



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

**TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA EN LOS
MEDIOS IMPRESOS: ANÁLISIS Y COMPARACIÓN EN EL
ECUADOR**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

LÍNEA/S DE INVESTIGACIÓN:

Comunicología y gestión de la comunicación

AUTORA: Camila Barranco Rodríguez

ASESOR: Paulo Carlos López López

IBARRA, 17 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Ibarra, 17 de septiembre de 2019

Ph.D. Paulo Carlos López López
ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



(f.)

Ph.D. Paulo Carlos López López

C.C./Pasaporte: PAB301732

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f):

Ph.D. Paulo Carlos López López

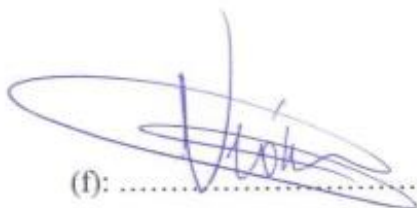
C.C. /Pasaporte: PAB30173



(f):

Mgs. Viviana Noemí Galarza Ligña

C.C. /Pasaporte: 100.300.252-2.....



(f):

Ph.D. Verónica Crespo Pereira

C.C. /Pasaporte: PAF6298.32..

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Camila Barranco Rodríguez, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 17 de septiembre de 2019

f) 

Camila Barranco Rodríguez

C.C.:1756476964

AUTORÍA

Yo, Camila Barranco Rodríguez, portador de la cédula de ciudadanía N° 1756476964, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del la autora, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): 

Camila Barranco Rodríguez

C.C.:1756476964

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: Camila Barranco Rodríguez, con CC: 1756476964, autor del trabajo de grado intitulado: “Transparencia de la información pública en los medios impresos: análisis y comparación en el Ecuador”, previo a la obtención del título profesional de “Licenciada en Comunicación Social”, en la Escuela de Comunicación Social.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 17 de septiembre de 2019

(f.).....

Camila Barranco Rodríguez

C.C. 1756476964

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este trabajo de investigación a mis padres, Hortensia y Ernesto, quienes me han apoyado siempre en mi carrera y en la vida, además han sabido guiarme hasta el día de hoy y en adelante siempre con mucho amor y comprensión incondicional.

Y por último a tres personas que me han acompañado en mi formación no solo profesional, sino también personal, mis amigas Alanis, Mishel y Solange, porque hicieron de estos cuatro años una aventura inolvidable hasta el último día y solo nosotras sabemos que una de las mejores cosas de este tiempo fue haber compartido juntas cada ocasión.

AGRADECIMIENTO

Doy las gracias a todas las personas que de una forma u otra han intervenido en mi educación, comenzando por mis padres y mis abuelos queridos, porque han contribuido a formar la persona y la profesional que soy hoy, siempre con mucha dedicación y cariño.

A mis profesoras queridas Elizabeth Gómez y Miriam Bordeaban quienes desde pequeña supieron darme el impulso que necesitaba para encontrar mi vocación.

A mis maestros de la primaria, secundaria y bachiller, quienes recuerdo con mucho cariño.

A mi asesor Paulo López quien estuvo hasta el último día apoyándome y asesorándome en este proyecto de investigación y además durante mi carrera de comunicadora, siempre con palabras gentiles y total disposición.

A la actual directora de la Escuela de Comunicación Social, Yalitza Ramos, quien en sus clases siempre nos motivó para sacar el trabajo adelante y con la mejor calidad.

De manera especial a todos los profesores que en estos cuatro años tuve el gran placer de conocer y de recibir sus conocimientos: Mariela Montenegro, Mónica Polanco, Julia Fontenla, Ana Culqui, Vivian Galarza, Nancy Ulloa, Carmelo Márquez, Elizabeth Granda, Verónica Crespo, Ximena Colorado, Remigio Cisneros, Israel Ramirez, Miguel Ángel Orosa, Angélica Tugumbango, Raúl Cevallos, Tatiana Estévez, Isabel Gómez, Luis Mesa, Verónica Mantilla, Ana Tocaín, Silverio Laquidaín, Ana Vaca, Aldo Romero, y Fanny Álvarez.

