio, Diario La Hora, probablemente por su carácter más nacional, tiende a cumplir en un porcentaje sustancialmente menor con este principio, con sólo el 26,70%, del total de sus registros.

Para este análisis se revisaron todas las páginas de ambos diarios y todas las secciones, registrándose una estrategia diferenciada al momento de ubicar los publirreportajes en sus respectivas ediciones. El Diario Centro, los coloca preferentemente en su sección “Al Día”, en un 54,5%, y en ediciones especiales o comerciales, un 36,4%, el porcentaje restante se reparte entre otras secciones del diario. En cambio, el Diario La Hora tiende a colocar el mayor porcentaje de publirreportajes en sus ediciones espe-

ciales o comerciales, que suelen manejarse como insertos, con un 56,2%; en la sección Ciudad, el 41,1%; y, el porcentaje restante se reparte entre otras secciones. Estas diferencias de estrategias entre los dos diarios, también podrían deberse a su diferente vinculación con su entorno: dado que el Diario Centro, tiene una vinculación más estrecha con la provincia, sus publirreportajes estarían más direccionados a los actores locales, de ahí que los ubique en la sección “Al Día”, en el que se incluyen mayoritariamente temas locales. En cambio en el Diario La Hora, cuyos anunciantes buscan aprovechar su cobertura tanto nacional como regional, sus editores tienen a ubicar los publirreportajes en insertos, especiales (ej. fiestas de cantonización, provincialización, institucionales) o comerciales (ej. construcción, salud), que permiten un manejo más flexible y personalizado.

Otra variable importante analizada, corresponde a verificar si las empresas o instituciones que son objeto central de los publirreportajes, tienen publicidad contratada con el medio. Así se evidencia que en Diario Centro, en un 50% de casos, los publirreportajes van acompañados de una publicidad adicional en el medio; mientras que en el Diario La Hora, este fenómeno ocurre solo en un 43,1% de casos.

Conclusiones

Diario Centro y Diario La Hora infringen lo que dispone la LOC y su reglamento, en las tres dimensiones analizadas, mostrando altos porcentajes de incumplimiento al momento de asignar el 5% de su espacio a temas de interculturalidad, de contrastar las noticias y de explicitar los publirreportajes como publicidad.

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que tiene una nacionalidad propia y más de 40 mil afroecuatorianos, el Diario La Hora no cumple con el porcentaje establecido del 5% en el 94.4 de los periódicos analizados, mientras que el Diario Centro no cumple en el 32.1%. Estos porcentajes demuestran una vulneración a los derechos de indígenas, afroecuatorianos y montubios, y un bajo nivel de compromiso de los medios para generar contenidos con una cosmovisión intercultural. Además, hace evidente que la estrategia de Diario La Hora, de incluir el con-

tenido de interculturalidad, en su sección B, que tiene una lógica nacional, incide negativamente en el cumplimiento, tanto de la obligatoriedad de asignarle el 5% de su espacio, como de que tenga pertinencia local.

Tanto El Diario Centro como el Diario La Hora presentan noticias que no han sido contrastadas debidamente con diversas fuentes. Un análisis estadístico realizado por separado, para cada diario, evidencia una diferencia de 8 puntos porcentuales de incumplimiento más alto por parte del Diario La Hora. Así tenemos que respecto a las noticias que sí requieren contrastación, este diario recurre a una sola fuente en un 26,9%, en comparación a Diario Centro, que registra un porcentaje del 18,6%. El efecto negativo de no contrastar, es que los Diarios La Hora y Centro de Santo Domingo están entregando una información sesgada, descontextualizada y poco objetiva a los ciudadanos, lo que afecta su capacidad de tomar decisiones sobre la base de una información veraz.

En los dos diarios, los publirreportajes se presentan tanto como publicidad tanto como noticias: en el Diario La Hora, esto ocurre en un 73,3% y en el Diario Centro, en un 30%, incurriendo en otro incumplimiento a la LOC y su reglamento. Además, alrededor del 50% de estas publicaciones se acompañan de una publicidad contratada. Esto pone en evidencia que los medios tienden a presentar como información o como un hecho noticioso publicidades pagadas, que promueven intereses privados, políticos o institucionales, dentro del medio. Frente a este fenómeno, que busca inducir gustos y preferencias en los lectores, los ciudadanos debemos estar siempre alertas, y hacer una lectura crítica de los medios, a fin de evitar ser manipulados.

