



Universidad Espíritu Santo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD POLÍTICA DE LOS JÓVENES DE
LA UEES

Trabajo de investigación que se presenta como requisito para el título de
Licenciada en Periodismo Internacional

Autor: Carla Viviana González Sierra

Tutor: Carlos Luis Ortiz Moyano

Samborondón, marzo 28 del 2013.

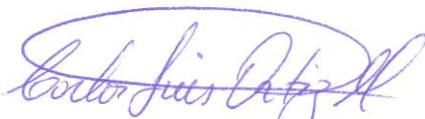
Samborondón, marzo 28 del 2013

MASTER
NURIA LEÓN M.
Decana
Facultad de Ciencias de la Comunicación UEES
Ciudad.-
.

De mis consideraciones:

Informo a usted que la estudiante Carla Viviana González Sierra ha realizado las correcciones propuestas por el jurado de sustentación durante la pre defensa de su trabajo, por lo que puede pasar a la siguiente fase que sería la sustentación final.

Muy atentamente,



Carlos Luis Ortiz Moyano

PÁGINA DE DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a los alumnos que cursaron, cursan y cursarán la carrera de Periodismo en la Universidad Espiritu Santo, que buscan comprender de mejor manera el mundo que los rodea.

PÁGINA DE RECONOCIMIENTO

Agradezco a la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, a través de su Centro de Investigaciones, por brindar un espacio físico y virtual donde descubrir nuevas ideas.

Asimismo agradezco a familiares, amigos y compañeros que ayudaron a completar esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	1
HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	2
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
OBJETIVO GENERAL	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	9
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	34
Fundamentación teórica	34
La identidad y el espacio público	36
Los medios de comunicación y los temas de discusión	42
Información en la era de la postmodernidad	45
La política de los medios	47
Recepción de la información	49
Roles de los medios de comunicación social	51
Medios de comunicación en el Ecuador	54
Fundamentación legal	61
Sistema de hipótesis y variables	63
Definiciones conceptuales	63
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	66
Marco metodológico	66
Novedad de la investigación	66
Elección del diseño de investigación	67
Tipo de investigación	67
Alcance de la investigación	68

Selección y determinación de la muestra	68
Conceptualización y operacionalización de variables y sus índices	69
Determinación de los métodos e instrumentos para recolección de la información	69
Selección de procedimientos para la ejecución, procesamiento y análisis de los datos	71
CAPÍTULO IV: PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	72
Primera encuesta	72
Segunda encuesta	80
Análisis comparativo	83
Resultados del análisis comparativo	85
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA	90
CRONOGRAMA	94
PRESUPUESTO	95
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	101

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: CRONOGRAMA	94
CUADRO 2: PRESUPUESTO	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Encuesta, resultados pregunta 1	72
Gráfico 2: Encuesta, resultados pregunta 2	73
Gráfico 3 Encuesta, resultados pregunta 3	74
Gráfico 4 Encuesta, resultados pregunta 4	75
Gráfico 5 Encuesta, resultados pregunta 5	75
Gráfico 6 Encuesta, resultados pregunta 6	76
Gráfico 7 Encuesta, resultados pregunta 7	77
Gráfico 8 Encuesta, resultados pregunta 8	78
Gráfico 9 Encuesta, resultados pregunta 9	78
Gráfico 10 Encuesta, resultados pregunta 10	79

RESUMEN

Esta investigación utiliza la recopilación de documentos de diversos autores, encuestas y entrevistas para analizar la identidad política de los jóvenes de la UEES, cómo se construye y cómo se define en relación al contexto nacional. Además, es un análisis descriptivo de las líneas editoriales de algunos medios de comunicación en Ecuador, y cómo estos afectan la capacidad cognitiva del grupo objetivo para relacionar conceptos políticos, identitarios y discursivos.

Es un tema que carece de amplias y equilibradas discusiones dentro del ámbito universitario, que aporta a la creación de jóvenes comprometidos con la realidad social de su país. Los resultados se analizaron de manera interpretativa e inductiva, que a partir de datos particulares llega a conclusiones generales, para describir las variables involucradas en el desarrollo de actitudes presentes.

La identidad de muchos de los jóvenes de la UEES (como ellos la definen) es débil y en muchos casos no saben qué es, por esto adoptan identidades que los medios de comunicación dictan. El rol de los medios es fuerte y determinante en toda sociedad por el impacto visual de la presentación de hechos económicos, sociales, políticos y religiosos.

Este poder persuasivo es utilizado por cada medio, privado, público o comunitario, para conseguir un objetivo relacionado a los intereses de sus dueños, mentalizadores, y quienes aportan económicamente o ideológicamente. El impacto se puede analizar desde la población más susceptible como es la juventud universitaria, que aún no ha sido preparada para pensar por sí misma y ser crítica del mundo.

Por eso, muchos viven cómo formar identidad y su ciudadanía. Aumentando a esto, la falta de discusión a niveles educativos, el cambio en enfoque de intereses y la excesiva cantidad de información que

reciben, terminan por convertir a jóvenes pasivos con creencias fácilmente influenciables.

Con la propuesta de discutir ampliamente estos temas, se busca crear una ciudadanía joven que sea activa, que analice los medios que consume, que discuta los temas de interés nacionales, que compare las fuentes de información, analicen cómo se maneja la información, e inclusive proponga noticias a los medios de comunicación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación televisivos tienen un importante rol al formar, en la mente de los jóvenes universitarios de la UEES, una idea de la realidad política que se vive en el Ecuador de acuerdo a las líneas editoriales que manejan.

Esta generación pasará a transmitir el mismo tipo de mensajes en los medios, lo cual define el futuro de la realidad ciudadana de la siguiente generación de jóvenes universitarios.

La importancia de investigar sobre este tema radica en la necesidad de entender quiénes somos en realidad los habitantes del Ecuador, para así saber qué es lo que podemos lograr.

A través de esta investigación se reafirmará la importancia de la discusión crítica del uso de los medios y su construcción de conceptos políticos en la población universitaria.

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Pregunta general:

- ¿Cómo influyen los medios de comunicación en los jóvenes universitarios de la UEES, al momento de definir su rol en la sociedad?

Preguntas específicas:

- ¿Cuál es la identidad política que tienen los universitarios de la UEES, en comparación con sus semejantes en

universidades como Laica, Técnica Salesiana y el Instituto Bolivariano, de la ciudad de Guayaquil?

- ¿Cuál es el impacto de las imágenes que muestran los medios de comunicación de la realidad política ecuatoriana?
- ¿Han evolucionado los medios con las nuevas tecnologías y actitudes de los ciudadanos?
- ¿Cómo influye en el pensamiento de los jóvenes pertenecer a una generación post modernista y a una sociedad que recibe mucha información a cada minuto?
- ¿Existe discusión crítica sobre los medios de comunicación, política y ciudadanía a nivel universitario en la ciudad?

HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Los jóvenes de la UEES han desarrollado un pensamiento específico sobre temas como identidad, política y ciudadanía, en base a la influencia que reciben de los medios de comunicación televisivos.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito de esta investigación es indagar sobre los efectos e impacto que tienen los medios de comunicación en la construcción de la identidad, como ciudadanos políticos, en la mente de los alumnos de la UEES en comparación con otras instituciones de educación superior.

El resultado de la investigación será crear una conciencia ciudadana en los alumnos de la UEES, y que ellos comprendan el rol transformador de los medios de comunicación en la realidad política de una nación, y desarrollen una actitud crítica respecto a esto.

Siendo los jóvenes, quienes en un futuro cercano, serán los que manejarán los contenidos que viertan los medios de comunicación a nivel nacional, van a tener la responsabilidad de crear una conciencia social y fortalecer la democracia en el país.

OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo los jóvenes de la UEES definen su identidad política, y cómo está influenciada por la información que reciben a través de los medios. En base a dicho análisis se busca plantear una propuesta para aportar a un mejor debate del tema a nivel académico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar como los jóvenes universitarios definen su identidad, como creen que se ha formado, y la importancia en su vida estudiantil y laboral. Compararlo además, con la definición que tienen jóvenes de otras universidades de la ciudad.

2. Dialogar sobre el impacto de los medios de comunicación en la capacidad cognitiva de los jóvenes.

3. Discutir sobre el poder de persuasión que tienen los medios de comunicación, así como la diferencia en la línea editorial de los medios privados y públicos.

4. Proponer espacios de discusión de temas relacionados a la identidad política, y que sean una guía para que los alumnos procesen la cantidad de información que reciben todos los días.

INTRODUCCIÓN

La identidad es un término en construcción, no hay una definición consensuada del mismo. Los puntos de vista en relación a este tema pueden ser muy diversos. Para algunos es responder las preguntas de quiénes somos, de dónde venimos, y a dónde vamos. Para otros es qué hicieron en el pasado y qué quieren hacer en el futuro. Inclusive puede significar las costumbres, creencias y valores que ellos tienen.

La ciudadanía, entendida a través de lo político, es el proceso de toma de decisiones de un ciudadano en relación a la comunidad en la que vive; debe estar al tanto de los factores de su convivencia como ser social y buscar la manera de resolverlos. La misma, es parte de la vida de todos los ciudadanos, parte intrínseca de la cultura de cada grupo social. Por eso, se desea conocer detalladamente que representa la política para estos jóvenes, y especialmente como se sienten discutiendo sobre este tema.

Existe un significativo número de alumnos de la UEES que dicen sentirse perdidos en cuestiones políticas, que no entienden la misma. La intención no es abogar por un determinado sistema político, ni desprestigiar a otro, tampoco es imponer ideas. El objetivo es conocer qué piensan los jóvenes sobre varios hechos políticos que denotan una realidad y hacerlos reflexionar sobre cómo llegaron a tener esas ideas, y basándose en eso, ayudarlos a comprender su entorno.

Además, se busca principalmente conocer como definen estos individuos palabras como:

- Ciudadanía,
- Política,
- Ideología,

- Democracia,
- Patria,
- Nación,
- El sentido geopolítico, y
- La identidad política propia.

Esta tesis propone incentivar a los jóvenes a identificar sus referentes como ciudadanos políticos para que tengan una relación crítica con los mismos, con el fin de que sean capaces de expresar ideas políticas propias con ideologías sustentadas en la historia, que puedan pensar por sí mismos cómo quieren que sea su país, que analicen críticamente a los medios de comunicación y los mensajes que transmite la televisión.

No conocer la historia política del país margina a los estudiantes, alejándolos del pasado como constructor del presente. Cualquier persona o entidad podrá inducirlos a que sigan un ideal o que piensen de una determinada manera, por lo que serán fáciles de influenciar. De este problema nace la importancia de debatir y aportar a la formación de los jóvenes en temas de ciudadanía y medios.

En este trabajo se abordarán los principales hechos políticos que han tenido repercusión en sus mentes, los que ellos recuerdan con mayor claridad, como derrocamientos de presidentes, escándalos políticos y casos de corrupción. Se analizará, además, cómo los medios de comunicación de mayor impacto en la población estudiantil abordaron estos temas, y su respectiva recepción por parte de los jóvenes.

La gran influencia que tienen los medios en la sociedad ha sido tratada en innumerables estudios, tesis y libros en todo el país. El poder de la imagen es el que tiene mayor impacto y veracidad en los ciudadanos en general, y en específico el grupo de estudio seleccionado.

Los noticieros juegan un papel importante, al ser los emisores de la información. Cada medio, privado o público, mantiene su línea editorial, la cual muestra la ideología del canal, radio o periódico. Todo medio tiene su manera de pensar, y sus intereses, esto les permite presentar su opinión y su interpretación de los hechos más relevantes. Por eso es difícil encontrar un equilibrio en la presentación de las noticias.

El proceso de recopilación de información fue logrado a través de 356 encuestas al grupo objetivo, y de tres universidades de Guayaquil para luego realizar un análisis comparativo. La primera encuesta fue realizada en septiembre del 2012, mientras que la segunda fue hecha en diciembre del 2012. Las preguntas realizadas fueron distintas en ambas encuestas. La primera encuesta estuvo relacionada con los medios de comunicación que consumían los jóvenes y si creían o no que estos los influenciaban. La segunda se enfocó en los conceptos de política e identidad que maneja cada uno.

Este proceso fue realizado específicamente para interactuar con el entrevistado, no solo para recibir la información escrita. El entrevistador estuvo presente durante las encuestas, para poder atender dudas que tuvieran los jóvenes. De esta manera, se pudo lograr una interacción de mayor confianza entre entrevistador y público objetivo.

Toda la información recopilada, está relacionada fuertemente con la memoria, pero diferenciando entre lo que se vive de primera mano, y lo que se recibe de otras fuentes. Por ejemplo, los jóvenes de la UEES todavía no nacían o eran muy pequeños para recordar a una figura política como el expresidente y alcalde León Febres Cordero. Lo más probable es que sus familiares les hayan contado como era él, y a su vez, si no fueron cercanos, ellos solamente recuerdan la imagen de lo que veían en los medios de comunicación. De igual manera, esa imagen no es

la misma que se muestra hoy, ni es la misma que muestran todos los canales de televisión.

Es la mezcla de esa memoria, y la imagen que recibieron directamente de los medios lo que crea una percepción específica de lo político y lo que está relacionado con la iconografía. El recuerdo que tienen de una figura política se complementa con los reportajes que ven en la televisión.

Con este trabajo se busca crear una juventud consciente de su realidad como ciudadanos, que sea participativa, que esté interesada en sucesos políticos, económicos y sociales, que consuma medios de comunicación y que entienda cómo repercuten en su diario vivir.

Así, también, el objetivo es aportar con investigación a la formación integral de los alumnos de la UEES, como lo ha realizado desde su creación en 1994 y que le ha permitido ser una de las mejores universidades en el país.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

Geovanni Sartori (1996) indica una realidad, muchas veces relegada, que la política es un condicionante de la vida del ser humano, y forma parte de su convivencia diaria.

Para muchos es difícil entenderlo, y a otros quizás no les interese abordarlo, pero es esencial para comprender la realidad humana. El hombre es social y político, donde ambas partes se sustituyen constantemente, ya que no son facetas distintas del ser humano (Sartori, 1996). Ambos conceptos son componentes de un mismo ser, de su propia identidad.

La identidad y la ciudadanía muestran la forma en la que cada persona ve su realidad en relación a la conformación del Estado, cómo cada uno ve su ideología y sus pensamientos. Asimismo, se vuelve una toma de conciencia de la memoria personal, que es única y difícil de cambiar. Este aspecto de la identidad es primordial para que el individuo entienda quién es, de dónde viene y a dónde quiere dirigirse.

Con base en encuestas y entrevistas realizadas en mayo y junio del 2012 en la Universidad Espíritu Santo a alumnos de distintas facultades y carreras, se pudo saber que no reconocen la diferencia entre algunos términos relacionados a la identidad y la política. La mayoría dice no tener clara la situación que vivió su país en el pasado, ni tiene una idea formada sobre los problemas actuales del Ecuador. Generalizan la corrupción como el pasado, el presente y el futuro del país.

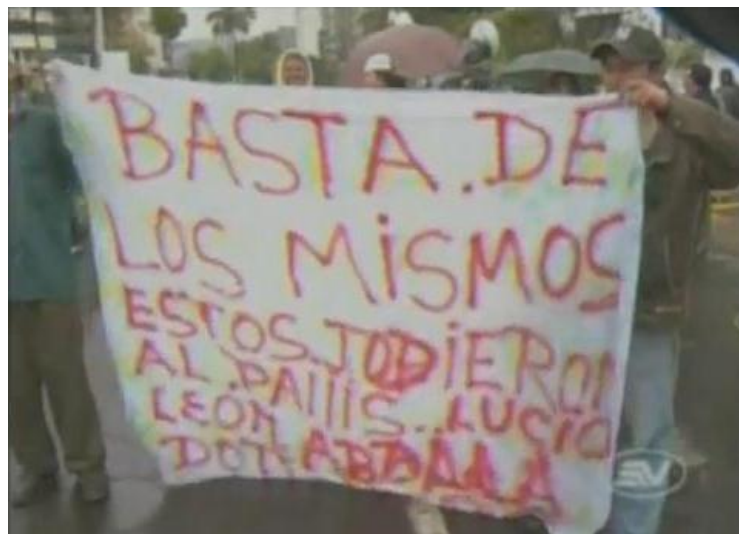
Los medios de comunicación social, uno de los múltiples actores que influyen en la sociedad tienen un importante rol al formar la identidad

política, y cultural de los jóvenes. En este caso, es de especial importancia el rol de la televisión, en base a las encuestas realizadas.

La población universitaria de la UEES estudiada comprende que la televisión es el medio que ejerce mayor influencia en su perspectiva nacional, por encima de las redes sociales y sus familiares o amigos. La mayoría acude a la televisión para recibir sus noticias, así que esta tiene el mayor alcance y legitimidad para ellos.

Este medio ha acompañado a estos individuos durante su niñez, construyendo ideas y conceptos básicos, y seguirá influyendo en ellos durante su vida adulta.

Imagen 1



Muestra de imágenes de protestas durante el 20 de abril del 2005, en contra de Lucio Gutierrez.

Fuente: Ecuavisa

La televisión, según Sartori modifica la relación entre entender y ver, haciendo que la capacidad de abstracción y de entender en un individuo se reduzca.

No necesariamente implica que la televisión convierta al individuo en un ser menos inteligente, sino que aborda un tema de análisis de

relación imagen-concepto. Por ejemplo, la palabra democracia es un término muy complejo para ser explicado en imágenes. Un medio puede tratar de explicar la libertad a través de imágenes, pero esta no siempre va a significar lo mismo para todos los televidentes.

Así mismo, que las personas vean en televisión un enfrentamiento entre el ejército de Israel y los pobladores palestinos, no asegura que los mismos comprendan un conflicto que existe desde hace más de 60 años a más de doce mil kilómetros del Ecuador.

El ser humano entiende conceptos y abstracciones, asegura Sartori, y ambos no pueden ser traducidos en imágenes sin perder un contexto mayor. Así, es imposible entender la relación entre dos objetos o ideas, y cómo estas se influyen mutuamente. (Sartori, 1997)

Lo mismo ocurre con la realidad política, la imagen de un político no explica todo el sistema legislativo del país, ni los escándalos de corrupción y delitos sentencian la realidad de un país.

Sin caer en la satanización del desarrollo tecnológico, es necesaria una audiencia crítica de los medios. Los avances en las telecomunicaciones son inevitables, admirados y perseguidos por la civilización humana, y además son parte del desarrollo social de una nación, porque pueden ser usados para mejorarla, pero esto no significa que solo sirvan un propósito desinteresado y generoso.

Los medios de comunicación social son solo canales de difusión de mensajes hacia un destinatario. Ellos funcionan como aparatos de amplificación social, y en esta característica se encuentra su enorme importancia política. (EUMED)

Los medios de comunicación audiovisuales gozan del poder de mostrar las imágenes que desean, y explicar los problemas como quieren

mostrarlos, es parte de la línea editorial que adoptan y de la manera en que sus directores ven el mundo.

La estructura de los medios de comunicación atraviesa por una selección de noticias, correlacionadas con el punto de vista colectivo sobre ideas políticas. Así, es probable que haya un cierto control del discurso político desde los medios en este sentido específico: hay tópicos mejor acogidos que otros en esos medios, y los partidos, buscando la relevancia pública del discurso, ajustan a esto su expresión. (Bouza, 1998)

Este efecto está basado en la idea de que los medios pueden estructurar y cambiar la cognición de la audiencia mediante la cobertura rutinaria de temas sociales y políticos, y que ha sido utilizado por varios investigadores para examinar el impacto de la cobertura de un medio en la evaluación pública de un liderazgo político. (McLeod, 1996)

En todo caso, la investigación de la agenda de los medios puede derivar hacia la investigación previa sobre quién dicta la agenda a los medios (la realidad, los líderes, coaliciones de interés en ciertos temas, también llamadas *coaliciones de agenda*, etc.). Pero esta investigación no abordará a fondo las razones por las que determinados medios actúan de una manera, sino específicamente cómo esta acción tiene repercusiones sobre su público. (Bouza, 1998)

En un breve análisis de la historia política del Ecuador, y de los hechos que más recordarían los jóvenes universitarios, resaltan dos momentos importantes. Uno, es la presidencia de Abdalá Bucaram en 1996, y el otro es el mandato de Lucio Gutiérrez en el 2003. Ambos presidentes tuvieron periodos políticos de mucha inestabilidad, sonados casos de corrupción, y sus salidas del poder fueron igual de controversiales y han ido configurando una identidad fragmentada.

De igual manera, en el 2005 los jóvenes evidenciaron un movimiento social que cambió el rumbo del país significativamente. En la capital ecuatoriana, un grupo de ciudadanos de clase media, insatisfechos con el gobierno protestó y demandó la renuncia del entonces presidente Lucio Gutiérrez, quien los había bautizado con el nombre de forajidos. Luego, con apoyo de las Fuerzas Armadas consiguieron derrocarlo. Este suceso tuvo un gran impacto en el grupo de jóvenes encuestados, vieron como los jóvenes ecuatorianos salían a las calles y gritaban “que se vayan todos”, en rechazo a todos los políticos. Esta entrada es sugerente pues, concibe a los movimientos sociales como portadores de los nuevos cambios y profundización de la democracia (...) una visión que considera al acontecimiento como resultado de la pérdida de legitimidad de los partidos políticos, desde la década de los años 90 y la movilización de abril constituye un reflejo de una opinión política madura de la ciudadanía (Arteaga, 2007).