Por último pero no menos importantes a mis compañeras y compañeros con quienes compartí momentos inolvidables. Gracias por brindarme su amistad, su ayuda, su espíritu alegre, su solidaridad y su cariño durante estos cuatro años, pero sobre todo por ser únicos e inigualables, espero que perdure el sentimiento al pasar los años y que el camino nos vuelva a juntar.

ÍNDICE

| | |
|---|-------------|
| PORTADA | i |
| CERTIFICACIÓN DEL ASESOR | ii |
| PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL | iii |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS | iv |
| AUTORÍA | v |
| DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN | vi |
| DEDICATORIA | vii |
| AGRADECIMIENTO | viii |
| ÍNDISE | ix |
| | |
| 1 RESUMEN | xii |
| 2. ABSTRACT | xiii |
| 3. INTRODUCCIÓN | xiv |
| 3.1. Objetivo general | xvii |
| 3.2. Objetivos específicos | xvii |
| 3.3. Hipótesis y variables | xvii |
| | |
| 4. ESTADO DEL ARTE | 1 |
| 4.1 Transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información pública: de sus orígenes a la actualidad | 1 |
| 4.2. La transparencia en las sociedades democráticas | 9 |
| 4.3. Legislación: acceso a la información pública en américa latina | 14 |
| 4.4. Transparencia en las empresas informativas en el Ecuador | 21 |
| 5. MATERIALES Y MÉTODOS | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 5.1. Tipo de investigación | 26 |
| 5.2 Método | 26 |
| 5.2.1 Método analítico-comparativo | 27 |
| 5.2.2 Método descriptivo | 27 |
| 5.3 Metodología | 27 |
| 5.4. Técnicas | 28 |
| 5.4.1 Entrevistas estructuradas | 28 |
| 5.4.2 Observación | 29 |
| 5.5. Instrumentos | 29 |
| 5.5.1 Instrumento 1. Cuestionario | 30 |
| 5.5.2 Instrumento 2. Ficha de observación | 32 |
| 5.6. Población/ Muestra | 35 |
| 5.7. Procedimiento | 35 |
| | |
| 6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 37 |
| 6.1 Resultados del cuestionario (Instrumento 1) | 38 |
| 6.2 Resultados de la ficha de observación (Instrumento 2) | 46 |
| 6.2.1. Análisis del Bloque 1. Institucional, gobernanza y grupos de interés | 46 |
| 6.2.2. Análisis del Bloque 2. Gestión económica y de infraestructura | 50 |
| 6.2.3. Análisis del Bloque 3. Producción de información, participación e inclusión | 52 |
| 6.3 Ranking de transparencia | 59 |
| 6.4 Discusión | 60 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| 7. CONCLUSIONES | 63 |
| 8. RECOMENDACIONES | 67 |
| 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 69 |
| 10. ANEXOS | 78 |