La estrategia de Diario La Hora, de combinar contenidos nacionales con ediciones regionales, incide negativamente en el cumplimiento de los que dispone la LOC y su reglamento, en las tres dimensiones analizadas. Diario Centro, gracias a una estrategia más territorializada, más vinculada a las dinámicas sociales, políticas y comerciales de la provincia, tiende a incumplir menos que Diario La Hora, lo que dispone la LOC.

Referencias Bibliográficas

- ALSINA, R. y MORLA, G. (2011). *Medios de comunicación e interculturalidad*. Cuadernos. Info, (14), 105-110. Recuperado de: <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/186/797>
- ANDRÉU ABELA, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces. Recuperado de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. (25 de junio de 2013). Registro Oficial N° 22, Tercer Suplemento. Recuperado de: https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- ÁVALOS, M. (2015). *Análisis jurídico-administrativo de la comunicación en calidad de servicio público* (tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar-Sede Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5715/1/T2353-MDA-Avalos-Analisis.pdf>
- BROWNE, R. y CASTILLO, A. M. (2013), *Análisis Crítico del Discurso de la representación intercultural en la prensa chilena*. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, 20 (Mayo-Agosto). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10525851010>> ISSN 1405-1435
- BROWNE, R., e INZUNZA, A. (2016). *Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades*, Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. N. 133, diciembre 2016 - marzo 2017 (Sección Ensayo, pp. 229-245). Recuperado de: <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2719/2832>
- CARVAJAL, I. (2011). *La crisis de la prensa: análisis del pesimismo*. Revista Digital FronteraD. Recuperado de: <http://www.fronterad.com/?q=crisis-prensa-analisis-pesimismo>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (Const.). (2008). Recuperado de: https://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- CONTRERAS, A. (2014). *De la comunicación – desarrollo a la comunicación para el vivir bien*. Artículo de debate de la Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://www.uasb.edu.ec/web/spondylus/contenido?-de-la-comunicacion-desarrollo-a-la-comunicacion-para-el-vivir-bien&s=PAPER>
- DÍAZ, H. (2009). *Análisis Crítico del Discurso de dos Noticias en Prensa sobre Presuntos Integrantes de las Farc en la Universidad* (tesis de pregrado). Recuperado de: http://www.humanas.unal.edu.co/linguistica/index.php/download_file/view/114/120/

- GUELMES, E. L., y NIETO, L. E. (2015). *Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano*. Revista Universidad y Sociedad, 7 (2). pp. 23-29. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- GUTIÉRREZ, S. (2010). *Discurso Periodístico: Una Propuesta Analítica*. Nueva Época, núm. 14, julio-diciembre, 2010, pp. 169-198. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/346/34615372007/>
- INZUNZA, A., BROWNE, R. (2017). *Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, N. 133, diciembre 2016 - marzo 2017. Sección Ensayo, pp. 229-245. CIESPAL. Quito – Ecuador. Recuperado de <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2719/2832>
- JURADO, R. (2010). *Un nuevo paradigma latinoamericano en la regulación de la comunicación*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, edición 112, Quito-Ecuador. P. 86-90. Recuperado de: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/311/311>
- KIRCHER, M. (2005). *La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica*, en Revista de Historia Nro. 10- 2005, Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Comahue, Neuquén – Argentina. Recuperado de: revela.uncoma.edu.ar/htdoc/revela/index.php/historia/article/download/219/210
- LARA, A. (2011a). *Estudio de los publibreportajes en el diario impreso desde un enfoque ético: el caso del Diario Información*, capítulo 74, Universidad Miguel Hernández de Elche. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36193/Pages%20from%20libro-actas-congreso-etica-comunicacion-6.pdf?sequence=1>
- LARA, A. (2011b). *Comparativa de los publibreportajes insertados en la prensa española provincial y nacional: Información, La Verdad, El País y El Mundo*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010090.pdf>
- MENDIZÁBAL, I. (2013). *Opinión Pública 2.0 en el entorno de Twitter, respecto al Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador*. Informe de Investigación. Universidad Andina Simón Bolívar - Sede Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4071/1/PI-2013-11-Rodrigo-Opini%C3%B3n%20P%C3%BAblica.pdf>
- MOGABURO, Y. (2013) *Representaciones sobre el aborto en la prensa argentina. Análisis crítico del discurso de los medios masivos de comunicación*. Recuperado de: <https://revistas.uex->