Actualmente, el país está administrado por el gobierno de Rafael Correa, autodenominado de corte socialista y de izquierda. Luego de seis años en el poder, ha tenido apoyo electoral especialmente de las clases sociales más pobre, por su enfoque social, en salud, educación, y sus ataques a las personas de nivel socioeconómico alto llamándolos despectivamente “pelucones”. Su gobierno ha estado marcado por constantes conflictos con los medios privados, y una fuerte maquinaria propagandística que ha inundado los espacios televisivos.

Rafael Correa afirma ser un seguidor del denominado socialismo del siglo XXI, que asegura ser una ideología política a favor de los pobres y en contra de los ricos, con altos referentes en la región como son Hugo Chávez presidente de Venezuela, o Evo Morales, presidente de Bolivia.

Este proceso de revolución como lo llama el actual régimen, tiene un rechazo por parte de los más ricos del país. Correa encabezó una “Revolución Ciudadana”, un cambio radical del sistema económico, social y político en el país. Morales, por su lado, es el primer presidente indígena, se declaró un activista, socialista, naturalista, con énfasis en redistribuir las tierras y nacionalizar las industrias especialmente de hidrocarburos. Chávez al igual, fue un militar, líder de la “Revolución Bolivariana”, con los ideales de Simón Bolívar, libertador de América, y en constante desacuerdo con el gobierno de los Estados Unidos.

Los jóvenes televidentes son inducidos a pensar en función de lo que la televisión muestra. La imagen impacta, conmueve y convence. El poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política actual. (Sartori, 1997)

La mayoría de la población encuestada recuerda las imágenes de los ex presidentes ecuatorianos, describen en sus propias palabras como se vestían, hablaban y se veían. Describen los conflictos más conocidos de autoridades e instituciones nacionales.

Imagen 2



Abdalá Bucaram, ex presidente de Ecuador durante una presentación musical. Fuente: Ecuavisa

En encuestas realizadas en diciembre del 2012 se recogió información, en la que se determinó su pensamiento en relación a distintos conceptos y eventos políticos y la relación que guardan con los medios de comunicación audiovisual que consumen. En la mente de estos jóvenes, los sucesos políticos de mayor repercusión y que más recuerdan, fueron las caídas de los expresidentes Abdalá Bucaram en 1997 y Lucio Gutiérrez en el 2005.

Imagen 3



Escándalo de corrupción del Programa “Mochila Escolar”
Fuente: Ecuavisa

Abdala Bucaram Ortiz, es un político y abogado, nacido en 1952. Durante la presidencia de su cuñado, Jaime Roldós Aguilera, fue designado Intendente General de Policía del Guayas en 1979. Bucaram es de origen libanés y de carácter populista, y además fue fundador del Partido Roldosista Ecuatoriano en 1982. En 1984 fue electo Alcalde de Guayaquil, pero debido a denuncias de casos de corrupción, se asiló en la ciudad de Panamá. (Avilés, 2005)

A su regreso, pierde en 1988 su primer intento de ser presidente, ante Rodrigo Borja. Más denuncias y juicios lo obligaron a retornar a Panamá. En 1992 vuelve a postularse, y vuelve a perder, ante Sixto

Durán Ballén. Finalmente fue presidente del Ecuador en 1996, derrotando al actual Alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot. Durante su mandato tuvo de vicepresidenta a Rosalía Arteaga, primera mujer en ocupar dicho puesto. (Avilés, 2005)

Su tiempo en Carondelet estuvo marcado por denuncias de corrupción, nepotismo y de malversación de fondos durante el corto tiempo que estuvo en el poder de 1996 hasta 1997. Además se lo conoció por su gusto musical, ya que interpretaba a menudo temas de su grupo preferido “Los Iracundos”.

Fue también conocido por sus bailes, sus fuertes discursos llenos de energía e insultos de tinte machista, y su gran acercamiento a los pobres, así como su consecuente apoyo en este sector del país. Bucaram además atravesó una época de fuerte crisis económica en el país, lo que trajo más descontento en la población. (Avilés, 2005)

En febrero de ese año, se realiza un paro general, que exige su salida de la presidencia, pero Bucaram ignora las demandas. Poco a poco se van agregando más grupos sociales, y la huelga toma dimensiones nacionales. (Arauz, 1997)

Un día después, 6 de febrero de 1997, el Congreso Nacional lo cesó del cargo de presidente, declarando una incapacidad mental para gobernar. En la tarde las fuerzas armadas del país le retiran su respaldo y su escolta presidencial, por lo que abandona el Palacio de Carondelet.

Imagen 4



Bucaram (d) ofreciendo su opinión sobre la política nacional mediante videoconferencia. Fuente: Teleamazonas

Este hecho, y sus controversiales actos popularizaron que la ciudadanía lo llamara “El loco”. Así, Bucaram vuelve al asilo en Panamá, y denuncia constantemente el Golpe de Estado que habían realizado en su contra. De manera interina Rosalía Arteaga asume el poder, para luego tener que cedérselo al entonces presidente del Congreso Fabián Alarcón. (Arauz, 1997)

Hoy, más de 15 años después, Bucaram sigue sonando en las esferas políticas. Más recientemente, Bucaram incursionó en las redes sociales, y ha tenido un acercamiento a los internautas. Mediante videoconferencias ha expresado lo que él piensa de los principales actores políticos del Ecuador, y los canales de televisión lo han transmitido.

Ecuavisa y Teleamazonas, como caso de estudio de este trabajo, fueron las señales que más transmitieron las videoconferencias del ex mandatario Bucaram, las cuales estaban llenas de insultos y burlas. El conocido temperamento fuerte del político y su lenguaje popular acapararon las pantallas de la televisión nacional por meses. Un hecho sin importancia, de corte sensacionalista y vergonzoso se volvió el tema más importante.

Varios de estos episodios del ex mandatario fueron grabados a altas horas de la noche, donde se lo veía tomando alcohol y cantando, mientras estaba solo en su apartamento. Inclusive, debido a su situación actual como asilado político, Bucaram debería abstenerse de hacer declaraciones políticas sobre su país, pero el gobierno de Panamá no ha dicho nada al respecto, y el gobierno de Ecuador no le ha exigido a los panameños un llamado de atención.

Por su parte, Lucio Gutiérrez Borbúa es un político y ex militar, nacido en 1957. En 1996 fue designado guardia presidencial de Abdalá Bucaram, y luego de la destitución de este pasó a ser edecán de Fabián Alarcón, presidente interino del Ecuador. En 1999 llegaría la crisis bancaria y la dolarización del Ecuador durante el gobierno de Jamil Mahuad, para lo que Gutiérrez protagoniza, junto a compañeros militares de menor rango, un levantamiento indígena en el año 2000 con intentos de derrocarlo. (Avilés, 2005)

Imagen 5



Protestas en Quito en rechazo al gobierno de Gutiérrez. (2005)
Fuente: EFE

Por pocas horas, el país estuvo gobernado por tres personas: el coronel Lucio Gutiérrez, el dirigente indígena Antonio Vargas, y el jurista ex candidato a presidente, Carlos Solórzano. Sin embargo, las altas autoridades de las Fuerzas Armadas retomaron el control de la situación, colocando en el poder al vicepresidente Gustavo Noboa. Esta subordinación e intento de golpe de Estado significó para él un breve paso por la cárcel, ya que el Gobierno Nacional decide brindarle amnistía, por lo que es liberado luego de 4 meses. (Avilés, 2005)

Gutiérrez, libre, funda el partido político Sociedad Patriótica “21 de Enero” en honor a la fecha en la que lideró el derrocamiento de Mahuad. En el 2003 llega a la presidencia, y nombra a sus más cercanos compañeros militares en altos puestos dentro del gobierno. Así mismo lo hizo con algunos de sus familiares. En los primeros meses salen a la luz casos de corrupción de sus colaboradores, y pierde el apoyo del movimiento indígena, que lo habría ayudado en el 2003 a ser presidente. (Avilés, 2005)

Un descontento general se había desarrollado en el Ecuador, seguido de la destitución de miembros del Tribunal Constitucional, del Tribunal Supremo Electoral, para luego destituir a la Corte Suprema de Justicia. (Hernández, 2000)

Con este antecedente nacen los “forajidos”, llamados así por el propio Gutiérrez, un grupo de ciudadanos quiteños que organizó una serie de protestas en contra del gobierno, a la voz de “Lucio fuera” y “Que se vayan todos”. En abril del 2005 la presión de los forajidos es demasiada, Lucio deja el Palacio en un helicóptero y las Fuerzas Armadas retiran su apoyo y respaldo.

Finalmente Brasil le otorga asilo, el cual poco tiempo después rechaza para volver al país. La policía lo detiene y cumple condena hasta el 2006. (Hernández, 2000)

Imagen 6



“Forajidos” en los exteriores del Palacio Presidencial.
Fuente: EFE

Un evento recordado, pero no relacionado como el más importante, fue el regreso de Bucaram al país por un corto tiempo en el 2005. Gutiérrez había pactado anular los juicios que pesaban sobre el ex presidente por corrupción durante su gobierno. De esta manera, en 2005 Abdalá regresa al país, realizando una caravana en Guayaquil; esto propaga el descontento con Gutiérrez y agrega más razones a su salida, lo que obligó a Bucaram a regresar al exilio en Panamá. (El Comercio, 2003)

En base a las encuestas que se realizaron en la presente investigación, descubrimos que los casos de Bucaram y Gutiérrez, son la principal razón para explicar la falta de interés en la política por parte de los jóvenes y su continua burla hacia al país. Una desilusión que se transforma en desconocimiento de lo político, y énfasis en lo efímero y en temas que sean fáciles de comprender, que no necesiten mayor discusión y análisis.

Cada generación vive cambios abismales en tecnología y desarrollo. Los nuevos tiempos son sinónimo de la rapidez. Más que nada rapidez en el flujo de la información, y con este vertiginoso movimiento de datos, la sociedad tiende a simplificar los mensajes que recibe.

Un ejemplo claro, es como Twitter, la principal red social utilizada por los jóvenes, solo permite 140 caracteres para explicar una idea, y la televisión muestra noticias de máximo 1 minuto de duración.

La globalización transforma e inmediateza al mundo. La televisión muestra las principales escenas de confrontación política sin explicar su verdadera raíz, y solo 30 segundos son permitidos para explicar una situación, donde quizá haga falta todo un artículo de un periódico para así tener una mejor comprensión.

Imagen 7



Fabián Alarcón, presidente del Congreso es designado Presidente en lugar de la Vicepresidenta del PRE, Rosalía Arteaga. Fuente: Ecuavisa

Con énfasis en los conceptos más relevantes, las encuestas a los alumnos muestran resultados interesantes. En relación con la política, para la mayoría es un medio para tomar decisiones, un sistema de ideologías, y por último representa la acción de querer llegar a cargos públicos. Sólo uno dijo que la política para él era como se gobernaba al pueblo, y solo uno dijo que era un factor que influía en todos los aspectos de la vida. Cuestionados por su interés en el tema, indican que no les interesa o son totalmente indiferentes.

De Abdalá Bucaram dicen recordar que siempre generó polémica con hechos como los sacos de dinero, que fue destituido por tener problemas psicológicos, y por estar mentalmente incapacitado para gobernar.

De Lucio Gutiérrez, por su lado, reconocen que fue el presidente que trajo a Bucaram de regreso al país, razón por la cual fue derrocado. Además, dicen recordar que el episodio más importante fue su huida del país en un helicóptero, imagen transmitida por la televisión.

Ambas épocas, para ellos, significaron un tiempo caótico, que la política se manchaba de corrupción, que los dos ladrones se llevaban el dinero del país, y que la economía se desmoronaba, en resumen la caída de un país. Concierten en que ambos se merecían lo que les sucedió, y que fue una muestra de que la gente no sabe elegir a los candidatos.

Los jóvenes encuestados no conocen mucho de los forajidos, pero tienen una ligera idea de su significado, al decir que son las personas que protestan en contra del gobierno e inclusive dicen que son los alfaristas, los que apoyaban a Eloy Alfaro, ex presidente del Ecuador y líder de la Revolución Liberal.

Ya ingresando al tema de la identidad, la mayoría de las respuestas fueron dejadas en blanco, o simplemente escriben que no lo saben. Una parte inclusive menciona que su identidad es lo mismo que su

personalidad, que tienen mente abierta o son cerrados a otras culturas, que son naturalistas o amables. Otros indican que su identidad es ser guayaquileños, o de la costa ecuatoriana.

En cuanto a la identidad ecuatoriana, destacan que no conocen de donde vienen, y que está representada por la deshonestidad, por la corrupción, donde tenemos una democracia limitada. Pero su gente no conoce cómo se debe hacer política, por lo que se dejan llevar por lo que diga la televisión. Algunos indican que los ecuatorianos son personas de costumbres arraigadas, diversas y alegres.

Jorge Enrique Adoum (2000) agrega a la decepción en relación a la identidad cuando dice que “lo ecuatoriano no existe, lo único que tenemos en común es el territorio (...) no hay nada que nos une o que nos identifique además de un territorio en común. (...) no hay ningún nosotros.”

Esta aseveración es más un llamado de atención para que los ecuatorianos se den cuenta que nuestra historia es corta y se desvanece rápidamente, basta solo con analizar la política pasada y actual. Que para muchos ecuatorianos la identidad no es nada, y que además tratan de huir de ella.

Miguel Donoso Pareja (2004) indica que “la identidad nacional es ese sentimiento que llevamos todos en quién sabe qué punto de nuestras emociones, vivencias o conceptualizaciones, que aparecen de manera natural y fluida”.

Este tema ha sido debatido y analizado exhaustivamente por literatos nacionales desde los años 60, y ahora vuelve a aparecer en el país, relacionado con la postmodernidad y la globalización inevitable.

Donoso agrega que sufrimos de una esquizofrenia, que es en realidad una fragmentación para construir una identidad ecuatoriana,

anidada desde tiempos de la Colonia en la lucha regional de Quito y Guayaquil como grandes centros políticos. (Donoso, 2004)

Sobre los principales conceptos ideológicos en este estudio, el neoliberalismo y el socialismo, los estudiantes encuestados admiten no comprender muy bien su significado. Pero aseguran que el socialismo es igual que el comunismo, y es un sistema donde los ciudadanos no tienen voz ni voto así como en Cuba.

Imagen 8



Salida de Gutierrez en un helicóptero durante la rebelión contra su gobierno. Fuente: Ecuavisa

Solo una persona dijo que el neoliberalismo era “una ideología política basada en el libre comercio y el poder del mercado y que el socialismo era una corriente política en Latinoamérica principalmente donde las ideas socialistas son adaptadas a las necesidades y situaciones actuales”.

Esto describe el impacto de las imágenes televisivas en los ciudadanos. La inmediatez de la imagen no permite la comprensión y el análisis, y luego que se apagan las cámaras, la gente se olvida de lo que pasó. De la misma manera, los hechos que no son mostrados pasan desapercibidos.

La televisión es un elemento que promueve e inspira cambios en la sociedad, es un medio que genera un nuevo tipo de ser humano, un humano movido por la imagen que recibe. (Sartori, 1997)

En este campo, son las noticias que presentan los medios, las que influyen de un modo decisivo en las prioridades atribuidas por las personas a los problemas nacionales. La imagen de la realidad política ecuatoriana que ellos muestran forma las mismas ideas y conceptos enraizados en las mentes de los ciudadanos.

Los medios han posicionado el sentido de ciudadanía en el imaginario, ya que por su propia dinámica se convierten en formadores de opinión pública. Los medios conforman un nuevo sentido de ciudadanía a través de sus discursos. (Arteaga, 2007)

Esta formación parte de la selección de líderes de opinión, y de establecer en quien se debe confiar y creer, y en quién no. Establecen qué sucesos deben ser conocidos, y cómo deben ser comprendidos, al igual que cuáles no serán presentados.

Las consecuencias sobre el discurso político son obvias (...) se discute sobre líderes más que sobre ideas, con lo que el discurso político toma carácter irrelevante frente a la habilidad de las personas, y los debates populares se realizan sobre esas habilidades o torpezas de las personas que simbolizan unas ideas que, frecuentemente, no se conocen suficientemente. (Bouza, 1998)

Imagen 9



Los pocos minutos en los que la vice presidenta Rosalía Arteaga asumió el cargo de presidenta por ausencia de Bucaram.
Fuente: Ecuavisa

Así, aunque no sea su función ideal y primaria, los medios de comunicación se convierten en actores políticos, en formadores de un ambiente político.

Los medios de comunicación presentan lo que sucede en el país, cómo se conforma el Estado, las distintas ideologías políticas, y lo más importante, qué opinión deben tener los ciudadanos acerca de estos temas. Los noticieros y reportajes de la televisión nacional tienen una línea editorial marcada, que se percibe a través de su manejo de la información.

Los medios convencionales se dirigen a un tipo de ciudadanía pasiva, en ella, la sus integrantes esperan la autoridad sin ejercer ninguna vigilancia social, fiscalización o controles parecidos. Pero hoy la ciudadanía debe ser activa donde los ciudadanos tomen un papel protagónico tanto en el cumplimiento de sus obligaciones y deberes como en la garantía y satisfacción de sus derechos. Pueden, incluso, ir más allá y constituirse en agentes de colaboración, apoyo e innovación, para que

autoridades cumplan con los objetivos de toda a una parte de la sociedad. (Arteaga, 2007)

Según Cortina (1997), “si no acometemos en serio la tarea educativa de aportar a la discusión de la ciudadanía, aumentará inevitablemente el número de los excluidos de la vida social, el número de los que ni se saben ni se sienten ciudadanos en ningún lugar: el número de los apátridas.”

Ser un ciudadano significa hacer política, no es solo el ejercicio de los partidos políticos. Ser ciudadano es ser activo en el proceso de construcción de la democracia.

Según McLeod (1996), los medios dan preferencia a plantear los temas de política y ciudadanía en relación a que no hay más políticos que los corruptos, ni más política que la intriga a favor de intereses privados. En algunas zonas de la realidad este negativismo se traduce en la creación de climas de opinión muy negativos encaminados a crear o reforzar la idea negativa de la política.

Los alumnos de la UEES encuestados, con una situación económica medio-alta, que han tenido facilidades económicas para estudiar en una universidad privada, tienen dificultad para comprender la realidad política de su país. Ellos pueden ser fácilmente influenciados por sus familiares y amigos a tener ciertas creencias, a pensar de una forma específica, o a seguir una ideología determinada que muchos ni entienden.

Los jóvenes encuestados han sido alienados por los propios medios, y su interés ha pasado a temas de menor relevancia. Temas como el avance de nuevas tecnologías y los lugares de distracción de la ciudad se han vuelto situaciones cotidianas. Estos separan al ser humano

de su entorno social pero a la vez lo insertan en un determinado grupo. Para algunos pueden ser frívolos, pero para otros es necesario. En un análisis más profundo, podría decirse que son temas que los jóvenes consideran que deben ser adoptados y abordados para poder relacionarse con otras personas de su entorno estudiantil o laboral.

Los alumnos encuestados durante esta investigación aseguran consumir noticias de tecnología, sociales, deportes y salud, en orden de importancia, reafirmando de esta manera el interés de mantenerse actualizados de herramientas digitales y de restaurantes, bares y demás lugares de distracción.

Los estudiantes, principalmente los que cursan sus estudios de periodismo en la Facultad de Comunicación, por su situación socioeconómica en promedio, probablemente trabajarán en canales de televisión, radios y periódicos donde tendrán bajo su responsabilidad la difusión de contenido noticioso.

El interés en este grupo específico se debe a un análisis de un potencial problema dentro una población cercana al investigador. Dichas inquietudes surgen de la observación directa y de un sondeo analítico del problema.

Imagen 10



Una muestra del sentir popular de los jóvenes en las calles del país. Fuente: EFE

La selección también se basa en el concepto de que esta generación pasará a transmitir el mismo tipo de mensajes que recibió como consumidor de medios. El cambio está en la transformación que realizan del mensaje que reciben, debido a la velocidad con la que reciben tanta información, el mensaje real cambia.

En esta generación las tecnologías juegan un rol muy importante en la creación y difusión de ideas. Es *La Sociedad de la Información* de Saskia Sassen (2007) que a miras de lograr un desarrollo tecnológico mayor inunda a los individuos con distintos temas, crea brecha digital, entre mundo real y mundo tecnológico. Por ende debe haber una constante actualización y obtención de información, la misma que no siempre es de relevancia, sino que forma parte de tendencias o de modas, que se vuelven pasajeras.