ternado.edu.co/index.php/comciui/article/view/3409/3096

- MORA, A. y ARELLANO, L. (2011). *Análisis semiótico de la imagen sobre el debate de la ley de comunicación. estudio de caso: la caricatura como expresión del discurso editorial en los diarios El universo y El Comercio* (tesis de licenciatura). UPS-Quito. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1303/16/Tesis.pdf>
- PARRATT, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa. CIESPAL*. Ecuador: Editorial Quipus. Recuperado de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55350.pdf>
- PRIETO, D. (1985). *Elementos para el análisis de mensajes*, CIESPAL, Quito, 25-29 marzo, de 1985.
- SALAZAR, P. (2015). *La noción de libertad de expresión en el tratamiento periodístico del debate de la ley orgánica de comunicación, en los diarios El Comercio y El Universo* (tesis de maestría). Flacso-Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/8927/1/TFLACSO-2015PCSD.pdf>
- SÁNCHEZ, J. (2013). *Práctica docente. Métodos de investigación mixto: un paradigma de investigación cuyo tiempo ha llegado*. Recuperado de: <http://practicadocentemexico.blogspot.com/2013/03/metodos-de-investigacion-mixto-un.html>
- SERRANO, M. (2006). *¿Para qué sirve estudiar teoría de la comunicación?*, Contrarresto: revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima N°. 14. P. 41-48. Recuperado de: https://eprints.ucm.es/13145/1/Martin_Serrano_%282006%29_Para_que_sirve_estudiar_TC.pdf
- SOTO, B. (2017). *Algunos consejos para contrastar información*. Recuperado de: <https://www.gestion.org/gestion-documental/42411/algunos-consejos-para-contrastar-informacion/>
- VILLANUEVA, E. (2002). *Autorregulación de la prensa. Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*. México. Miguel Ángel Porrúa.
- WODAK, R. & MEYER, M. (2003). *Métodos de análisis crítico de discurso*. España: Gedisa.

Anexos

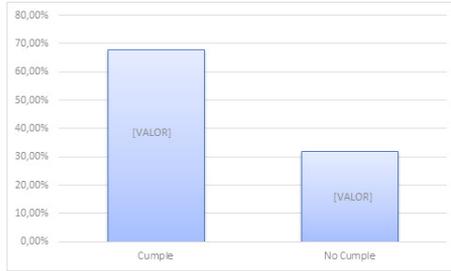


Figura 1. Nivel de cumplimiento de Diario *Centro* de su obligación de asignar el 5% de su espacio a temas de interculturalidad. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

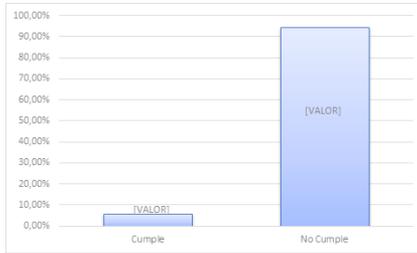


Figura 2. Nivel de cumplimiento de Diario *La Hora* de su obligación de asignar el 5% de su espacio a temas de interculturalidad. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

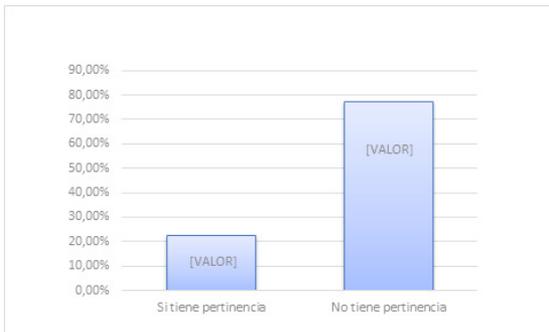


Figura 3. Pertinencia local del contenido de la sección intercultural de Diario *Centro*. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

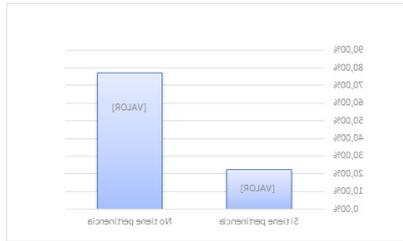


Figura 4. Pertinencia local del contenido de la sección inter-cultural del Diario La Hora. **Elaborado por: Johanna Cedeño.**