Los cambios tecno-comunicacionales están moviendo la perspectiva histórico-moderna sobre la verdad y el conocimiento, sobre la política y la vida, y estos cambios son irreversibles, naturales e inquietantes. (Bouza, 1998)

El análisis de este grupo objetivo está relacionado a las teorías de Jean-Francois Lyotard, precursor de la post modernidad, que indica un nuevo paradigma cultural y de desarrollo en la generación, que no involucran a las grandes ideologías del pasado como el capitalismo o el socialismo, sino que toma varios estilos de pensamiento y de vida. Lyotard (1987) asegura un fin de los grandes relatos, las grandes figuras ideológicas, políticas, sociales y culturales.

Ahora los términos que se manejan como antagónicos son socialismo del siglo XXI y neoliberalismo, para definir a dos tendencias fuertes no solo en el Ecuador sino en Latinoamérica. La primera alineándose a lo que fue el socialismo en el pasado, y la segunda que representa un capitalismo moderno.

Las encuestas realizadas fueron diseñadas para crear una interacción con la persona encargada de realizar la encuesta. Uno de las características del proceso de recopilación de información fue que los alumnos dudaban al tratar de identificar la realidad de su país, y muchos decidían responder que no conocían sobre situaciones relevantes de la política nacional, o que simplemente eran los mismos de siempre que estaban al poder. En el tema de la ideología política, los encuestados dejaron espacios vacíos, y se mostraban visiblemente incómodos con la pregunta. Una parte que accedía a responder la encuesta luego decidía declinar su participación con solamente dar una lectura rápida de las preguntas.

En cuestiones de identidad política los alumnos contestaron que los medios de comunicación televisivos afectan la manera en la que ellos ven su país. Indican ejemplos de acciones de políticos, que vieron en la televisión y describieron escenas como el baile del ex presidente Abdalá Bucaram, como fumaba su cigarrillo el también ex presidente León Febres Cordero, como insultaba en el Congreso el Alcalde de Guayaquil Jaime

Nebot, como el actual presidente Rafael Correa tiene constantes peleas con los medios de comunicación, etc.

La importancia de investigar sobre este tema radica en la necesidad de que los jóvenes entiendan cuál es la realidad local y nacional, que analicen las imágenes que les presentan, para así saber qué es lo que se puede lograr, entendiendo las debilidades y fortalezas de cada uno.

Imagen 11



Crisis política y social durante el gobierno de Bucaram.
Fuente: Ecuavisa

El desarrollo, social y político, no se puede llevar a cabo cuando los dueños de la información no comprenden la situación política de su propio país. Una nación no puede desarrollarse plenamente si sus individuos no tienen una conciencia política verdadera, o cuando los mismos deben responder a una línea editorial implantada por el medio en el cual trabajan.

Los medios de comunicación en el Ecuador son manejados por grupos de poder que guían los contenidos noticiosos de acuerdo a la línea editorial que sus dueños desean seguir. Muchos de ellos están ligados a partidos políticos y mantienen fuertes nexos con actores sociales, políticos, religiosos, y económicos.

Este trabajo servirá para crear, a través del diálogo abierto, una juventud universitaria consciente y participativa de la realidad política nacional, una comunidad de alumnos universitarios en la UEES que comprenda su realidad social, política y democrática. Así, se creará una base de educación política e histórica, necesaria para la vida de los jóvenes.

Queremos crear en la UEES una ciudadanía mediatizada que reflexione, que tome decisiones, que exija a los medios que temas deben estar en los diarios, den retroalimentación a los mismos, y que decidan y comuniquen por qué están o no de acuerdo con el manejo de la información que se realizó.

El ciudadano puede construir una sociedad positiva o negativa, por lo que es necesario explicar que los medios deben cambiar la manera de pensar en su público, no debe ser pasivo, pues a través de las redes sociales puede acceder a información y puede expresar su propio criterio.

La reflexión es un elemento esencial de la democracia, si existe una deliberación libre, y un respeto al criterio personal, se la puede reforzar.

Adela Cortina (2007), explica la educación de una ciudadanía mediática como abogar por la elevación de los ciudadanos a la esfera pública de los medios de comunicación, extendiendo la participación ciudadana al día a día, más allá de las periódicas consultas electorales.

La autora exige a los medios que “tengan una nueva ética que les ayude a cumplir su meta que según ella es generar una opinión pública madura y responsable en esa esfera de la discusión abierta que debería ser la médula de las sociedades pluralistas”. (Cortina, 2007)

El resultado de la investigación será demostrar el rol decisivo de los medios en crear una conciencia política en los alumnos de la UEES, y contempla que ellos comprendan el rol constructor y transformador que los mismos tienen. De igual manera la investigación brindará a las Facultades de Comunicación y Derecho de la UEES un importante aporte y una evaluación de los efectos del consumo de los medios de comunicación y como este repercute en las ideas políticas de los jóvenes universitarios de la UEES. Este estudio apoyará, con pruebas actualizadas, a estudios y distintas teorías de ambas ramas de la ciencia.

Los medios de comunicación también son parte del mundo y de la cultura. Los medios informativos no son, en absoluto, ni la única ni la mayor causa de los problemas actuales del sistema político. La responsabilidad debe ser compartida por otras instituciones como la familia, las escuelas, los partidos políticos y los líderes políticos que ostentan la `custodia´ conjunta de la democracia, lo cual no quiere decir que el estudio sistemático de los efectos políticos mediáticos sea menos necesario. (Bouza, 1998)

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

Fundamentación teórica

Actualmente, los medios de comunicación constituyen una herramienta que nos permite mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. Estos influyen, de cierta manera, sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, y logran modificar cómo las personas conocen y comprenden la realidad que los rodea.

Los medios crean imaginarios en las personas, la forma en la que ven los sucesos y la explicación que reciben de los medios construye un relato específico. Estas ideas se mantienen con el tiempo, influyen en su pensamiento y terminan percibiéndose como reales.

Imagen 12



Propaganda gubernamental del presidente Correa en medios públicos. Fuente: EcuadorTV

Nadie está libre de la influencia de los medios de comunicación, ya que en la sociedad actual resulta primordial buscar y recibir información instantánea y abundante. Esto potencializa el riesgo de obtener noticias sesgadas que afecten a la ciudadanía de manera directa o indirecta.

El problema principal se encuentra en ese grupo de ciudadanos que no tienen una ideología firme, y que se deslizan por peligrosas sendas de ideas incluso contradictorias. Estas personas son niños y adolescentes, que no tienen aún formado su criterio. Estos son públicos vulnerables, grupos de personas relativamente fáciles de manipular, y de modificar su conducta y sus hábitos. Muchos de estos grupos están dentro de los llamados cinturones de pobreza de las ciudades segmentadas. Son cinturones de ignorancia política, pues carecen de recursos para comprender su entorno.

De esta manera se confunde fácilmente lo que es la identidad política con lo que es una ideología política. Anderson (1993) asocia este fenómeno con la idea de que la nacionalidad al igual que el nacionalismo, son artefactos culturales de una clase particular, imaginados por las personas que se consideran parte de un grupo.

Para Delgado (1999), en realidad es una identidad colectiva, pues se refleja en ámbitos urbanos en los que el hombre transita. Esta identidad es igual para todos, ya que participan de una memoria colectiva que los identifica. De esta manera, la contribución de cada uno es distinta como lo es su memoria individual. El espacio público se acopla así a este concepto de colectividad, del espacio que todos comparten, no solamente geográfico sino también imaginario.

Así mismo, esto se relaciona con un sentido de pertenencia a un colectivo, a una ciudadanía. Según Susana Wappenstein (2009), hoy en día no hay una sola definición de ciudadanía y se da porque está siendo readecuada y reapropiada por las prácticas de distintos actores sociales situados en diversos tiempos y contextos geográficos. La ciudadanía, es

la relación entre un individuo y el colectivo al que pertenece, así como sus derechos y obligaciones.

De igual manera, los medios definen el espacio público bajo normas distintas. Ellos regularizan el espacio de acuerdo al poder político regional o nacional. Así se modifica la relación del ser humano con su espacio, mientras avanza el proceso de urbanización de las grandes ciudades.

La identidad y el espacio público

Esta nueva conceptualización del espacio público, con la llegada de los medios masivos de comunicación pone en tela de juicio, a “lo público como cosa, lo público como espacio físico y se le sustituye por un espacio social de relaciones”. (LaValle, 1998).

Muchos desconocen que la opinión pública no solo significa que está relacionada a lo público, sino que también involucra a la cosa pública, de la cual la ciudadanía forma parte. Esto significa los intereses generales de la sociedad, el bien común y los problemas colectivos que se presentan a diario.

Por lo tanto, esta plataforma pasa a tener una gran importancia para el individuo. Los humanos son seres sociales, viven en distintos espacios colectivos y se relacionan entre sí. La televisión, la radio y el internet pueden reconstruir esta situación y plasmarla en un medio de gran alcance. Así, los medios pasan a ser una ventana del mundo personal al mundo sociabilizado.

Esta información ha entrado a simular lo social y la participación de los individuos. Al sentirse enterado de lo que pasa tienen la tramposa sensación de estar participando, de estar actuando en la sociedad, de ser protagonistas, cuando “sabemos” que los protagonistas son otros y bien pocos. (Martin-Barbero, 1987)

Según Juaristi (2002) la identidad de cada individuo viene dada por su pertenencia a una nación, siendo todas sus otras características meramente accesorias.

Cada ecuatoriano pertenece a una comunidad mayor que engloba a todo un país. Este sentimiento de pertenencia a una región geográfica específica es lo que determina una identidad común. Cada individuo reconoce su identidad en la conformación de su patria. Se puede vivir en distintas ciudades, pero todos se definen como ciudadanos de un mismo país.

Imagen 13



Muestras de rechazo a partido políticos y sus dirigentes, Quito, Abril 2005.
Fuente: EFE

La identidad no es algo simple y fácil de construir. Adoum (2000) asegura que la identidad no es un tatuaje que no nos podemos borrar, y que en realidad es un proceso continuo. Además agrega que la cultura y la historia no son los únicos ejes de la identidad, el nacionalismo y el amor interno aportan al “sello ecuatoriano”. (Adoum, 2000)

En los colegios se enseña que Ecuador es un nombre que científicos extranjeros usaron para describir nuestra situación geográfica.

La identidad de cada persona también es formada por otras características de menor impacto, como la cultura, el lenguaje y las tradiciones. La cultura engloba distintos aspectos del ser humano, y en lo que esta investigación se enfocará será el aspecto político de la identidad humana de un grupo de ciudadanos.

Thompson (1993) define la cultura como patrón de significados, por lo que la misma no puede considerarse como algo externo a la política, sino como una dimensión esencial a la vida política.

De acuerdo con Juaristi (2002), las definiciones identitarias construidas desde presupuestos no políticos carecen de consistencia lógica cuando tratamos de identidad y nacionalismo.

La identidad política, al igual que la nacional o local, es esencial en cada individuo. Lo político forma parte de la cultura, y la cultura forma parte del ser humano. Es imposible definir a una persona, o en su defecto a un grupo de personas, sin tomar en cuenta este aspecto. La construcción de la identidad no puede excluir lo político, pues se queda sin argumentos válidos y duraderos, según estos dos autores. Si bien es cierto que las narrativas de la política de identidades dependen de la memoria y la tradición, también es verdad que se "reinventan" aprovechando el fracaso o la corrosión de otras fuentes de legitimidad política. (Juaristi, 2002)

La historia republicana de los ecuatorianos está marcada por desilusiones políticas. Líderes y funcionarios, por años, han usado sus privilegiados puestos para conseguir mejorías personales. Las necesidades de la población no fueron consideradas ni atendidas y la ciudadanía recuerda especialmente los periodos de extrema corrupción

en el país. Este malestar, incluso se convirtió en un pensamiento colectivo de que todo lo político era malo.

Durante la conquista española nuestra América Prehispánica fue víctima de saqueos de recursos naturales y atropellos a la gente. El posterior proceso de colonialización se basó en un sistema administrativo de corrupción. Los poderosos españoles y sus descendientes en contubernio con las altas esferas de la iglesia católica controlaban la fiscalización, la justicia y los altos poderes. Con la independencia, en cambio, se inició una reivindicación del pueblo. Las próximas revoluciones tuvieron como bandera de lucha quitar de las manos extranjeras y poderosas el control del país para dárselo a los verdaderos dueños que eran los ciudadanos comunes. Pero esto tuvo como indudable consecuencia otra pugna de poderes. El país pasó a vivir otra época de inestabilidad, con una crisis de partidos políticos y una proliferación de ideologías, llevándolo a vivir gobiernos de todas las tendencias. El descontento popular originó en parte el nacimiento del fenómeno populista, con la presencia de grandes personajes, motivadores, carismáticos, movilizadores de masas que apelaban al pueblo como fuente de poder.

La identidad tiene una fuerte carga emotiva, y depende de la memoria individual y colectiva, del pasado común. Pero esta no depende solamente del pasado y de lo que se recuerda. Los más jóvenes no comparten ese pasado con las previas generaciones, pero lo adoptan, se identifican con el mismo, y lo hacen suyo.

Jelin (2002) enfatiza la importancia del rol que tiene la memoria en la constitución de las identidades colectivas. Los medios organizan el recuerdo del pasado para que continúe en la vida contemporánea, apelando al miedo al olvido, explicando que al recordar se puede prevenir los errores del pasado.

Imagen 14



Propaganda donde los individuos resaltan atributos y acciones del Presidente Rafael Correa. 2011. Fuente: EcuadorTV

La identidad se construye con base en lo cotidiano, con lo que ocurre todos los días, y lo que los humanos aceptamos como tal, por consiguiente se construye de lo que los medios muestran, ya que ellos son uno de los grandes responsables de formar el pensamiento de los individuos. Estos, pueden crear una imagen perversa y envenenada de la política, o pueden mostrar el lado más equilibrado y de análisis que se necesita para entender cómo se vive realmente en el país.

La política tiene una característica vinculatoria: a través del discurso, de la inducción de confianza, de la persuasión, de la “conversión” y de las decisiones de la autoridad; la acción política moviliza a la gente, constituye nuevas identidades y vincula con ellas a los individuos de manera fuerte o débil, duradera o pasajera. (Giménez, 2000). Este conflicto de identidad explica la variabilidad de las identidades políticas, sus frecuentes redefiniciones y sus metamorfosis. La conformación de la identidad política es maleable y cambia constantemente con el tiempo.

Así se explica cómo el discurso de poder, lo que se dice y se hace creer, es el factor más importante de la política. Este se identifica con la relaciones y con la conformación del poder. El discurso puede convencer a una sociedad de algo, o a su vez puede hacer que dejen de creer en

algo. El discurso mueve mentes y moviliza a la gente, construye una identidad, la va formando e inclusive la puede destruir. La sociedad adopta el discurso y lo hace propio, se legitima el enunciado.

Foucault (1970), describe el discurso no solo como el medio por el cual se transmiten ideas, sino que transmite la idea por sí misma. Su estructura responde a un programa establecido, que esconde sus verdaderas intenciones detrás de una aparente “inocencia”.

Los medios de comunicación también manejan sus discursos institucionales. Debray (2000) asegura que son parte de mediaciones materiales que permiten a un símbolo establecerse dentro de la sociedad, luego transmitirse, circular y perdurar a lo largo de la historia de la sociedad humana, promovidos fundamentalmente por quienes han detentado los poderes fácticos.

El primer error en el que cae la sociedad en este tema consiste en creer que se pueden comprender los procesos de comunicación estudiando sólo los medios. Lo que los medios hacen y lo que producen en la gente no puede ser entendido más que por referencia a las transformaciones en los modos urbanos de comunicar. (Martín-Barbero, 1987).

Los medios de comunicación han irrumpido con gran relevancia en la constitución de la arena política y en la definición de las cuestiones socialmente problematizadas, hecho que ha impactado en la formación de las identidades políticas que tradicionalmente se construían a partir del encuentro en el espacio público. (Ozlack, 1980). La identidad política y su conformación son influenciados por los medios de comunicación. Lo que antes era formado por relaciones sociales y lo que la ciudadanía conversaba, ahora pasa a ser creado principalmente por los medios.

En unos casos esta capacidad de los medios de influir sobre el individuo y, por ende, sobre la colectividad puede resultar beneficiosa.

Sin embargo, en otras ocasiones, puede tener un efecto realmente perjudicial. (Tejedor, 2000).

Es la política, a fin de cuentas, la que dictará las normas de la sociedad y cómo esta se maneja. Serán el obrar de los grupos políticos y las luchas de poder lo que conformarán los rasgos de identidad de la población. Los cambios en el espacio público, y en las relaciones entre lo público y lo privado, producen una nueva ciudad hecha cada día más de flujos, de circulación e informaciones, pero cada vez menos de encuentro y comunicación. (Martín-Barbero, 1987)

Silva (2006) argumenta que la ciudad se mueve y se transforma, y se configura más por sus habitantes que solo por los espacios físicos. Estos actores del espacio público como son los medios, son también empresas en sí mismas. Sus dueños e inversionistas dependen de la circulación y aceptación de estos. Cada uno tiene un interés político o económico que rige sus decisiones. Al verse en una situación de tener un medio de gran influencia, están expuestos a la posibilidad de usarlos a su conveniencia.

Según Jesús Conill (2004), si no se logra trazar nuevos caminos para la autonomía en el actual espacio audiovisual, la democracia puede llegar a convertirse en una farsa y nuestra experiencia mediática en una nueva forma de esclavitud mental.

Los medios de comunicación y los temas de discusión

Un ejemplo de la relación entre los intereses políticos y los medios, es el blog Comulíticas, que significa Comunicación más Política. Este representa la simbiosis que se ha probado que existe entre la imagen creada por los medios y la aceptación o rechazo a la política y sus derivados. (Muñoz y Arroyo, 2009). Ambos autores y creadores del blog señalan que el aporte de los ciudadanos ha llevado a la creación de este

espacio, para poder reflexionar sobre el tema. Sus autores ejemplifican los principales estudios en la materia, en distintos países de América Latina, e invitan a sus lectores a analizarlos. El aporte de las personas ha hecho crecer el contenido generado por los usuarios, una herramienta mediante la cual es la población la que debate el poder detrás de los medios.

La televisión, y la gente detrás de esta pueden mentir, como en cualquier otro medio puede suceder, pero lo que a veces es difícil establecer es si un engaño es formulado por desinformación de los comunicadores o del medio, o si éste es una manipulación deliberada para mantener el poder.

Para Ozlack (1980), la creciente influencia de los medios de comunicación en la instalación y el tratamiento de las cuestiones de interés público ha ido modificando la constitución de estas identidades, ya que ha desplazado el juego político al espacio del interés privado, otorgándole nuevas lógicas que quebrantan las propias dimensiones de análisis de la construcción de toda identidad política.

En los noticieros nacionales, en programas de entrevistas y en reuniones sociales fácilmente surgen temas de discusión relacionados a la comunicación como la libertad de expresión o el poder de los medios de comunicación. Jóvenes y adultos, analizan estos temas, debaten y opinan acerca de la confrontación los medios de comunicación y el poder.

En los medios de comunicación se abarcan distintos temas políticos actuales y se va formando y cambiando lo que las personas consideran su identidad. Los temas que anteriormente no eran de conocimiento ni de análisis por la ciudadanía se vuelven, a través de estos, de interés social. Esto crea nuevas discusiones sobre el rol de los medios de comunicación en la conformación de la identidad política.

La aparición de los medios de comunicación masivos a principios del siglo XX, y su correspondiente inmersión en el campo de lo político, revolucionó las maneras tradicionales de representación y mediación. Por otra parte, el declive de los grandes partidos de masas dio paso también, a la emergencia de nuevos entes que focalizan su representación en demandas cada vez más particulares y sectoriales. (Ardite, 2000).

Un partido político importante fue el CFP (Concentración de Fuerzas Populares) y uno de sus más conocidos líderes, Asad Bucaram, es reconocido como un representante importante del populismo ecuatoriano en pleno apogeo en los años 50. Luego de su muerte, a principios de los años 80 nace el Partido Roldosista y la Izquierda Democrática, que agrupaban a dos corrientes importantes que sumaban adeptos en el país y siguieron siendo fuertes hasta principios del siglo XXI. La referencia al CFP es quizás la más cercana que han tenido los jóvenes entre 18-28 años, especialmente desde sus familiares mayores.

Carlos Guevara Moreno, cofundador del CFP, aunque poco conocido por los jóvenes, fue también un pilar fundamental en el movimiento político y social de masas, que cambió la historia del Ecuador. A la par, uno de los políticos más famosos, José María Velasco Ibarra, dominador de la escena política y Jefe Supremo de la República por cinco ocasiones, tuvo grandes momentos de fama y aceptación, así como de rechazo desde 1934 a 1972.

Las grandes masas pasaron a dividirse luego de la caída de estos grandes representantes políticos. En alguna medida, esto genera la fragmentación y diversificación social que obstaculiza una representación ideológicamente sustentada.

La Aldea Global de McLuhan (1993) ejemplifica esta fragmentación y la “aldeanización” de la sociedad, y como los humanos se agrupan en especies de tribus cada vez más locales.

Información en la era de la postmodernidad

Baudrillard (1993) supone que de la modernidad, técnica, incidental, mediática, la aceleración de todos los intercambios económicos, políticos, sexuales, han conducido una velocidad de liberación tal que nos hemos salido de la esfera referencial de lo real y de la historia, hasta inclusive llegar a un punto de no retorno.

Cada día la sociedad está más informada, pero cada día los jóvenes saben menos qué significa esa información. Estos individuos reciben una cantidad abrumadora de información, pero no necesariamente conocen la realidad del resto del mundo.

Imagen 15



Posesión de Alfredo Palacio como presidente luego de salida de Gutiérrez. Abril, 2005. Fuente:Ecuavisa

Esta materia inerte de lo social no resulta de una falta de intercambio de información, de comunicación, sino que resulta por el contrario de la proliferación y de la saturación de los intercambios. Nace de la hiperdensidad de las ciudades, de las mercancías, de los mensajes, de los circuitos. (Baudrillard, 1993)

Jean-Francois Lyotard, padre de la postmodernidad, criticó a la sociedad actual, catalogada de postmoderna. Aseguraba que ellos se acomodan a todas las tendencias, siempre relacionado al realismo del dinero. De igual manera perdieron la creencia en los metarrelatos o grandes relatos de la historia, como los metadiscursos cristianos, ilustrados, marxistas y capitalistas, por necesidad de buscar efectos prácticos. (Lyotard, 1987) De esta manera los jóvenes pierden la concepción de su ideología, y se dejan llevar por lo que los medios muestran.

La identidad no es estática, por lo tanto el campo político también cambia con el tiempo, y se va transformando en nuevas ideas y conceptos. Con el declive de los grandes partidos de masas en el Ecuador, las personas recurren a otros entes que abarquen temas adaptados a las realidades cambiantes de su sociedad.

Así, los medios masivos de comunicación comienzan a adquirir relevancia destacando el protagonismo de la opinión pública en la configuración del espectro político. Según Ardite (2000), este actor, que en un principio fue concebido como manipulador de conciencias, irrumpió y comenzó a establecer sus propias lógicas en la construcción de la realidad política.

El avance tecnológico e ideológico de la sociedad ayudó en mucho a construir la reputación de los medios. El desarrollo de las comunidades abrió una puerta para enmarcar a la televisión, prensa y radio como entidades capaces de construir una idea privada y transmitirla en la mente del público.

En primer lugar, el carácter público y a la vez privado de los medios masivos de comunicación, condiciona de una manera interesada la difusión de lo público. Esto advierte sobre el poder de los medios y la capacidad de influencia que los mismos poseen. (LaValle, 1998)

Esto significa que la ambivalencia existente en las empresas de comunicación, condiciona su efectiva transmisión de mensajes. Los medios tienen la autoridad y la responsabilidad social de difundir contenidos de interés público, pero tienen un fuerte poder político que guía su modo de actuar.

Por eso es importante, según Cortina (2007), que el usuario sepa con qué sesgo va a encontrarse, que recurra a varias fuentes, y sepa interpretar los calificativos que acompañan a las informaciones, el uso de imágenes, etc. Los ciudadanos saben de su mundo a través de lo que los medios les ofrecen, tanto en el nivel global como en el local, por lo que se vive una *"construcción mediática de la realidad"*.

Según LaValle (1998), es justamente en este espacio en el que se destacan las personalidades que tienen la "autorización para hablar", relacionando espacio público con lo que llamamos espacio virtual.

La política de los medios

La imagen de un medio es muy importante para su estatus social. La imagen de autoridad y de mostrarse como dueños de la información, brinda poder.

Los periodistas, reporteros y presentadores de noticias son parte de esta imagen que se quiere mostrar. En este marco es comprensible que ellos se conviertan en formadores de opinión pública. Estos serán la "portada" del medio, a través de quienes se expresará. La sociedad los considera más serios y creíbles que el resto de información que divaga en nuestro espacio virtual.

Mediante el análisis de los noticieros de los principales canales de televisión de Ecuador, se puede entender que algunos medios televisivos brindan un peso desproporcionado a quienes no son fuentes autorizadas

o no conocen bien de temas específicos de discusión. Asimismo, reducen la política a episodios emocionales y conflictos infantiles.

Según LaValle (1998), estos hechos introducen nuevas lógicas en la escena política que trastocan las formas de constitución identitaria a nivel político, resultando en identidades cada vez más frágiles y volátiles cuyo carácter no determina, pero sí alimenta la crisis de legitimidad de la política.

Imagen 16



Entrevista al ex presidente Gutiérrez sobre temas de coyuntura política. (Octubre, 2011) Fuente: Teleamazonas

La identidad política puede ser un tema frágil. Los seres humanos pueden llegar a retener y desechar cientos de identidades en su vida, al ser parte de distintas organizaciones, territorios geográficos o grupos sociales. El poder de los medios afecta también su conformación y desarrollo, muchas veces creando una apatía o un desconcierto relacionado a la identidad política.

Actualmente los acontecimientos políticos nacionales ya no tienen la fuerza autónoma de mover a la población. Se desarrollan como una película muda de la que colectivamente somos irresponsables. De igual

manera la promiscuidad universal de la imagen acentúa el exilio y encierra a la sociedad en la indiferencia. (Baudrillard, 1993)

Esto marca al adulto mediante una pobreza cultural, y crea lo que Sartori (1997) explica como una “Cultura de la incultura”, con individuos atrofiados culturalmente por la televisión, la cual inhibe su capacidad de abstracción, creando una cultura de la desinformación.

Recepción de la información

Imagen 17



Propaganda gubernamental que utiliza el ritmo de una canción del grupo musical The Beatles. Fuente: Ecuavisa

Así, los sucesos que transcurren en la pantalla, la televisión no explica ni ayuda a comprenderlos. Muestra de treinta segundos a un minuto por cada noticia, sin espacio para análisis del espectador, y sin tiempo para incluir datos de contexto, históricos y relevantes. Los desastres naturales, la inseguridad ciudadana, los asesinatos, robos, asaltos, narcotráfico, lavado de dinero, trata de blancas y demás inundan las pantallas y los primeros minutos de los noticieros.

Al normalizar las conductas tanto como los edificios, la ciudad erosiona las identidades colectivas, las obtura, y esa erosión nos roba el piso cultural, nos arroja al vacío, nos llena de miedo. Los medios viven de los miedos. (Martín Barbero, 1987)

Las mentes débiles de la ciudadanía proliferan porque los medios se encuentran con un público que nunca ha sido enseñado a pensar. Siempre se les mostraron imágenes impactantes, pero nunca fueron adiestrados en comprender situaciones específicas, o de indagar en la forma en la que los medios presentan estas noticias.

Esta característica es de fundamental importancia a la hora de analizar la transformación en las formas de constitución de identidades políticas porque es la que permite interpretar la mediación de los medios de comunicación como una privatización de la arena política. Desde esa perspectiva, los medios actuarían a favor de la proliferación de alternativas dándole al público la oportunidad de conocerlas y elegir libremente en torno a las mismas, tal como plantean las corrientes que valoran positivamente la mediación de los medios de comunicación. Es necesario resaltar el poder que a los mismos les confiere este hecho, sobre todo cuando aparecen cada vez más como la ventana al mundo a través de la cual configuramos nuestra realidad. (LaValle, 1998)

A través de estos hechos es posible entender el rol de los medios en el escenario político. El poder mediático es palpable, principalmente por la importancia que se le da a los mismos por parte de todos los sectores de la sociedad. Cada vez más la sociedad entiende que su realidad es lo que ellos perciben a través de los medios.

Cabe destacar el doble papel que juegan los medios en relación al espacio público, que se define por el hecho de que tratan temas de interés público impactando en la configuración de la opinión pública, pero sostienen a su vez una lógica que involucra al ámbito privado. (Ardite, 2000)

Imagen 18



Caravana del regreso de Bucaram, en Guayaquil. (2005) Fuente: EFE

Estas empresas de comunicación, como las rigen las leyes nacionales, deben ser un instrumento para la ciudadanía que les permita conocer, analizar y comprender los temas de interés público más cercanos a ellos. Pero, como las rigen a su vez las leyes del mercado, su aspecto privado no puede estar desatado. Su aspecto comercial y económico también es fundamental para su supervivencia.

Roles de los medios de comunicación social

Si bien existen diversas y encontradas opiniones sobre el papel de los medios masivos de comunicación, su impacto e influencia sobre el campo político es innegable. Los medios habrían colaborado con la “multiplicación de visiones del mundo” permitiendo la tolerancia entre identidades diversas así como la flexibilización de las mismas (Ardite, 2000). Como ya se indicó al plantearse un problema, las grandes herramientas tecnológicas no pueden ser desechadas por completo o implementadas ciegamente; ciertamente existen grandes beneficios de la conectividad, y difusión inmediata que tiene la televisión, pero otros

autores aseguran que este medio es el culpable de que se quite el enfoque a los temas de mayor relevancia para una población.

Sobre los medios Bourdieu (1997) dijo:

Los periodistas que invocan las expectativas del público para justificar esta política de simplificación contraria al propósito democrático de informar no hacen más que proyectar sobre él sus propias inclinaciones; particularmente cuando el temor de aburrir les induce a otorgar prioridad al combate sobre el debate, a la polémica sobre la dialéctica, y a recurrir a cualquier medio para privilegiar el enfrentamiento entre las personas (los políticos, en particular).

Imagen 19



Protesta de “forajidos” en Quito. (Abril, 2005) Fuente: EFE

Al considerar el formato de noticieros que mantiene la televisión, se considera que es el medio que tiene menos posibilidades de presentar información completa, por su corto tiempo al aire. Para la televisión una noticia es lo que puede ser grabado, un hecho es lo que la cámara pueda mostrar y mostrarlo bien.

Por esta característica es fácil caer en la necesidad de crear un pseudo acontecimiento y de los individuos de mostrarse a la gente. Por esto se crean cada vez más ciudadanos que saben menos de asuntos públicos, que son los que tienen mayor incidencia en sus vidas. Si el mundo desaparece de la pantalla es obvio que el mundo dejará de interesar. (Satori, 1997)

Bourdieu (1997) continúa al asegurar que:

“Dado que lo esencial de su competencia consiste en un conocimiento del mundo político basado más en la intimidad de los contactos y las confianzas que en la objetividad de la observación o la investigación, son propensos, a circunscribirlo todo a un terreno en el que están más interesados por el juego y los jugadores que por lo que está en juego, más por las cuestiones de mera táctica política que por la sustancia de los debates, más por el efecto político de los discursos en la lógica del campo político que por su contenido (a veces incluso llegan a inventarse y a imponer a la discusión meras cortinas de humo..)

El Ecuador cuenta con medios públicos, privados y comunitarios (de los últimos solamente 14 legalmente constituidos), que mantienen una línea editorial como otros medios impresos o radiales. Para estos medios, su segmento del noticiero funciona como la columna editorial en los periódicos. La programación de la realidad social, económica y política de cada medio será distinta y dependerá de su línea editorial.

El poder de esta herramienta comunicacional es ampliamente conocido y de gran aceptación y uso por la población universitaria. La televisión revolucionó la manera de recibir noticias por parte de los

jóvenes, y esta generación fue considerada una que no disfruta leer ni está interesada en las noticias.

Antes de 1999 los medios de comunicación en el Ecuador eran la tercera institución con mayor credibilidad, según encuestas de Jordán y Panchana. Las mismas los situaban, luego de la crisis, en el octavo lugar, y se han mantenido así hasta hoy. (Jordán, 2010)

Los casos de corrupción y la inestabilidad política que vivió el país, no solo trajeron una alta desconfianza en instituciones democráticas, sino también influyeron en la perspectiva que la ciudadanía tenía de los medios de comunicación en el Ecuador.

Luego de la crisis bancaria que vivió el Ecuador en 1999, donde 17 de los 34 bancos privados quebraron, y casi 2 millones de clientes perdieron sus depósitos, el país se dolarizó bajo la presidencia de Jamil Mahuad. Algunos de los banqueros que quebraron en ese momento, eran además dueños de medios de comunicación, y utilizaron los mismos para asegurarse al país que las entidades financieras eran estables.

Medios de comunicación en el Ecuador

En 1792 nace el primer medio de comunicación del país, el periódico “Primicias de la cultura de Quito”. Desde ese momento, las entidades privadas serán las creadoras de los primeros medios, con la ausencia de medios públicos y comunitarios. El Estado mantenía una Radio Nacional, una Radio de la Casa de la Cultura, y una de la Policía Nacional. (Villaruel, 2007)

Luego se creó la división entre medios privados y medios de servicio público, tal como consta en la Ley de Radiodifusión y Televisión creada en 1975.

Según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador, a fines del 2008 el país contaba con 652 frecuencias en concesión a canales de VHF, UHF, cable y televisión codificada terrestre. (SUPERTEL, 2008)

En 1999 el Estado tomó la administración de varios medios pertenecientes a banqueros, como parte de pago a sus clientes; muchos han sido vendidos y otros están en proceso de venta a entidades independientes y privadas.

En el 2007 se crean y fortalecen los medios públicos, tanto en radio, televisión y prensa escrita. Radio Nacional pasó a ser Radio Pública de Ecuador, se creó el primer canal de televisión pública Ecuador TV y se invirtió en el desarrollo del Diario El Telégrafo. Luego, en el 2008, el Estado pasó a confiscar medios que pertenecieron al grupo Isaías, como Gama TV y TC con 40% de audiencia nacional en conjunto. El Gobierno designó coordinadores editoriales para cada uno. El mandatario aseguró que estas empresas están momentáneamente en control del Estado y pasarán a cubrir las deudas que tenían las instituciones financieras con sus depositantes. (Jordán, 2010)

En los últimos cinco años la creación y desarrollo de los medios públicos en el Ecuador, especialmente la televisión, ha creado un gran debate con diversas aristas. Por un lado la discusión se torna en la necesidad del país de tener un canal público que equilibre la presentación de información que es dominada por los medios privados y sus intereses. Es un hecho muy significativo que el Ecuador tenga medios de comunicación públicos, ya que han puesto en debate la percepción de los ciudadanos sobre el rol de medios de comunicación.

Imagen 20



Propaganda del presidente Correa con slogan de campaña electoral. (2009)
Fuente: Ecuador TV

Por otro lado, los opositores al rol de los medios públicos señalan su tratamiento de los hechos de manera parcializada. La principal crítica radica en el gran impacto político que tienen sus contenidos, que muchas veces se confunde con la propaganda política del actual régimen, especialmente porque el gobierno actual fue el mentalizador de dicho canal, por lo que su equilibrio es constantemente cuestionado. (Abab, 2010)

Esta crítica además se fundamenta en que la Secretaría Nacional de Comunicación tiene sus oficinas en el mismo sitio que el Edificio de los Medios Públicos, dando cabida a conjeturar sobre el control de la información.

Ignacio Ramonet infiere que “la primera etapa de los medios públicos está ligada indefectiblemente a la coyuntura política que los crea e impulsa”

Así un canal que debería enfocarse en la comunicación pública se coloca en la delgada línea entre ser independiente y un instrumento del gobierno. Algunos periodistas de los medios privados inclusive denuncian que los medios de comunicación de carácter públicos (estatales) emiten

propaganda y que puede catalogarse como actuación bajo los mismos intereses que tienen los medios privados: convencer sobre una postura política.

El debate sobre la aprobación de una Ley de Comunicación ha tenido mayor urgencia en las pantallas de los medios públicos, ya que responde a intereses del grupo político en poder, que propuso la aprobación de la misma en una consulta popular en el 2011.

Imagen 21



Propaganda de apoyo a Correa, donde el protagonista del spot convence a su compañero para que apoye el “cambio de época” que vive el país. (2011)
Fuente: Ecuador TV

Los medios privados, periodistas y actores políticos mantienen una fuerte campaña en contra de esta ley para evitar lo que ellos llaman un total control del gobierno en las comunicaciones públicas y paulatinamente en las privadas. (Abab, 2010)

En especial, este gobierno, ve la necesidad de contar con medios de comunicación aliados para introducir leyes en contra de los medios privados y sus dueños. Pero el problema es saber diferenciar entre medios públicos y medios gubernamentales, y así encontrar un equilibrio y por supuesto mantenerlo.

Lo óptimo debe ser contar con medios económicamente independientes, que dejen de ser solamente voceros de un gobierno. Es importante informar sobre las actividades que hace la función pública, pues están en control de dineros públicos y por lo tanto de interés público, pero deben separarse del poder político, aunque suene a utopía considerar que todos los medios (públicos y privados) puedan ser totalmente imparciales.

Esto ha creado un constante conflicto entre el Gobierno y las empresas privadas que administran medios de comunicación. El presidente Correa constantemente critica muy fuertemente a los medios privados de no ser equitativos y responsables en su difusión de información. Por su lado, los medios privados, denuncian el intento del mandatario por controlar todos los medios en el país.

En el artículo 312 de la Constitución del 2008, detalla que las entidades o grupos financieros no podrán tener otro negocio diferente al que desempeñan en la actualidad, básicamente prohibiendo a banqueros ser dueños de medios de comunicación, o tener alguna participación menor. Lo mismo aplica a accionistas y representantes legales de banqueros.

Esta disposición es otra de las críticas de un grupo de poder económico y mediático, como es Teleamazonas, uno de los canales más vistos a nivel nacional, con sede en Quito. Este cuenta con participación del Banco Pichincha presidida por Fidel Egas, que recibió el canal como pago de una deuda del hijo del fundador Antonio Granda Centeno, en el 2010. Teleamazonas ha declarado abierta y constantemente estar en contra del Gobierno de Rafael Correa, así como Ecuavisa, canal abierto de mayor audiencia, operado por el grupo Alvarado Roca en Guayaquil.

En el Ecuador los mayores grupos de comunicación en orden de participación son: Isaias, El Universo, El Comercio, Fidel Egas, Alvarado

Roca, Granasa, RTS, Relad-Canal 1-Sonorama y Telerama-Eljuri. Este estudio solo se enfocará en sus pertenencias relacionadas a canales de televisión a nivel nacional. (Villaruel, 2007)

Desde los años 50, los principales canales de televisión han estado en Guayaquil y Quito, la mayoría enfocados en entretenimiento, noticias y deportes. Hasta el 2008 todas eran privada, donde las novelas, shows y programación deportiva ocupan el 80% de su programación de 7h00 a 23h00 de lunes a viernes. (Jordán, 2010)

Más del 80% de hogares tiene televisión, y cada uno tiene más de un televisor. En cada hogar el televisor permanece prendido en un promedio de ocho horas por día, y cada persona consume en promedio tres horas de televisión diarias. (INEC, 2006)

Ecuador es uno de los seis países con más bajos niveles de lectura entre los estudiantes de América Latina, y con menor lectura de libros. (UNESCO, 2008)

La selección de este grupo socio-económico ironiza en la idea de que las clases sociales altas y medias son las que mantienen un nivel de educación e instrucción mayor al resto de la población, pero aún así no asegura que esto genere un incremento en la cantidad de ciudadanos informados sobre las cuestiones públicas.

El acceso a los medios de comunicación local e internacional a través de una mejor tecnología no asegura que el individuo comprenda la avalancha de información que recibe de ellos.

Los medios de comunicación lograron llegar a este grupo objetivo a través de un mecanismo más eficaz y acorde a sus estilos de vida. Estas formas de comunicación tienen en algunas ocasiones el mismo impacto que las relaciones humanas del individuo. La televisión es una

herramienta cada vez más potente, que nos permite estar informados de las noticias que ocurren en el lugar más recóndito del mundo.

Aunque existan las redes sociales con el amplio uso que los universitarios de la UEES les dan, la televisión fue el medio de comunicación que transformó de manera vertiginosa la forma en la que ellos “consumen” las noticias.

Hoy en día los medios de comunicación masiva están en todas partes, es prácticamente imposible concebir la existencia sin ellos. Los medios de comunicación son ya una parte inseparable de la vida humana, en cualquier continente, país o ciudad.

Según Martín Barbero (1987) es la ausencia de espacios –calles y plazas– para la comunicación, lo que hace de la televisión algo más que un instrumento de ocio: un lugar de encuentro; de encuentros vicarios con el mundo, con la gente y hasta con la ciudad en que vivimos.

Es interesante también analizar, como en un país con tantas carencias tecnológicas y de desarrollo económico, existan medios de comunicación con un gran desarrollo en ambos aspectos.

Hoy mantenemos una democracia bajo un gobierno con una ideología que se denomina de corte socialista que, desde el 2007 mantiene una cultura de declaración y pago de impuesto, especialmente aplicada a los que ganan más. Además en el 2011 mediante Consulta Popular del 7 de mayo, el país votó a favor de la aprobación de una Ley de Comunicación que regule a todos los medios de difusión de información en el Ecuador.

Ambas situaciones molestan a los más ricos del Ecuador que son los que pueden costear un medio de comunicación, y en realidad son dueños de muchas frecuencias radiales, canales de televisión y periódicos.

Los medios se han vuelto tan importantes que el político al que no se le cite o no se le haga una entrevista en radio o televisión en una semana, empieza a pensar que está muriendo políticamente. Esos miedos son los que generan una angustia que acarrea la erosión de la sociedad. (Martín-Barbero, 1987)

Sartori (1997) advierte sobre este hecho de que la información y educación política estén en manos de la televisión representa serios problemas para la democracia, y para el desarrollo de la relación armónica entre el Estado y la comunidad. Los medios pasan a formar un actor político con amplio poder.