Figura 5. Porcentaje de noticias de los Diarios Centro y La Hora que sí requieren contrastación. **Elaborado por: Johanna Cedeño.**

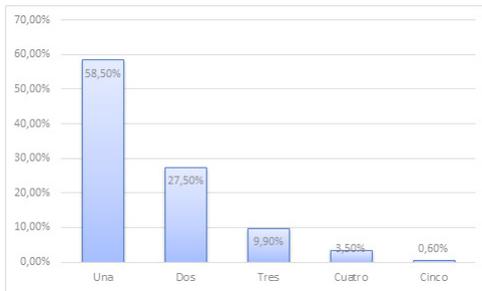


Figura 6. Número de fuentes a las que recurren los Diarios Centro y La Hora, cuando procede contrastar. **Elaborado por: Johanna Cedeño.**



Figura 7. Número de fuentes a las que recurre Diario Centro, cuando procede contrastar. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*



Figura 8. Número de fuentes a las que recurre Diario La Hora, cuando procede contrastar. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

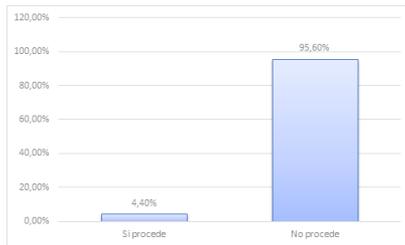


Figura 9. ¿Diarios Centro en qué porcentaje de noticias procede o no la rectificación? *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

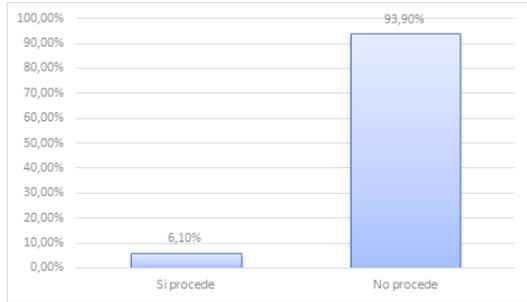


Figura 10. ¿Diarios La Hora en qué porcentaje de noticias procede o no la rectificación?. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

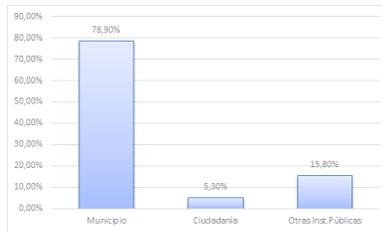


Figura 11. Diario Centro, en los casos que procede la rectificación, ¿quién debe pedirla? *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

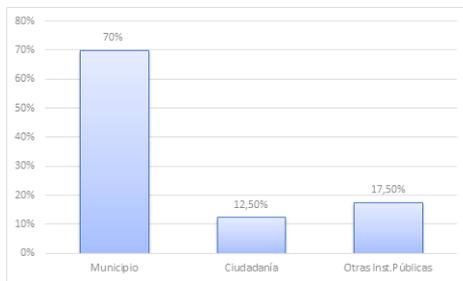


Figura 12. Diario La Hora, en los casos que procede la rectificación, ¿quién debe pedirla? *Elaborado por: Johanna Cedeño.*



Figura 13. Porcentaje de publrreportajes en los Diarios Centro y La Hora. *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

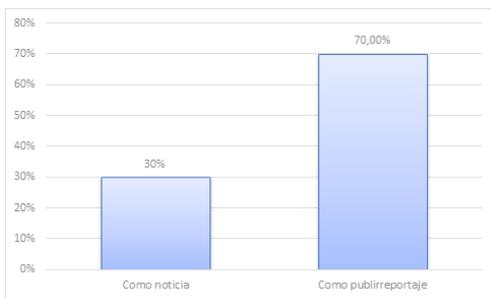


Figura 14. ¿Diario Centro presenta los publrreportajes cómo noticia o cómo publicidad? *Elaborado por: Johanna Cedeño.*

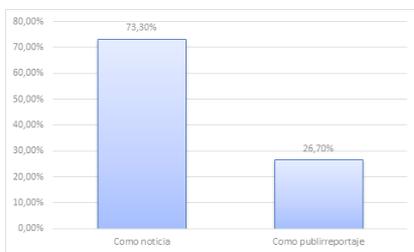


Figura 15. ¿Diario La Hora presentan los publrreportajes cómo noticia o cómo publicidad? *Elaborado por: Johanna Cedeño.*