Por consiguiente, en este dato se encuentra la necesidad de estudiar como los medios de comunicación ejercen un poder de convencimiento al momento en que la sociedad forma su pensamiento en relación a la conformación de la identidad política. Los medios tienen un rol protagónico y de gran influencia en la realidad social, cultural, económica, y por supuesto política de los individuos.

Fundamentación legal

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008) se garantiza el deber y derecho de los jóvenes a recibir información veraz de importancia nacional y a participar en la vida política.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas.

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

Sistema de hipótesis y variables

La hipótesis descriptiva que forma parte del estudio son los medios de comunicación y su influencia en la realidad política de los jóvenes universitarios de la UEES. De esta, la variable dependiente son los medios de comunicación ya descritos en este trabajo, y la variable independiente pasa a ser la realidad política percibida por los jóvenes universitarios de la UEES. De ambas, la variable interviniente es el contexto social, cultural y político del país.

Definiciones conceptuales

Para que este trabajo esté actualizado y contextualizado, se han escogido definiciones descritas por autores contemporáneos, que permitirá contextualizar su uso.

Comunicación es el proceso mediante el cual un organismo establece una relación con su entorno. La comunicación no sólo es requisito indispensable de toda relación sino en la adquisición de conocimientos, el aprendizaje y la cultura. La comunicación se considera como un proceso personal que implica la transferencia de información. (Moreno, 2012)

Asimismo, la comunicación es un constante movimiento de mensajes, donde los comunicadores y los destinatarios envían y reciben mensajes. Esta retroalimentación, del ir y venir de los mensajes se realiza en relación de una codificación, o lenguaje establecido, en este caso, el lenguaje televisivo de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación social son canales de difusión de mensajes, medios de expresión que se dirigen a un destinatario, definido por ciertas características socio-económicas y culturales. Son aparatos de amplificación social, y en ello está su enorme importancia política. (EUMED)

El periodismo, según la Real Academia Española (RAE) es Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.

Estos actores son instrumentos del pensamiento público, y direccionan la realidad de los individuos. Su contexto y pensamiento comunicacional son decisivos al momento de transmitir realidades.

Según Moreno (2012), la realidad política, es aquella parte de la realidad social conformada por los hechos y fenómenos políticos, hechos que presuponen una relación de mando y obediencia, o que tienen incidencia política. El análisis de la realidad política incluye valores y, sobre todo al hombre como persona política, o sea con sus valoraciones o preferencias, su historia, sus instituciones, y sus formas relacionables. La realidad política se desenvuelve en el plano interno, conformado por el Estado pero sin confundirse con éste, y en el plano exterior con el sistema político internacional.

La realidad política no es ajena a ninguna persona. Sin importar su locación geográfica o estilo de vida, cada individuo mantiene una realidad política, contextualizada con la realidad nacional de su país. El Ecuador vive una realidad política única, distinta a la de los otros países, diferente a la que vivió en el pasado y la que vivirá en el futuro. La conformación de los poderes del Estado, las instituciones públicas y privadas, y los ciudadanos son parte de esta realidad, que va formando una identidad.

La identidad política según EUMED, la Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas, es el reconocimiento y la conciencia de nuestra propia memoria, que no se confunde ni cambia con facilidad. Esta conciencia debe ir normalmente acompañada por preferencias políticas y toma de decisiones con relación a problemas políticos. Esto crea una definición de una meta o misión, es parte de un proceso para identificarse. El concepto y la conformación de la identidad política es subjetiva pero a la vez identificadora en el ser humano.

Este aspecto de la cultura es primordial para que el individuo entienda quién es, de dónde viene y a dónde quiere dirigirse. La identidad política es la manera en que cada persona ve su realidad en relación a la conformación del Estado. Como cada uno ve su ideología y sus pensamientos en relación a decisiones políticas y al contexto nacional.

Ciudadanía, según la RAE, es la relación entre un individuo y su colectividad, sus cualidades, así como el conjunto de personas que viven en un pueblo o nación. Así mismo, la democracia, es un sistema de gobernanza de una nación los ciudadanos eligen libremente a sus dirigentes.

Contexto, es el conjunto de elementos que rodean a un término determinado, y se encuentran en mutua relación sintáctica y semántica con él y entre ellos dentro de un discurso. El contexto suele contribuir a dar o precisar el significado de un término o indicar su nivel de uso. (Moreno, 2012) Sin contexto es imposible entender la relación entre dos objetos estudiados, y como se influyen mutuamente.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

Marco metodológico

El modelo metodológico utilizado para la realización de este trabajo de investigación es esencialmente:

- Una recopilación de datos de diversos autores sobre el tema en cuestión
- Un análisis descriptivo de la información presentada a través de medios de comunicación
- Una investigación para conocer a fondo el pensamiento de los jóvenes de la UEES en relación a distintos conceptos, y su comparación con otros estudiantes.
- Una comparación con la opinión de alumnos de 3 instituciones de educación superior de tamaño significativo en la ciudad de Guayaquil.

Novedad de la investigación

La novedad de esta investigación radica en que aborda un tema que no se discute abiertamente entre los jóvenes de la UEES, ya que hablan muy poco de temas políticos. Este tema tiene una gran importancia en el contexto nacional, ya que este grupo humano tan importante difícilmente se acerca a la política, por lo que una apertura a la discusión equilibrada y sería ayudará a la creación de un alumnado con madurez política. De

igual manera este texto será una guía para estos estudiantes interesados en construir responsablemente su identidad.

Elección del diseño de investigación

Esta investigación utiliza un enfoque cualitativo, para identificar la naturaleza de la realidad de los jóvenes de la UEES, y para conocer como se estructura su pensamiento. Utiliza preguntas de investigación para dar respuesta a las interrogantes del investigador. Por esto se convierte en un diseño de estudio de campo en el aspecto interpretativo, reforzándose en la documentación obtenida.

Tipo de investigación

Esta investigación es descriptiva, ya que ubica y analiza las variables estudiadas para conocer a través de su descripción las distintas actitudes de los individuos implicados en el trabajo. Realiza un análisis de los rasgos, cualidades y criterios de un grupo determinado que es el objeto de estudio.

Mediante el desarrollo del tema, la investigación se complementa tomando un tipo de estudio correlacional, donde se analizan las variables dependientes e independientes y se analiza la relación entre ellas. Además realiza una interpretación y predicción del comportamiento de las variables. De igual manera es un diálogo entre varios autores, cuyas ideas y teorías fueron recopiladas y contrastadas.

Por último, la investigación se convierte en tipo documental, debido al trabajo por obtener material audiovisual que ejemplifique las etapas políticas e históricas del Ecuador, que a su vez servirán de referencia bibliográfica.

Alcance de la investigación

El universo de estudio para este trabajo es un grupo de 356 estudiantes de la UEES de otras universidades que actualmente están tomando clases, talleres, realizando pasantías comunitarias o laborales, o que están preparándose para su graduación. Además el análisis de este grupo es de carácter comunicacional y sociológico.

Selección y determinación de la muestra

- *Perfil del encuestado:* Alumnos universitarios, hombres y mujeres, de 18 a 25 años, de nivel socioeconómico medio, media-alto y alto, que estudian en la UEES.
- *Universo de encuestados:* 356 alumnos en la UEES.
- *Ubicación:* Universidad Espíritu Santo, localizada en el cantón Samborondón, de la Provincia del Guayas, en la Región Costa.
- *Muestra:* Estudiantes de las facultades de Comunicación, Derecho, Economía y relacionadas, ya que conocen términos políticos, comunicacionales, así como el impacto de los medios de comunicación.
- *Metodología seguida para la selección de la muestra:* Es una muestra no probabilística por no ser seleccionada al azar, y aleatoria simple.

$$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población total o Universo, 5000 estudiantes

Z= Porcentaje de fiabilidad, 95% que es un valor de 1.96

p= Probabilidad de Ocurrencia que es 50

q= Probabilidad de no Ocurrencia que es 50

e= Error de muestreo, una margen de 5%

$$n = \frac{(3.8416)^2 (5000) (50)(50)}{25 (5000 - 1) + 3.8416 (50)(50)}$$

$$n = \frac{48,020,000}{134,579}$$

$$n = 356$$

Conceptualización y operacionalización de variables y sus índices

Variable Independiente:

Pensamiento individual de los estudiantes en relación a su identidad política y la construcción de la misma.

Variable dependiente:

Información presentada por medios de comunicación relacionada a los conceptos políticos e históricos en el Ecuador.

Determinación de los métodos e instrumentos para recolección de la información

La información recopilada para la realización de esta investigación fue obtenida a través de varias herramientas:

- Encuestas al grupo objetivo: Se realizaron dos encuestas, una cuantitativa y una cualitativa, a principios y a finales del año. Una de las encuestas se enfocó mayormente en el uso de medios de comunicación por parte de los jóvenes, y la segunda se enmarcó en la definición de temas relacionados a la identidad y a la política.
- Entrevistas a miembros de grupo objetivo: Se seleccionó a diversos individuos que demostraban mucho o poco conocimiento de conceptos políticos al momento de ser encuestados, para realizar una entrevista más detallada.
- Diálogos con miembros del grupo objetivo: El investigador, como parte del alumnado, tiene relaciones sociales con una parte del grupo objetivo. Se logró entablar conversaciones, mediante la propuesta del investigador, que dieron inicios a cortos debates sobre temas de política, identidad, y medios. Además se analizó los principales temas de conversación que iniciaban.
- Observación directa al grupo objetivo: Se realizaron análisis, en lugares de socialización dentro de la universidad, del comportamiento de los alumnos al momento de proponer temas de discusión relacionados a la identidad, política, ciudadanía, medios, etc.
- Entrevistas a un experto en temas de comunicación y política, un reportero de un medio de comunicación privado y un editor de noticias de un medio público.
- Investigación documental: Se analizaron textos de expertos, leyes, artículos, reportajes y videos.
- Análisis televisivo: Se realizó un monitoreo de la programación de canales de televisión de distintas ideologías.

Selección de procedimientos para la ejecución, procesamiento y análisis de los datos

El procedimiento escogido para el análisis de la información de esta investigación es explicativo, busca entender el fenómeno en cuestión por lo que da razones por las cuales un fenómeno sucede. Se realizó además una comparación y un ordenamiento del material bibliográfico. En relación a las encuestas y entrevistas, se siguió un método inductivo de pasar de lo particular a lo general, para determinar un análisis interpretativo de la información.

Con la finalidad de comparar los resultados de las encuestas realizadas a nuestro grupo objetivo con un grupo de jóvenes universitario, se realizaron 300 encuestas, a 100 alumnos en cada una de las tres instituciones de educación superior escogidas, de alta representatividad en la comunidad de Guayaquil como son la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano (ITB) y la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

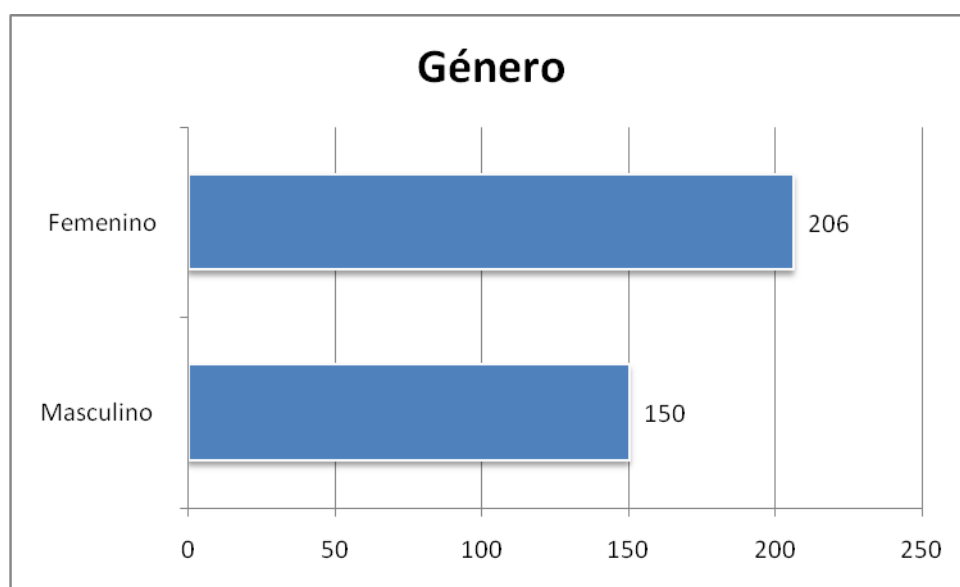
CAPÍTULO IV: PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo de investigación se basó en dos tipos de entrevistas. La primera a mediados del 2012 con carácter estrictamente cuantitativo. El mismo grupo objetivo fue luego encuestado a finales del 2012 en temas cualitativos. De esta manera se pudo analizar de manera completa las opiniones y hábitos de los encuestados.

PRIMERA ENCUESTA

En las primeras encuestas, de carácter cuantitativo se recopiló la siguiente información:

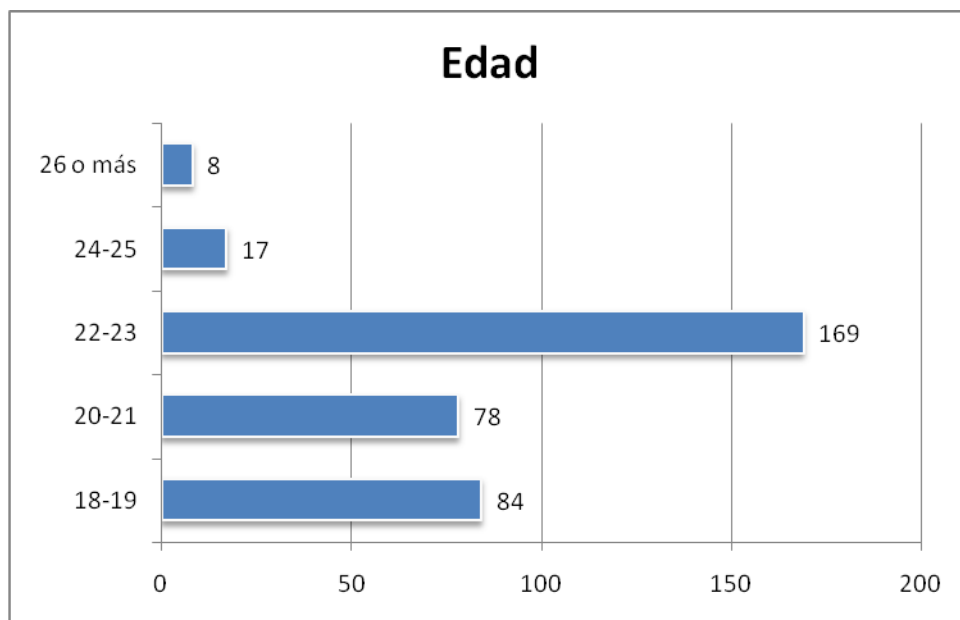
Gráfico 1



En la primera pregunta, en cuanto a género, el 58% de los encuestados fue de género femenino, para lo que el restante 42% perteneció al género masculino. Al abordar a los entrevistados, las

mujeres estuvieron más predispuestas a responder el cuestionario, que era un poco extenso y complicado. Los hombres se mostraron más serios al aceptar ser interrogados. Durante las entrevistas, en cambio, los hombres se presentaron más calmados y callados y resolvieron completar las encuestas sin hacer mayores comentarios. Las mujeres por su lado, preguntaban sobre cada tema, buscando mayor explicación. Ambos grupos se notaron incómodos al responder preguntas sobre aspectos políticos y de identidad.

Gráfico 2

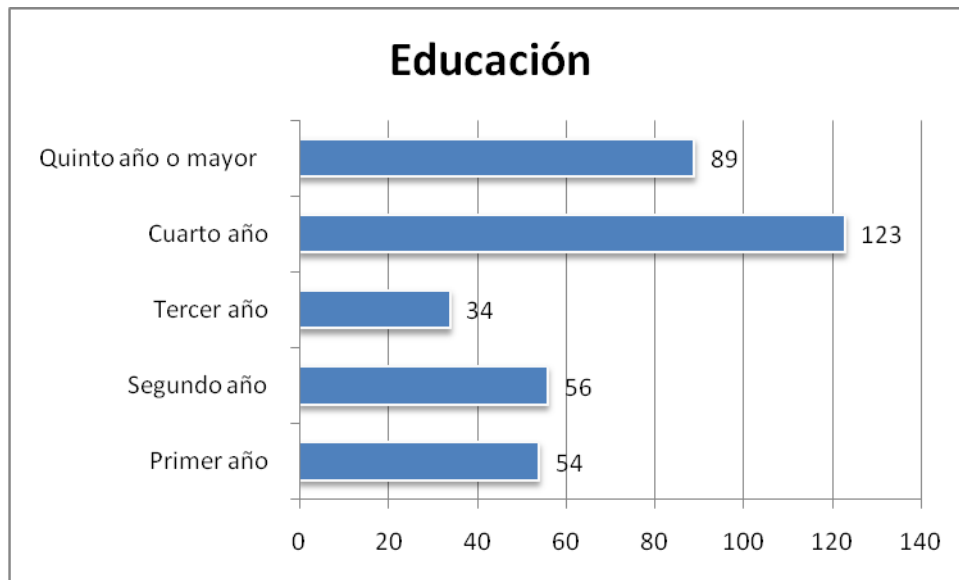


En los rangos de edades, el grupo comprendido desde los 22 a 23 años fue de un 47%, seguido por el grupo de 18 a 19 años con un 24%, siguiendo el grupo 20 a 21 años con un 22%, seguido del grupo de 24 a 25 años con un 5%, para finalizar con el grupo de 26 años o más con solamente un 2% de los encuestados.

Con relación al grupo objetivo además se buscó enfatizar en los individuos que ya hayan tenido algún tiempo estudiando y a los que recién ingresan en la universidad. Los estudiantes más jóvenes por ejemplo dejaron una mayor cantidad de preguntas en blanco, y los de mayor edad

emplearon más tiempo en responderlas y sus respuestas por lo tanto fueron más extensas y elaboradas.

Gráfico 3

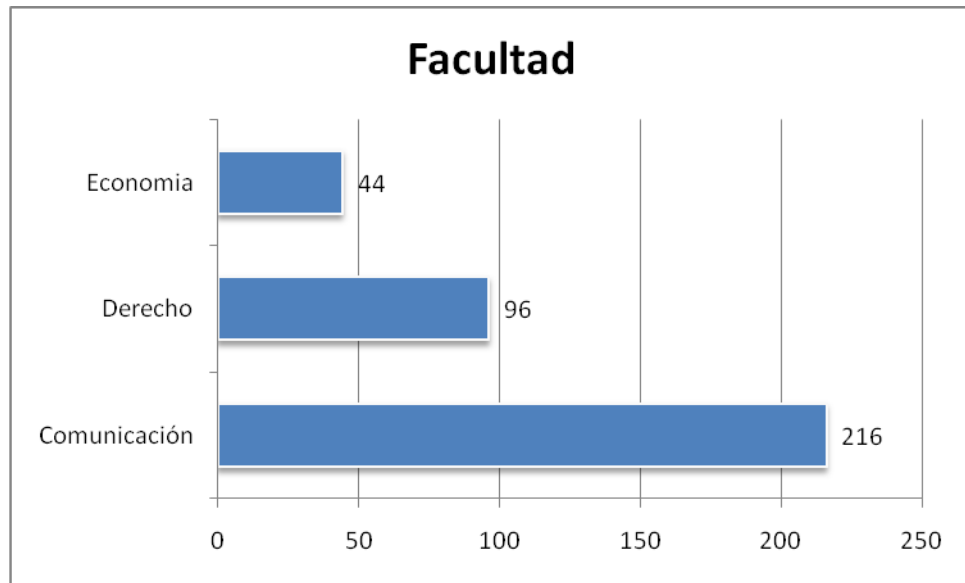


En relación al nivel de educación que tenían, y cual año de universidad cursaban, en primer lugar estuvieron los alumnos de cuarto año con un 34%, seguido por los que ya están próximos a graduarse por lo que están en quinto año o más con 25% de los encuestados, los de segundo año suman un 16%, los de primer año un 15% y al final los de tercer año con 10%.

No necesariamente los que estén en primer año tendrán 18 años, así como los que estén próximos a graduarse quizás no tengan 22 años, por lo que los porcentajes varían con cada situación particular del estudiante.

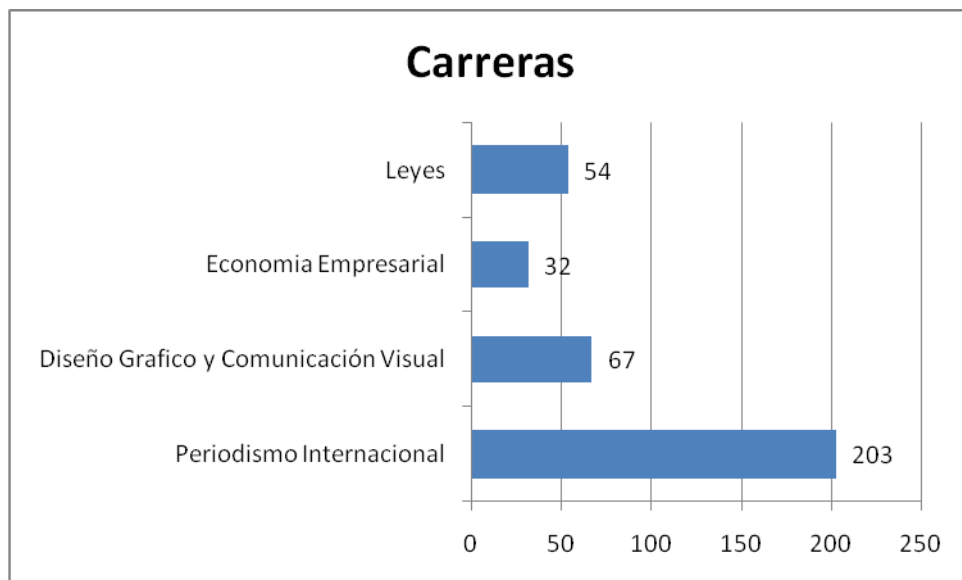
Al igual que en la pregunta anterior, los estudiantes de los primeros años tuvieron más dudas durante las encuestas, mientras que los de mayor año podrían responder a más preguntas en menos tiempo.

Gráfico 4



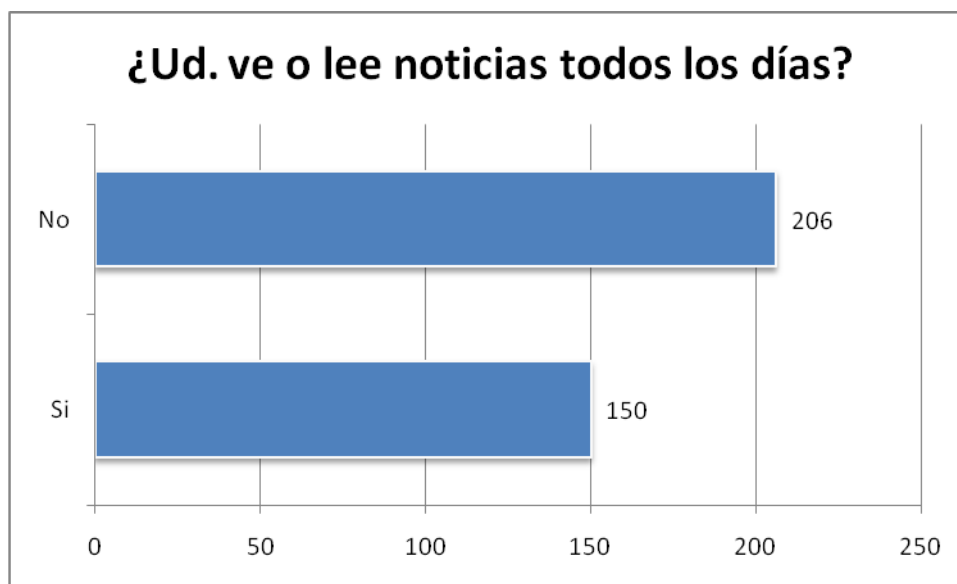
La pregunta que se refirió a la facultad a la que pertenecían arrojó un resultado de alumnos de la facultad de Comunicación en un 61%, los alumnos de la facultad de Derecho un 27% y los de Economía fueron solamente un 12%.

Gráfico 5



De igual manera, las principales carreras de los alumnos fueron Periodismo Internacional con un 57%, Diseño Gráfico y Comunicación Visual en un 19%, seguido de Leyes por un 15% y Economía Empresarial con un 9%.

Gráfico 6



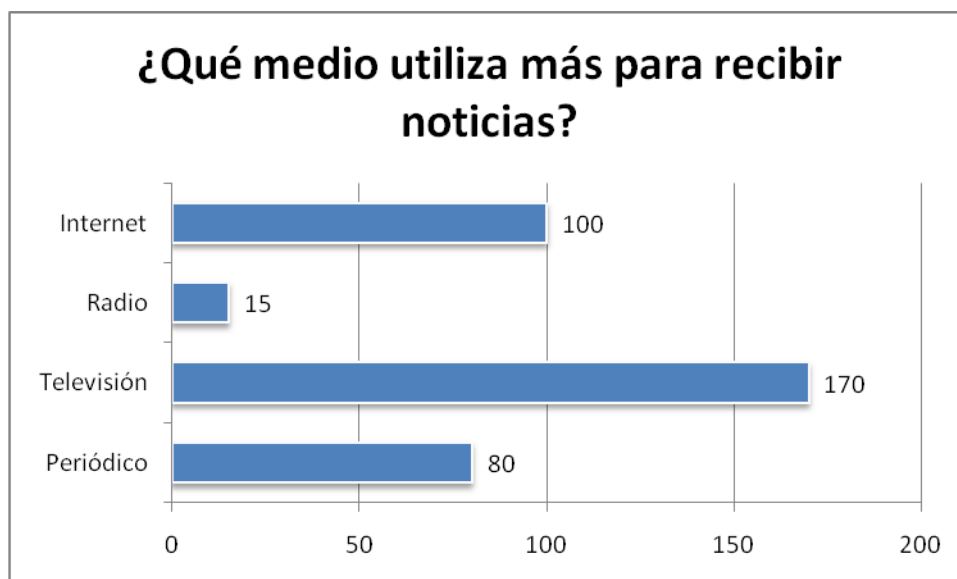
Cuando los alumnos fueron encuestados en relación a la frecuencia con la que consumen noticias, el 72% de ellos aseguró que no ve o lee noticias todos los días. Solamente un 28% dijo que veía o leía noticias de lunes a domingo.

Los alumnos de la facultad de Comunicación, y sus respectivas carreras fueron los que mayormente dijeron que consumían noticias todos los días. En muchas materias de la facultad se exige que lean las noticias y estén al tanto de los principales hechos a nivel nacional e internacional.

Esta pregunta, por más simple que parezca, tiene mucha mayor repercusión cuando se analice en torno a las demás preguntas de esta encuesta. Así mismo, guarda una mayor relación con la segunda

encuesta, de carácter más cualitativo, necesaria para conocer a fondo sus principales ideas y conocimientos.

Gráfico 7

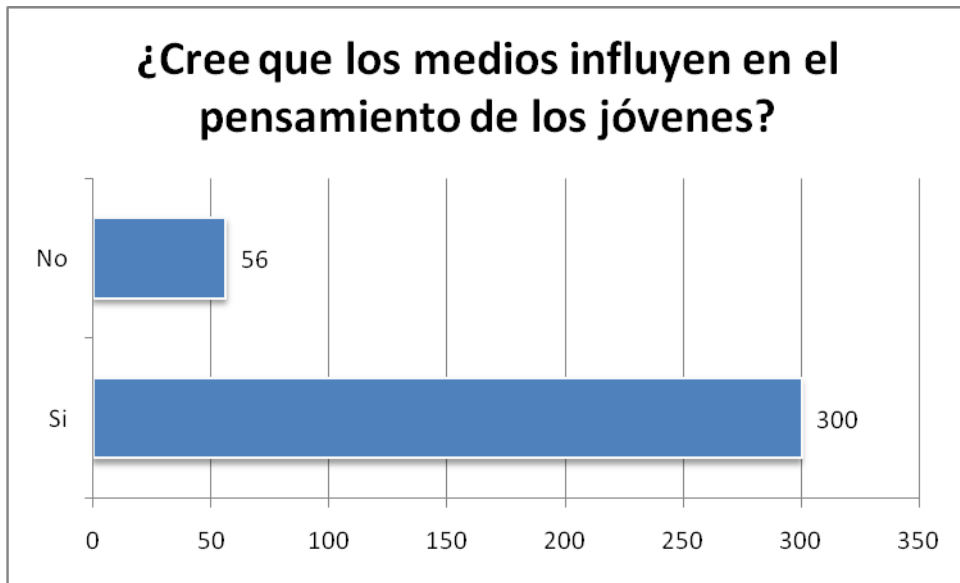


Los medios más utilizados para recibir noticias por parte de los alumnos encuestados son la televisión en un 47%, el internet con un 27%, seguido del periódico con 22% y la radio con un 4%.

La diferencia entre el uso de televisión y de internet radica en que los jóvenes reciben las noticias a través de los canales de televisión, mientras que del internet utilizan más las redes sociales, por lo que generalmente no responde al hecho de buscar sitios web de noticias o leer lo que los medios de comunicación publican a través de sus perfiles de redes sociales.

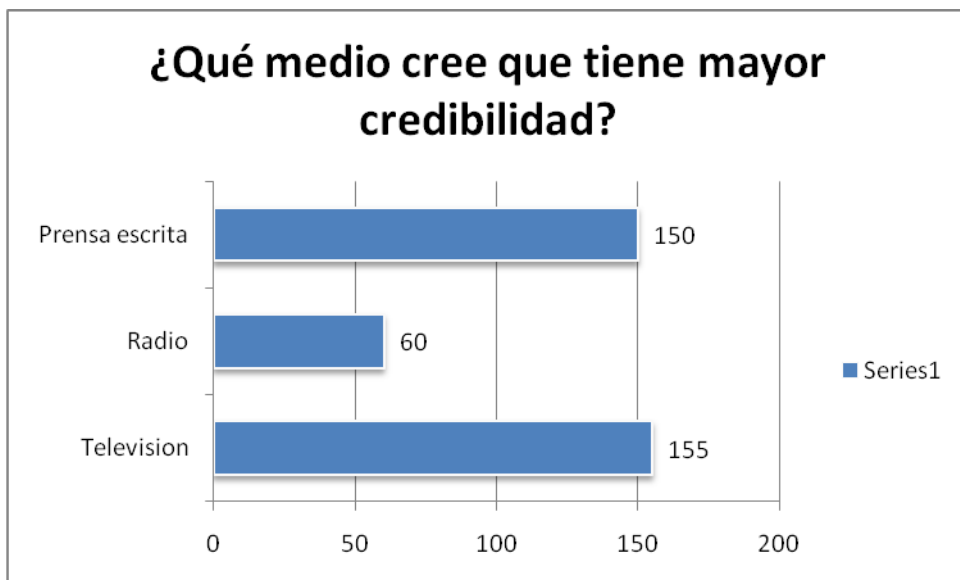
Se ve además, el bajo consumo de la radio, que se realiza con mayor frecuencia dentro de carros o para transmisión de partidos de fútbol, según los individuos encuestados. La importancia de la televisión en sus vidas fue el eje principal de las entrevistas y encuestas.

Gráfico 8



En relación a la percepción de los jóvenes sobre la influencia de los medios, el 84% afirma que cree que existe, y el 16% no considera que los medios influyan en el pensamiento.

Gráfico 9

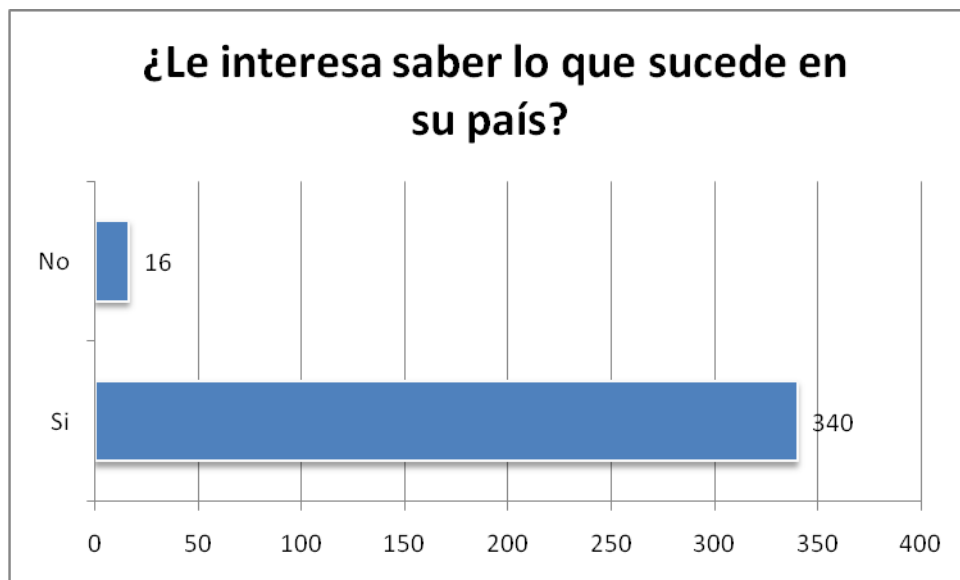


En la pregunta, de qué medios tienen mayor credibilidad, los encuestados respondieron que a la cabeza están la televisión y la prensa

escrita, la primera con 43% y la segunda con 41%, seguidos por la radio que tiene un 16%.

Los alumnos aseguraron que creen más en la imagen de un comentarista y presentador de noticias, que en la voz del mismo, ya que no pueden confirmar con su lenguaje no verbal la importancia o fidelidad de la información. Así mismo, la noticia impresa tiene un respaldo alto, ya que los periodicos en versión física y digital transmiten mayor “seriedad” como lo indican los encuestados.

Gráfico 10



Encuestados sobre su interés de conocer lo que sucede en el Ecuador, el 96% de las personas indicó que lo tiene, mientras que el 4% indicó que no le interesa saber lo que sucede.

En este tema es interesante analizar más a fondo las respuestas a esta y varias preguntas previas. Aunque casi la totalidad de encuestados admite que le interesa conocer temas relacionados a los sucesos en su país, la mayoría de ellos no consume noticias todos los días. El hecho de que marquen que quieren saber lo que pasa en su país, no

necesariamente quiere decir que lo realicen. De igual manera, algunos no recuerdan hechos importantes de la historia nacional, que fueron transmitidos en su momento, y han sido comentados hasta la actualidad.

SEGUNDA ENCUESTA

En las siguientes encuestas, de carácter cualitativo se recopiló la siguiente información:

Un gran porcentaje de esta encuesta fue deliberadamente no contestada por los alumnos, y muchos se veían incómodos al responder las preguntas. Una pequeña parte de la muestra abandonó la encuesta mencionando que no sabían nada de esos temas, que no les gusta la política y prefieren no contestar nada.

En la pregunta ¿Qué significa para Ud. la política? las principales respuestas fueron que es un medio para tomar decisiones, un sistema de ideologías, y para otros representa la acción de querer llegar a cargos públicos.

Para la pregunta ¿Le interesa la política?, la mayoría indica que no les interesa o son totalmente indiferentes a los temas relacionados.

En la pregunta ¿Qué hechos políticos son los que más recuerda? Indican los muchos presidentes que ha tenido el Ecuador, cuando lo sacaron a Lucio, a Abdala, la guerra con el Perú, y tanta propaganda del presidente Rafael Correa.

Para conocer ¿Qué recuerda de la caída de los ex presidentes Lucio Gutiérrez y Abdalá Bucaram? Los alumnos dijeron que recuerdan que Abdalá se llevó bolsas de dinero de todo lo que robó, y que lo habían

sacado por estar loco, además que siempre generó polémica. De Lucio, las respuestas que más se repitieron fueron que él trajo a Abdala de regreso al Ecuador, y que por esta razón lo botaron, y que escapó en un helicóptero.

Al indagar sobre el significado de estos hechos, y preguntar ¿Qué significaron estos hechos para Ud.?, respondieron que era una muestra de la corrupción que existe en la política, además que la economía del país se vino abajo, fue todo un caos. Agregaron que es una muestra de la indiferencia del pueblo, que la gente no sabe elegir a sus candidatos. Inclusive aseguran que ambos individuos se merecían lo que les pasó, ya que fueron ladrones que se llevaron el dinero del pueblo. Sus caídas además fueron una muestra del poder de las masas, así como la caída de un país.

Ya que se supo que reconocían el poder de las masas en las caídas de presidentes, se encuestó ¿Sabe quiénes fueron los llamados “forajidos”?, a lo que sorprendentemente se recibió una respuesta negativa y desconcertante, no conocen quienes fueron, un pequeño porcentaje los relaciona con los alfaristas o revolucionarios, otros afirman que solamente son las personas de Quito, y pocas personas al menos pueden llegar a decir que son los que protestaron en contra de algún gobierno, sin especificar de cual.

Tomando en consideración un hecho próximo como son las elecciones presidenciales, se cuestionó ¿De acuerdo a la propaganda electoral, cuáles son sus expectativas para las elecciones del 2013?. Las respuestas a estas preguntas fueron que piensan que Rafael Correa volverá a ganar la presidencia ya que sus propagandas están en todos lados.

La siguiente pregunta fue ¿Sabe cuáles son todos los candidatos a presidente y vicepresidente? Si no lo sabe, explique por qué. En esta algunos admitieron que no sabían mucho de los candidatos, algunos inclusive dijeron que no ven televisión nacional por lo que no conocen la oferta de candidatos.

Para conocer ¿Qué conoce sobre el Neoliberalismo?, los encuestados dijeron que no conocían mucho del tema, o que simplemente no sabían. Varios dijeron que era parecido al liberalismo, pero no explicaron su significado.

De igual manera, al preguntar ¿Qué conoce sobre el Socialismo del siglo XXI? Dijeron que era parecido al Socialismo, pero más enfocado hacia el Comunismo, pero no como el que tiene Cuba. Dijeron que era un sistema donde los ciudadanos no tienen voz ni voto.

Solo una persona pudo decir que el neoliberalismo es una ideología política basada en el libre comercio y el poder del mercado, mientras que el socialismo del siglo XXI es una corriente política en Latinoamérica principalmente donde las ideas socialistas son adaptadas a las necesidades y situación actual.

Cuestionados sobre ¿Cuál considera que es su identidad? la pregunta tuvo más respuestas en blanco y muchos dijeron no saber. Una parte de los encuestados dijo que su identidad era ser de mente abierta o cerrados hacia otras culturas. Inclusive algunos dijeron que su identidad es ser de Guayaquil, o que son de la costa ecuatoriana.

Y por último se preguntó ¿Cómo considera que es la identidad ecuatoriana? A lo que dijeron que era diversa, alegre y con costumbres arraigadas. Muchos por su lado, escribieron que la identidad ecuatoriana es de deshonestidad, corrupción. Además agregaron que los ecuatorianos

no conocen que es hacer política y que se dejan llevar por lo que la televisión les dice, y que hoy viven en una democracia limitada.

Con estos resultados se cumplen los objetivos de probar el efecto que tienen los medios de comunicación, especialmente la televisión en la construcción de ideas, términos, y conceptos en la mente de los alumnos de la UEES. Además las hipótesis planteaban que los alumnos no conocían su identidad, ni la relacionaban con la política, lo cual ha sido confirmado por sus propias respuestas.

ANÁLISIS COMPARATIVO

El grupo de las tres instituciones superiores, escogido con fines comparativos, fue entrevistado en marzo del 2013.

Univesidad Laica Vicente Rocafuerte

Institución creada en 1966, tiene actualmente 7 facultades y 8 escuelas de pregrado y posgrado. Está ubicada al noreste de Guayaquil, en la Avenida De Las Américas. Tiene 6,769 estudiantes (2012), y es una institución privada semi financiada por el Estado.

Entre 100 encuestados, 75 fueron mujeres y 25 hombres. El rango de edades fue, de 18 a 19 años (17), de 20 a 21 años (20), de 22 a 23 años (12), de 24 a 25 años (15) y de 26 años o más (36). Dos encuestados se encuentran en su segundo año de estudio, 48 están en el tercero, diez cursan el cuarto año, y 40 personas está en el quinto año de de la universidad.

El 70% ve o lee las noticias todos los días. El medio que más utilizan es la televisión, en segundo lugar el internet, y en tercer lugar los periódicos. El 97% piensa que los medios influyen en el pensamiento de los jóvenes. Su idea de la política es muy negativa y usan calificativos como “corrupta”, “injusta”, “que no hay libertad de expresión”, y “que el gobierno es totalitario” A la totalidad de los encuestados les interesa saber lo que sucede en el país.

Instituto Tecnológico Bolivariano

Universidad privada, creada en 1996, ubicada en el centro de Guayaquil, en Victor Manuel Rendon 236 y Pedro Carbo. Ofrece Tecnologías en Enfermería, Gerontología y Podología, y en Análisis de Sistemas, Administración de Empresas y Contabilidad, y Auditoría. Cuenta con 5500 estudiantes. Su población estudiantil mayoritaria está en las carreras de enfermería.

Entre 100 encuestados, 88 fueron mujeres y 22 hombres. El rango de edades fue, de 18 a 19 años (20), de 20 a 21 años (32), de 22 a 23 años (12), y de 26 años o más (36). Todos los encuestados se encuentran en su segundo año de estudio.

El 80% ve o lee las noticias todos los días. El medio que más utilizan es la televisión, en segundo lugar el internet, y en tercer lugar la radio. El 95% piensa que los medios influyen en el pensamiento de los jóvenes. Para el 80% la idea de la política es muy negativa y usan calificativos como “corrupta”, “sucia”, “no sirve de nada”, y “que está dominada por un solo partido”. Al 80% de los encuestados les interesa saber lo que sucede en el país.

Universidad Politécnica Salesiana - Campus Guayaquil

Instituto privado creado en 1998, parte del sistema de universidades salesianas del Ecuador. Está ubicado al Sur Este de Guayaquil, en Robles 107 y Chambers. Ofrece carreras en Ingeniería en Sistemas, Eléctrica, Electrónica e Industrial, y Administración de Empresas, Comunicación Social, Contabilidad y Auditoría. Tiene 5200 estudiantes.

Entre 100 encuestados, 19 fueron mujeres y 81 hombres. El rango de edades fue, de 20 a 21 años (52), de 22 a 23 años (18), de 24 a 25 años (9) y de 26 años o más (21).

20 encuestados se encuentran en su tercer año de estudio, 52 están en el cuarto, y 28 cursan el quinto de de la universidad.

52 encuestados cursan la carrera Ingeniería en Sistemas, 32 Ingeniería Electrónica, 13 Ingeniería Industrial, y 3 Ingeniería Eléctrica.

El 77% ve o lee las noticias todos los días. El medio que más utilizan es la televisión, y en segundo lugar muy cercano, el Internet. El 98% piensa que los medios influyen en el pensamiento de los jóvenes. Para el 40% la idea de la política es negativa y usan calificativos como “corrupta”, y “sucia”. Para el 30% es algo positivo y necesario. El resto no contestó. Al 90% de los encuestados les interesa saber lo que sucede en el país.

RESULTADOS DE ANÁLISIS COMPARATIVO

A diferencia de los estudiantes de la UEES:

- La mayoría sí lee o ve las noticias todos los días.
- Tienen un concepto más positivo de la política, en su mayoría.

Al igual que los estudiantes de la UEES

- El medio de comunicación más utilizado es la televisión en primer lugar, en segundo lugar el internet, y en tercer lugar los periódicos, a excepción del ITB donde el tercer lugar lo ocupa la radio
- Están convencidos que los medios de comunicación tienen una fuerte influencia en el pensamiento de los jóvenes.
- Sí se interesan mayoritariamente por lo que sucede en el país.
- A la mayoría no les interesa la política.
- Los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana también recuerdan las caídas de los ex presidentes. Sin embargo los del ITB y de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte recuerdan principalmente el levantamiento policial del 30 de Septiembre.
- Asocian hechos políticos del pasado con vergüenza y corrupción con respecto a lo que es la política.
- La gran mayoría no pueden definir los términos Neoliberalismo ni Socialismo del Siglo XXI
- Tienen significativa dificultad para definir su identidad, y los pocos que lo hacen se refieren a ella en términos de personalidad y gustos.
- Encuentran muy difícil definir la identidad ecuatoriana y las pocas respuestas son en términos peyorativos.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber leído los textos de referencia, recopilado la información, y hecho un análisis, se respondieron las preguntas efectuadas en los objetivos, con lo que se desarrollaron las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES

1. La definición y construcción de la identidad política de los jóvenes de la UEES es débil y fácil de transformar. Es muy común que ellos sigan las mismas ideologías de sus padres, y piensen que su identidad es lo que los demás (amigos, medios) les dicen que debe ser. Estos alumnos aún necesitan conocer qué es su identidad, y cómo definirla. Además asocian la identidad de su país con los términos más negativos. Según Juaristi (2002) la identidad de cada individuo viene dada por su pertenencia a una nación, siendo todas sus otras características meramente accesorias.
2. Los medios de comunicación tienen un rol primordial en la formación cognitiva de los individuos. Los medios muestran la opinión pública y los principales hechos sociales y políticos del país, por lo que se convierten en importantes actores a nivel nacional. Los jóvenes televidentes son inducidos a pensar en función de lo que la televisión muestra. La imagen impacta, conmueve y convence. El poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política actual. (Sartori, 1997)

3. La línea editorial de cada medio es utilizada para presentar una realidad establecida. Así sean medios privados o medios públicos, hay intereses específicos de utilizar esta herramienta para apoyar una postura definida, los grupos de poder que controlan los medios aprovechan lo persuasivos que pueden ser. Esto tiene un gran impacto en la percepción de los alumnos universitarios, ya que de esto depende su análisis crítico de los actuales problemas y sus posibles soluciones. Según Tejedor (2000), la capacidad de los medios de influir puede tener efectos negativos, en especial si se consideran los intereses económicos y políticos de los dueños y presentadores de la información.

4. Los jóvenes universitarios de la UEES viven alejados de su realidad política y la de su país. La mayoría tiene desinterés en discutir temas como la identidad o los principales hechos políticos que atraviesa el Ecuador. Estos jóvenes prefieren recurrir a otros temas, de menor relevancia en el contexto de desarrollo nacional, o en su defecto reciben cantidades abrumadoras de información que confunden y frustran al receptor. Al no discutir estos temas, se van formando individuos fácilmente influenciables. Baudrillard (1993) supone que la modernidad técnica, incidental, mediática, y la aceleración de todos los intercambios económicos, políticos, y sexuales, han conducido una velocidad de liberación tal que nos hemos salido de la esfera referencial de lo real y de la historia, hasta inclusive llegar a un punto de no retorno.

RECOMENDACIONES

1. Incentivar una apertura de discusión sobre la identidad entre los alumnos de la UEES, que puedan analizar libremente la definición de su propia identidad, cómo ellos se ven, de dónde vienen y a dónde van. Esto debe ir acompañado de una documentación exhaustiva y un debate sobre la importancia de analizar estos temas, y cómo repercuten en su vida tanto estudiantil como laboral.
2. Abogar por el desarrollo equilibrado de los medios de comunicación en el país, y lograr que los jóvenes se den cuenta del gran impacto que tienen en sus vidas. Se debe reflexionar sobre el impacto en el desarrollo de los principales hechos sociales y políticos que vive el grupo objetivo y cómo afecta su manera de ver el mundo y verse a sí mismos.
3. Debatir abiertamente sobre los intereses económicos y políticos de los dueños de la información, y cómo se utilizan para influenciar a los ciudadanos. Analizar detalladamente cómo el discurso de los medios se replica en los jóvenes y modifica su capacidad cognitiva, para ayudar a crear una cultura crítica y analítica de la información que se recibe. Además, buscar la equidad en la programación, y limitar el uso excesivo de propaganda política.
4. Iniciar mesas de diálogo, grupos de discusión, charlas, y foros, donde los jóvenes de la UEES puedan acercarse al tema de su realidad política. Reforzar la idea de su necesidad para la correcta formación de ciudadanos conscientes.

CAPÍTULO VI: LA PROPUESTA

Con base en las conclusiones y recomendaciones se desarrolló una propuesta para ser considerada por los alumnos de la UEES:

Título

Apertura de auténticos espacios para diálogo y debate sobre la identidad política, y la mediatización de la ciudadanía, enfocada a los alumnos de la Universidad Espíritu Santo.

Justificación

Este espacio de discusión es necesario para que los estudiantes sepan qué sucede en su país, y su contexto en relación a los procesos políticos. Debe enfocarse a ser un foro crítico y equilibrado, apoyado con la opinión de expertos en el tema y documentos, siempre buscando el balance ideológico.

Fundamentación

Los alumnos de la UEES deben estar conscientes de la realidad política que viven, y deben tener espacios donde puedan discutir y analizar estos temas de manera respetuosa y académica, para que puedan vivir responsablemente su ciudadanía y aportar a la construcción y fortalecimiento de la democracia.

Propuestas específicas

Estas propuestas van alineadas con los objetivos específicos expuestos al inicio de la investigación:

- Preparar mesas de discusión de temas mediáticos y de identidad, que se denominen “Cómo construir un mejor ciudadanía”, con expertos en temas de comunicación y sociología.
- Iniciar un foro denominado “Los jóvenes en la política”, donde 4 ex alumnos de la UEES y de otras universidades que estén trabajando en medios de comunicación y en organismos políticos expongan sus proyectos, logros y opiniones sobre temas de actualidad. Así mismo crear una charla con los principales jóvenes que están trabajando actualmente o que hayan sido elegidos para trabajar en la Asamblea Nacional, que se titule “Ser joven y hacer política”.
- Realizar un grupo de discusión que se titule “La política, más allá de los políticos” para explicarles a los jóvenes de la UEES que ser ciudadano es hacer política, no exclusivamente el accionar de los partidos e individuos políticos.
- Incentivar el desarrollo de investigaciones y diálogos en relación a los hechos políticos y sociales en los que participan los jóvenes de la UEES
- Formar alumnos a nivel local y nacional, que vivan su identidad y ciudadanía responsablemente.
- Tener espacios de diálogo y análisis de los medios de comunicación a nivel nacional, y sus respectivas líneas editoriales.

- Implementar charlas en la universidad con dueños de principales medios de comunicación a nivel nacional sobre temas de actualidad.
- Implementar de un taller denominado “Impacto mediático en la ciudadanía”, donde se analice cómo los medios de comunicación presentan la información de la historia y de la realidad ecuatoriana. Este taller debe dictarse durante el primer año de estudio en la universidad, y estar dentro de los talleres que debe aprobar el estudiante para graduarse.
- Agregar una actividad, en el marco de la materia Introducción a la Sociología e Introducción a la Psicología, donde los alumnos analicen como se conforma la identidad, y puedan realizar ejercicios de reflexión personal.
- Realizar una prueba exhaustiva, al finalizar la carrera, donde el estudiante explique cómo se autodefine individualmente, y al entorno en el que se encuentra.

Importancia

La importancia de esta propuesta radica en ayudar a los jóvenes a determinar cuál es su identidad, y como está relacionada con el acontecer nacional.

Talento Humano

Existe la necesidad de que los espacios de discusión sean guiados por profesores de las distintas facultades, que manejen temas relacionados.

Evaluación

Esta práctica aportará a la misión de la Universidad de ser un centro de soluciones para los grandes problemas a nivel nacional, siendo referentes y orientadores de la opinión pública. Además aportará a la creación de individuos conscientes y comprometidos con sus responsabilidades cívicas, siendo líderes en su campo de acción, como es la meta principal de la universidad.

La propuesta será evaluada mediante:

- Un análisis de cuantos estudiantes ocupan puestos decisivos en aspectos de índole social y político, a nivel local y nacional, luego de 2 a 3 años de haberse graduado.
- El número de publicaciones sobre temas cívicos realizadas por alumnos de la UEES, en medios de comunicación como periódicos, revistas, reportajes radiales o televisivos.
- El número de estudiantes de la universidad que concursen por obtener un cargo público de elección, o que ya los ocupen, tanto a nivel local y nacional.
- El número de estudiantes que trabajan en el Servicio Exterior.
- El número de estudiantes que ganen premios y concursos a nivel periodístico, por la relevancia de los temas de discusión y su tratamiento de la información.
- El número de charlas y foros que se realicen en la UEES relacionados a la identidad, ciudadanía y el rol de los medios de comunicación.

CRONOGRAMA

Cuadro 1

TIEMPO		May-12				Jun-12				Jul-12				Ago-12				Sep-12				Oct-12				Nov-12				Dic-12				Ene-13											
ACTIVIDAD		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1	Ajuste del ante-Proyecto	X	X	X					X	X			X	X								x	X							X	X														
2	Establecer contacto con involucrados				X	x							X	X																															
3	Investigación bibliográfica para ajuste de marco referencial				X	x			X	X			X	X			X	X	X	X	X																								
4	Elaboración de instrumentos de investigación					X			X																																				
5	Aplicación de instrumentos de investigación.											X		X	X		X																												
6	Procesamiento de datos																	X	X	X	X	x	X							X	X														
7	Análisis de Resultados																									x	X	X		X	X	X						X	X						
8	Elaboración de borrador de informe de Investigación																																	X	X	X	X	X	X	X	X				X
9	Entrega del informe final.																																							X	X	X			

PRESUPUESTO

Cuadro 2

RUBRO	UNIDAD	No. UNIDADES	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Equipos	Laptop	1	0,00	0,00
	Cámara de video	1	0,00	0,00
	Celular	1	0,00	0,00
	Teléfono	1	0,00	0,00
	Impresora	1	0,00	0,00
Servicios	Transporte	20	1,00	20,00
	Luz	5	30,00	75,00
	Alimentacion	10	5,00	50,00
	Telefonía Celular	6	35,00	210,00
	Telefonía Fija	5	10,00	50,00
	Internet	6	40,00	240,00
Útiles de Oficina	Resma Papel Bond	3	5,00	15,00
	Copias	150	0,25	37,50
	Tinta impresora	1	5,00	5,00
	Anillado	4	4,00	16,00
	Empastado	2	5,00	10,00
	Caja de Plumas	1	5,00	5,00
	CD's	2	1,50	3,00
Imprevistos	Otros	1	100,00	100,00
TOTAL				\$836,50

BIBLIOGRAFÍA

Abad, Gustavo (2010), Secretario de CIESPAL, 2010

Adoum, Jorge Enrique. (2000) *Ecuador: Señales Particulares*. Eskeletra. 6ta edición. Quito.

Anderson, Benedict. (1993) *Comunidades imaginadas*. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. FCE, México.

Arauz, Marco; Hernandez José; y Ribadeneira Jorge. (1997). *Ecuador frente al vértigo fatal: El itinerario del Bucaramato*. El Comercio, Primera edición.

Ardite, Benjamin. (2000) *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. pág. 10. Caracas. Nueva Sociedad.. Recuperado de Los medios masivos de comunicación en la construcción de identidades políticas.
http://www.aucip.org.uy/docs/comunicacion_politica_y_opinion_publica/najles_y_lampreabe.pdf

Arteaga, Christian. (2007) *Constitución de una nueva ciudadanía en el discurso mediático: opinión e información en torno al levantamiento popular de abril de 2005: Estudio comparativo, diarios El Comercio y El Universo*. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito.

Avilés, Efrén. (2005) *Ab. Abdalá Bucaram*. Enciclopedia del Ecuador. Academia Nacional de Historia del Ecuador, Quito.

Cnel. Lucio Gutierrez. Enciclopedia del Ecuador. Academia Nacional de Historia del Ecuador, Quito.

Baudrillard Jean. (1993) *La ilusión del fin: La huelga de los acontecimientos*. Barcelona, Anagrama.

Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, (pág. 18-129) Recuperado de Los medios masivos de comunicación en la construcción de identidades políticas.
http://www.aucip.org.uy/docs/comunicacion_politica_y_opinion_publica/najles_y_lampreabe.pdf

Bouza, Fermín. (1998) *La influencia política de los medios de comunicación: Mitos y certezas del nuevo mundo*. Universidad Complutense de Madrid/Ayuntamiento de Madrid

Conill Sancho, Jesús. (2004). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa.

Constitución de la República del Ecuador, (2008) Asamblea Nacional del Ecuador, Montecristi. Artículos 16, 17, 39 y 83. <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>

Cortina, Adela. (1997) *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza.

(2007) *Ética de la razón cordial. Educar en la ciudadanía del siglo XXI*. Ediciones Nobel. Madrid

Debray, Régis. (2000) *Introducción a la Mediología*. (2001) Original en francés. Presses Universitaires de France, París. Traducción: Nuria Pujol i Vals, PAIDÓS IBÉRICA, Barcelona

Delgado, Manuel. (1999) *El animal público*. Hacia una antropología de los espacios urbanos. Barcelona, Anagrama.

Donoso P, Miguel. (2004) *Ecuador Identidad o Esquizofrenia*. Eskeletra editorial, 2004. Quito

Estudio de Condiciones de Vida; (2006) Quito; INEC Estudios.

Análisis de de Noticieros de Canales de Televisión a nivel nacional: Ecuador TV, Ecuavisa, Gama TV, Teleamazonas y TC, Semana del 14 al 18 de Mayo y del 25 al 29 de Junio, del 2012.

EUMED, Identidad política, *Glosario de conceptos políticos usuales*, Departamento de Derecho Financiero, Economía Política y Filosofía del derecho, Facultad de Derecho, Universidad de Málaga. <http://www.eumed.net/dices/definicion.php?dic=3&def=327>

Medio de comunicación social, *Glosario de conceptos políticos usuales*, Departamento de Derecho Financiero, Economía Política y Filosofía del derecho. Facultad de Derecho, Universidad de Málaga. <http://www.eumed.net/dices/definicion.php?dic=3&def=327>

Foucault, Michel (1970) *El orden del discurso*. Traducción de Alberto González Troyano. Buenos Aires, Tusquets Editores.

Giménez, Gilberto. (2000). *Cultura Política e Identidad*. México: UNAM / Instituto de Investigaciones Antropológicas. Recuperado de <http://www.paginasprodigy.com/peimber/culteident.pdf>

- Glosario de conceptos políticos usuales, *Medio de comunicación social*, Departamento de Derecho Financiero, Economía Política y Filosofía del derecho. Facultad de Derecho, Universidad de Málaga.
- Hernández, José. (2000). *21 de enero, la vorágine que acabó con Mahuad, un reportaje urgente sobre el país*. Diario El Comercio, Primera edición.
- Influencia de los medios de comunicación de masas en las democracias modernas*, (Octubre 2006).
<http://malostiempos.wordpress.com/2006/10/26/21/>
- Jelin, Elizabeth (2002) *Los trabajos de la memoria*. España, Editorial Siglo XXI.
- Jordán Rodrigo y Panchana Allen (2010). *Los medios de comunicación en Ecuador*. Quito.
- Juaristi, Jon. (2002) *Identidad Política y política de identidades*.
<http://www.letraslibres.com/revista/convivio/identidad-politica-y-politica-de-identidades>
- Lavalle, Adrian, (1998). *Estado, Sociedad y Medios*, Plaza y Valdez, Méjico. Recuperado de *Los medios masivos de comunicación en la construcción de identidades políticas*.
http://www.aucip.org.uy/docs/comunicacion_politica_y_opinion_publica/najles_y_lampreabe.pdf
- Los medios masivos de comunicación en la construcción de identidades políticas*.
http://www.aucip.org.uy/docs/comunicacion_politica_y_opinion_publica/najles_y_lampreabe.pdf
- Liotard Jean-Francois. (1987) *La Condición Postmoderna. Informe del Saber*. Traducción: Mariano Antolín Rato. ED Cátedra SA
- Martín-Barbero, Jesús. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México. G.Gili.
- McLuhan, Marshall y Bruce E. Powers. (1993). *La Aldea Global*. España: Gedisa S.A.
- McLeod, Jack, Kosicki, Gerald M., y McLeod, Douglas M. (1996). *Expansión de los efectos de la comunicación política. Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- Moreno R., Rogelio. (2012) *Comunicación*. Diccionario Instructivo

de Ciencias Sociales, Diccio Bibliografía, Monografías y Bibliografía Relacionadas.

<http://www.dicciobibliografia.com/Diccionario/Definition.asp?Word=COMUNICACION>

Realidad política. Diccio Instructivo de Ciencias Sociales, Diccio Bibliografía, Monografías y Bibliografía Relacionadas.

<http://www.dicciobibliografia.com/Diccionario/Definition.asp?Word=REALIDAD%20POLITICA>

Contexto. Diccio Instructivo de Ciencias Sociales, Diccio Bibliografía, Monografías y Bibliografía Relacionadas.

<http://www.dicciobibliografia.com/Diccionario/Definition.asp?Word=CONTEXTO>

Muñoz Cravioto, Alejandra y Francisco Arroyo Goicochea (2009) *Influencia de los Medios de Comunicación sobre la Política.* Universidad de las Américas Puebla. Cultura de la Información BC110 Sección 01. Recuperado de <http://www.slideshare.net/pacoalejandra/influencia-de-los-medios-de-comunicacin-sobre-la-poltica>

Nueva Sociedad, Democracia y Política en América Latina. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales. Artículos varios, junio 2012. <http://www.nuso.org/opinion.php>

Oszlack, Oscar. (1980). *Políticas Públicas y Regímenes Políticos: Reflexiones a partir de algunas experiencias latinoamericanas.* Estudios CEDES, Vol. 3, Nº 2, Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Buenos Aires (Argentina). Recuperado de *Los medios masivos de comunicación en la construcción de identidades políticas.* http://www.aucip.org.uy/docs/comunicacion_politica_y_opinion_publica/najles_y_lampreabe.pdf

Reportajes del Diario El Comercio y El Universo, de Enero del 2003 hasta Abril del 2005

Sassen, Saskia. (2007) *Sociología de la globalización*, W.W. Norton. Madrid

Sartori, Giovanni. (1997) *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Ed. Taurus, Madrid

Sartori, Giovanni. (1996) *La política: Lógica y método en las ciencias sociales.* Traducción de Marcos Lara, Fondo de Cultura Económica, México

- Silva, Armando. (2006) *Imaginarios Urbanos*. Bogotá, Arando
- Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador (SUPERTEL),
Estadísticas del Sector, Agosto 2008.
- Tejedor, Valentín Justel. (2000) *La influencia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea*, España
<http://www.mundoculturalhispano.com/spip.php?article1108>
- Thompson, John B., (1993), *Ideología y cultura moderna*, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. En Giménez, Gilberto. (2000). *Cultura Política e Identidad*. México: UNAM / Instituto de Investigaciones Antropológicas. Recuperado de <http://www.paginasprodigy.com/peimber/culteident.pdf>.
- UNESCO; (2008) *Estudio Regional Comparativo y Explicativo de la Educación*.
- Villaruel, Marco. (2007) *Monopolios y medios de comunicación en Ecuador*, Quito, Universidad Central.
- Wappenstein, Susana. (2009) *Sobre ciudadanía*. FLACSO-Ecuador. Quito.

ANEXOS

ENTREVISTAS

Entrevista:

Christian Arteaga, Magister en Estudios de la Cultura con Mención en Comunicación

PREGUNTAS:

1. ¿Cómo considera Ud. que se construye la identidad política dentro de una universidad en la actualidad?

Yo plantearía 2 niveles. El primero sería una especie de rechazo a lo político, rechazo a la política tradicional y a los imaginarios de la política tradicional. El segundo nivel, que es la forma de hacer política en la universidad, o en la UEES, sería la no política. El rechazo a la política es una forma de hacer política. Eso se configuraría en un rechazo a la política, pero asumiendo que esa es la nueva forma de hacer política, vinculada a los aspectos organizativos, del crecimiento personal, éxito y la legitimidad social. En esos dos niveles se presenta las nuevas dinámicas políticas.

2. ¿Por qué cree que los jóvenes han perdido interés hacia la discusión de procesos políticos?

No, tal vez no han perdido el interés. Yo creo que más bien han ganado discusiones en otros ámbitos por ejemplo en ámbitos de las redes sociales, en ámbitos de las tecnologías, en ámbitos de las identidades singulares y puntuales como pueden ser identidades musicales, identidades sexuales, identidades artísticas, e identidades estéticas. Es

decir, el debate ya no está centrado en el aspecto estricto político, entre un proyecto de vida o uno paralelo, sino más bien el debate está en las singularidades específicas de cada sector. Los jóvenes no son estándar, sino que hay una diversidad de sentidos en lo que es ser jóvenes. Entonces habrá jóvenes que tengan su discusión política en términos de la estética, en términos del arte, en términos del arte urbano, en términos del arte irreverente, otros en términos como la cuestión skater, como la cuestión musical como la cuestión de las identidades sexuales de declararse abiertamente gays y lesbianas, hay especificidades dentro de eso. Así que eso es una nueva manera de entender la política, no es la política de partido, no es la política vinculada al ámbito de las instituciones tradicionales, sino más bien es un tipo de política que se va configurando en aspectos marginales, en las luchas por la diferencia, por ser joven, que ahora es muy contemporáneo. Un joven es quien consume, en estancias de dinámicas culturales de consumo cultural o de consumo de estilo, y un joven que está en el ámbito del trabajo que tiene que sostener familia, no está en el ámbito de joven. Entonces joven también es una construcción cultural. La política también se va construyendo en esos ámbitos, de las identidades, de las diferencias, del reconocimiento, y del respeto si se quiere en algunos casos.

3. Y entonces, ¿cómo es la ideología de estos jóvenes (teniendo en cuenta además la clase social a la que pertenecen)?

Digamos que es una ideología bastante difusa, volátil y ambigua. No es una ideología dicotómica como hubiera sido en los años 80 en términos de socialismo y capitalismo, de izquierda o de derecha. Creo que es una ideología que se va marcando por la propia necesidad de configurarse como existente y como identidad. Por ejemplo, si estudias una ideología que puede marcar un rechazo total a aspectos de normalización de funcionamiento sobre el espacio público, caso concreto

el del Municipio de Guayaquil, pero a la vez está en el ámbito del consumo, es decir es una ideología paradójica. Por un lado rechaza ciertos ordenamientos del ámbito institucional pero acepta y acoge como suyo el ámbito de la ideología del consumo. No podríamos mirar en términos de blanco y negro, sino más bien de matices, de sincretismos, de hibridaciones, de yuxtaposiciones, y a la vez de rechazos. No creo que podemos poner en términos dicotómicos en este momento

4. ¿Cómo cree esa manera de pensar es influenciada por los medios?

Hay que entender que en los medios no solo circula ideología, sino que los medios son ideología. Sobre todo los medios construyen procesos imaginarios, procesos ideológicos a partir de las necesidades propias del mercado en términos de segmentar o por lo menos delimitar la categoría de jóvenes. Entonces, ¿los medios construyen identidad política? por supuesto, pero es una identidad política como medios, variable, difusa, muchas veces muy complicada de detectarla porque se construye por un lado en el mercado pero por otro lado en las especificidades culturales. Entonces en el caso del joven es más evidente ver como se construye una ideología a partir de los medios, es decir hay una especie de confección del deber ser, en el ámbito del trabajo, en el ámbito del mercado, en el ámbito de la familia y construye también una especie de separación relacionada al ámbito del joven, en el ámbito por ejemplo de las luchas de las diferencias.

También habría que ver los tipos de medios, ahora no solo es la televisión, la radio y la prensa, sino también las redes sociales. Por ejemplo cómo se construyen las identidades políticas en las redes sociales, creo que es interesante mirar, porque tal vez las redes sociales permiten hacer algo que no permiten hacer los medios tradicionales que

es una especie de travestismo cultural identitario de los jóvenes, que pueden adoptar identidades diversas, pueden transformarse de hombres a mujeres, de mujeres a hombres, ir jugando con eso en términos de interacción, en términos de socialización, en términos de aceptación y rechazo.

5. ¿Cree que es necesario que los estudiantes universitarios debatan sobre temas políticos, y cómo aporta esto a la formación de los jóvenes?

Lo que pasa es que habría que ver cómo se entiende la academia en la UEES, personalmente creo que se entiende en los niveles tecnocráticos, se entiende tal vez en niveles de aplicaciones prácticas, vinculadas sobre todo al orden laboral, y que eso en la vida cotidiana impide discusiones reales. Se plantea más bien la pregunta de qué hacer, más que cómo imaginar, porque se debe definir una línea práctica donde los jóvenes se van vinculando de una u otra manera al mercado laboral y eso implica dejar en segundo plano el ámbito de la reflexión, y entonces las discusiones van al ámbito pragmático.

Entonces es una pregunta a la UEES sobre qué entiende como academia, que es tal vez una cuestión bastante trascendente en su propia identidad como institución académica y universitaria. Entonces, ahí habrá toda una serie de dispositivos culturales, políticos, ideológicos, por lo que ven al joven como un infante, ven al joven como alguien que tiene que aprender, no reflexionar. La discusión se va formando a medida de las cuestiones prioritarias y urgentes que necesita el mercado, entonces ahí habría que repensar el papel de la universidad. El papel de la universidad es eminentemente dialogante, y contiene grados muy altos de discusión. Tal vez el problema de la universidad es que remite única y

exclusivamente a solucionar los problemas pragmáticos del mercado y de la inserción no solo del mercado laboral, sino también del consumo.

Entrevista:

Paul Martillo, periodista de programa "Televistazo" del canal Ecuavisa,
Licenciado en Periodismo

PREGUNTAS:**1. ¿Cómo considera Ud. que se construye la identidad política dentro de una universidad en la actualidad?**

Yo creo que los jóvenes van tomando un poco de conciencia y empiezan a ver cambios positivos en la ciudad y en el país, empiezan a identificarse con determinadas tendencias ideológicas, organizaciones políticas, movimientos políticos, partidos o los considerados líderes políticos. En eso influye mucho la televisión, porque una imagen muchas veces influye para tomar determinadas acciones, se vuelve un modo de vida.

Las imágenes en televisión, las imágenes políticas, lo que hacen realmente es vincular al televidente, más aún al joven a inclinarse a determinada tendencia. Por ejemplo, si tú ves como joven, como estudiante, en un noticiero la imagen de un alcalde de determinada ciudad inaugurando una obra, saludando a la gente, recorriendo sectores, eso crea un vínculo directo con el televidente porque se siente identificado. Primero, puede ser que sea parte de ese sector, que se ha beneficiado de la obra. Segunda puede tener la esperanza de que algún momento esa obra que él está viendo inaugurarse en determinado sector llegue a su zona. Y tercero, la aprobación natural que tiene determinada autoridad por estar trabajando por el desarrollo de una comunidad.

2. ¿Cree que los jóvenes han perdido interés hacia la discusión de procesos políticos?

Me cuentan muchos expertos, muchos entendidos en esta materia, que en otros países desde las aulas universitarias los estudiantes ya están identificados ideológicamente con determinados movimientos. Y eso no lo ven como nada negativo, porque es desde las aulas universitarias donde se discuten los grandes temas nacionales, los principales temas de cada localidad, lo cual es sumamente bueno porque eso es una formación ideológica y política.

Mucha gente que llega a la política no tiene conocimiento de estas situaciones, y es fácilmente vinculable a uno u otro grupo. Por eso hay frases que se conocen en la política como “el camisetaazo”, que antes representaban a la izquierda y ahora está en la derecha, o viceversa.

Esto pasa cuando no hay una formación política desde las aulas universitarias, yo creo que debe haber esa formación política. Se debe discutir y se debe aprender a respetar el pensamiento ajeno, y obviamente hay que discutir el rol de los medios de comunicación en las universidades.

3. ¿Cómo cree esa manera de pensar es influenciada por los medios?

Los medios tienen determinadas líneas editoriales, lo cual no es nada nuevo. Y esto tiene una gran influencia en el televidente.

Por ejemplo, en la noticia de un accidente de tránsito donde lamentablemente hay fallecidos, un medio puede destacar el número de muertos que hay; otro puede enfocar el mal estado del vehículos, sus llantas lisas, etc; otro medio puede hacer referencia a que las condiciones climáticas, la lluvia, lo resbaloso de la calzada; es decir, un mismo hecho puede ser analizado desde varios puntos de vista, eso ya depende del medio.

Claro, si tienes una visión integral puedes en una misma información, en un mismo reportaje, enfocar todos los ángulos para finalmente satisfacer el instinto informativo que tiene el televidente.

5. ¿Cree que es necesario que los estudiantes universitarios debatan sobre temas políticos, ciudadanos, y uso de medios de comunicación, y cómo aporta esto a la formación de los jóvenes?

Los jóvenes hoy tienen dos caminos, o reciben la información tal como se las presenta un periodista, o finalmente la rechaza y no la acepta.

Discutir estos temas les aporta mucho a los jóvenes, porque crea primero un sentido crítico, respeto a la opinión ajena, contexto, etc. Se aprende porque uno se enriquece con los pensamientos de los compañeros, aunque puedas no estar de acuerdo, pero a la larga hay información que te sirve.

Tu puedes incluso también tener un sondeo del pensamiento estudiantil cada vez que hay estos debates en determinados temas

Entrevista:

Gustavo Espinoza, presentador de noticias de Canal Ecuador TV,
Licenciado en Comunicación Social

PREGUNTAS:**1. ¿Cómo considera Ud. que se construye el concepto de ciudadanía a través de un canal de televisión?**

Yo creo que el aporte para construir ciudadanía, este ecuatorianismo que necesitamos todos, se hace día a día a través de la programación de los noticieros. Al tener una programación diversa, espacio para la creatividad ecuatoriana, gente joven, que siempre tienen proyectos que quieren plasmarlos en la pantalla.

Se trata a través de las noticias un trabajo diario de identidad nacional, reflejando también lo que hace noticia en las provincias. Es un esfuerzo muy grande que hacen los canales.

2. ¿Cómo se crean ciudadanos activos o pasivos a través de la televisión?

Ciudadanos activos se han creado, en los últimos 10 años, después de tanta caída de presidentes, de tanta oposición a los nuevos presidentes, a los transitorios. Yo creo que la gente está empezando a reaccionar, las personas son muy activas, la gente reclama más sus derechos.

La población pasiva, lamentablemente, es esa que está limitada en sus roles sociales, ya sea por su edad o por tradición de ser así.

Se trabaja para que todos los ecuatorianos, en algún ámbito de su vida, pasen a ser activos.

3. ¿Existen espacios abiertos para la interacción con el público? ¿Los están utilizando los jóvenes universitarios?

Ya desde hace 5 años se está trabajando con jóvenes universitarios, que vienen y quieren participar, ya sea dando su opinión, proponiendo temas para el noticiero, o inclusive queriendo presentar proyectos al canal. Hay una interacción bastante grande, llamadas por teléfono, por las redes sociales. Siempre se toma en cuenta lo que quiere la población, tenemos que satisfacer esa demanda.

4. ¿Cómo cree que se construye la identidad de estos jóvenes a través de las imágenes que ve en televisión?

La universidad ha tenido un cambio en los últimos 3 años, y también el criterio de elegir y de pensar de sus estudiantes. Deben haber espacios en la televisión donde los chicos puedan presentar estos temas, identidad, ciudadanía, política, y de la nueva participación de los jóvenes en la sociedad. Porque la manera de relacionarse con la dirigencia universitaria ha cambiado. Antes, la gente pensaba que los dirigentes estudiantiles eran vagos y relajados. Ahora, los jóvenes, ya sean de universidades públicas y privadas deben buscar cómo integrarse en la población. Son ellos los que deben proponer estos temas, y los medios deben poder cubrirlos.

5. ¿Cree que es necesario que los jóvenes debatan de estos temas en sus universidades, como parte de su formación?

Es importante, sobre todo porque antes toda la discusión de estos temas se basaban en ideología de izquierda e ideologías de derecha. Pero hay otros puntos de vista políticos que pueden abrirse. Por qué no decir yo soy ecuatoriano, y soy de tal manera y punto. Debería ser que por la curiosidad de cada uno, puedan ir tomando las cosas buenas de los

demás, y desechando las cosas con las que no están de acuerdo, y tratar de aplicar eso en los estudios, en el ejercicio de la profesión, siempre tratando de ayudar al prójimo. Y esto no solo hay que pensarlo en el tema periodístico o político, hay muchos otras aristas.

6. ¿Cree que los jóvenes han perdido interés hacia la discusión de temas políticos, y a qué se debe?

Yo creo que hemos heredado el criterio de nuestros padres de lo que es hacer política, ese criterio de pensar que quién entra a la política lo hace para robar, y no deberíamos pensar así, aunque lastimosamente si hay casos, de diputados, hijos de políticos, etc. Pero se puede hacer política, en nuestros centros de estudio, en nuestra empresas e ir cambiando poco a poco el criterio de lo que es hacer política y de lo que es ayudar a través de la política.

Pero creo que hay que tener esperanza en los jóvenes, como en el trato de los temas ambientales, por ejemplo. Aquí la necesidad de la formación de estos jóvenes: en el gobierno local y nacional por ejemplo están actualmente personas que durante su época estudiantil todavía no tenían cultura ambiental. Pero los que están actualmente estudiando, que leen sobre materia ambiental, cuando lleguen a ocupar puestos de importancia es más seguro que aplicarán leyes y normas realmente ambientales. Esto se aplica en todo. Por ejemplo, el beneficio que tendrán los universitarios educados por profesores y PHDs, se verá en 5 o 10 años.

Por eso creo que los jóvenes deben empezar a involucrarse y participar en la política, y empezar en pequeño, primero pensar en el barrio, de ahí en la ciudad, y luego el país. Hay que ir cambiando ese criterio, de que el político “la persona que hace política” en cualquier

aspecto de su vida, se va a corromper siempre. Los jóvenes deben estar adelante en temas como pedir que se respete al ciclista, al motociclista, que no rebasemos en curva, etc. Yo creo fervientemente que en 10 o 15 años el Ecuador va a ser muy distinto, el país que vean nuestros hijos va a depender del futuro que escriba la generación de hoy. Los periodistas y comunicadores estamos envueltos en esta misión, que es muy dura, pero no hay que perder esa esperanza. No debemos perder la fe.

ENCUESTA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Datos Personales y Estudiantiles

1. Género: Masculino Femenino

2. Edad (marque el rango en que se encuentra su edad actual):
 18-19
 20-21
 22-23
 24-25
 26 o más

3. Educación
 Primer año Segundo año Tercer año Cuarto año Quinto
 año o mayor

4. Facultad
 Comunicación Derecho

5. Carrera

Noticias y medios de comunicación

6. ¿Usted ve o lee noticias todos los días?
 Sí No

7. ¿Qué medio utiliza más? (Marque todos los que utiliza)
 Periódicos
 Televisión
 Radio
 Internet

8. ¿Cree que los medios influyen en el pensamiento de los jóvenes?

Identidad política

9. ¿Qué piensa de la política?

10. ¿Le interesa saber lo que sucede en su país?

___ Sí ___ No

ENCUESTA: IDENTIDAD Y POLÍTICA

1. ¿Qué significa para Ud. la política?
2. ¿Le interesa la política?
3. ¿Qué hechos políticos son los que más recuerda?
4. ¿Qué recuerda de la caída de los ex presidentes Lucio Gutiérrez y Abdalá Bucaram?
5. ¿Qué significaron estos hechos para Ud.?
6. ¿Sabe quiénes fueron los llamados “forajidos”?
7. ¿De acuerdo a la propaganda electoral, cuáles son sus expectativas para las elecciones del 2013?
8. ¿Sabe cuáles son todos los candidatos a presidente y vicepresidente?. Si no lo sabe, explique por qué.
9. ¿Qué conoce sobre el neoliberalismo?
10. ¿Qué conoce sobre el socialismo del siglo XXI?
11. ¿Cuál considera que es su identidad?
12. ¿Cómo considera que es la identidad ecuatoriana?

Imagen 1

El rol de los medios de comunicación en la identidad de los alumnos de la UEES

Esta encuesta es parte de mi investigación para obtener el título de Licenciada en Periodismo. El objetivo de este cuestionario es conocer su opinión, como alumno de la UEES, sobre los medios de comunicación y el impacto de ellos en su vida.

Al llenar este cuestionario, usted autoriza el uso de sus datos como parte de mi investigación, los mismos serán procesados de manera anónima, y únicamente para fines estadísticos.

El resultado del mismo será un gran aporte para la comunidad universitaria. Muchas gracias por su colaboración. Su honestidad será muy apreciada.

Carla González Sierra
Estudiante de Periodismo de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la UEES
Código Estudiantil 2007174720
Cédula: 0915292908

1 Género
 Masculino
 Femenino

2 Edad
 16-18
 19-22
 23-26
 27 o más

3 Carrera

4 ¿Usted ve o lee noticias todos los días?
 Si
 No

Encuesta 1, realizada por internet, al grupo objetivo.

Fuente: Free Online Survey <http://freeonlinesurveys.com/s.asp?sid=0j5p27ooquc43rr85319>

Imagen 2

SurveyGizmo - Distribute - Pi x Identidad y política x

www.surveygizmo.com/s3/1113705/Identidad-y-pol-tica

Pin It Photo effects, vintage... Todos los periódicos d... Storify this The Daily Show With J... JTV Justin.tv - COCOA TV ... Other bookma

Identidad y política
Page One

1. ¿Qué significa para Ud. la política?

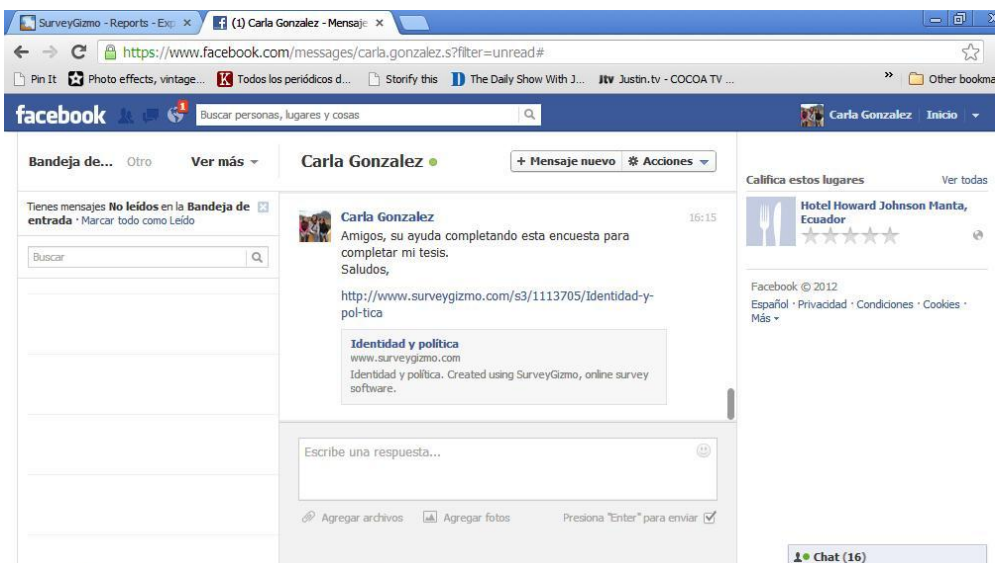
2. ¿Le interesa la política?

3. ¿Qué recuerda de la caída de los ex presidentes Lucio Gutierrez y Abdalá Bucaram?

Encuesta 2, difundida a través del internet al grupo objetivo

Fuente: Survey Gizmo

Imagen 3



Encuesta difundida a través de la red social Facebook al grupo objetivo
Fuente: Facebook