1. RESUMEN

La transparencia es un concepto que se ha venido desarrollando progresivamente a través de los años, desde que Jeremy Bentham, filósofo y escritor inglés utilizó el término por primera vez. Actualmente se puede visualizar desde varias perspectivas, tanto como un mecanismo de prevención de la corrupción, como una práctica, un ideal o una herramienta que favorece la democracia y la participación ciudadana. Varios autores y organizaciones mundiales lograron descifrar la relevancia del tema y dedican sus trabajos a contribuir en la búsqueda de sociedades que transparenten su información pública, no solo a nivel de gobierno sino en un espacio mucho más general donde se incluya a todas las empresas e instituciones públicas y privadas. Entre estas empresas, se encuentran los medios impresos de comunicación, que pese a todos los esfuerzos y las legislaciones en la materia, aún no cumplen las leyes a cabalidad, ni posibilitan el ejercicio impecable de los derechos de participación y control social. De ahí que el objetivo general de esta investigación fue analizar la transparencia de la información pública en los medios impresos del Ecuador, a través de los conocimientos generales al respecto de los periodistas de los medios en cuestión, así como mediante el análisis de los datos económicos, institucionales y de participación que figuran en sus páginas webs. Las dos técnicas utilizadas en esta investigación, entrevistas estructuradas aplicada a dieciséis profesionales de medios impresos y la generación de una ficha a través de la observación de 40 indicadores divididos en tres bloques, permitieron establecer un ranking de transparencia de los siete medios estudiados. A pesar de que ninguno de los siete medios alcanzaron un puntaje superior a 50, el mayor puntaje lo obtuvo El Universo, por lo que según esta investigación, es el que realiza un mejor trabajo transparentando su información pública. Además, se determinaron que en general las principales falencias que tienen los periódicos analizados en la materia son varias, pero resaltan la falta de conocimiento de sus profesionales sobre las legislaciones que regulan la transparencia, la no utilización de la web y las redes sociales como herramientas para difundir los datos públicos. Además, el proceso de aplicación de las leyes no se cumple y es deficiente la regulación de la norma. Por último, también se determinó que las áreas con más bajo nivel de transparencia son la institucional y la económica y que los datos publicados no se encuentran accesibles y comprensible para todos los públicos.

Palabras clave: Transparencia, información pública, legislación, medio impreso.

2. ABSTRACT

Transparency is a concept that has been progressively developed over the years, since Jeremy Bentham, an English philosopher, and writer, used the term for the first time. Currently, it can be seen from various perspectives, as a mechanism to prevent corruption, or as a tool that improves the quality of democracy and citizen participation. Several authors and global organizations deciphered the relevance of the issue and dedicated its work to contribute in the search for societies that transparent their public information, not only at the government level but in a more general space where all public and private companies and institutions are included. Between these entities are the print media, which despite all the efforts and legislation in this area, still do not fully comply with the laws, and besides, don't allow the flawless exercise of the rights of participation and social control. Hence, the purpose of this research is to analyze the transparency of public information in the print media of Ecuador, through the general knowledge about the journalist of the media in question, as well as through the analysis of economic data and institutions that appear on their websites. The two techniques used in this research, structured interviews applied to sixteen journalists, and the analysis of 40 indicators divided into three blocks, allowed establishing a transparency ranking of the seven media studied. Although none of the media reached a score higher than 50, El Universo obtained the highest. As a consequence of the present research, the mentioned media is the one that performs a better job by making its public information more transparent. Besides, it was determined that the main shortcomings of the newspapers analyzed are several, but highlight the lack of knowledge of its professionals on the laws related to transparency, the non-use of its webs and social networks as tools to spread public data. Also, the process of laws applying are not being kept, and the regulation is deficient. Finally, it was also determined that the areas with the lowest level of transparency are the institutional and the economic, but also the published data are not accessible and understandable for every audience.

Keywords: Transparency, public information, legislation, printed media.

3. INTRODUCCIÓN

El desarrollo humano se percibe en gran medida mediante los procesos de comunicación y la información que se genera, la cual posteriormente se transforma en conocimiento. Partiendo desde lo más básico se entiende, por tanto, que no hay sociedades que puedan avanzar sin la una o la otra y en este punto radica su importancia.

Para que estos mecanismos de comunicación se instauren adecuadamente, se han intercalado mediadores sociales para transportar la información de un extremo a otro. Los medios impresos de comunicación, que serán analizados en esta investigación, constituyen un ejemplo de estos medidores, vistos según Carey (1997) como “constructores/voceros de discursos a partir de los cuales se pueden configurar un escenario de posiciones y la opinión pública” (Citado por Villafranco, 2005). Su papel en diversas esferas de la vida cotidiana es, por lo tanto, edificar sociedades más democráticas y participativas.

Aunque el proceso comunicativo sigue siendo el mismo que describió Laswell en la década de los 40' del siglo XX, emisor, mensaje y receptor, las formas ya no lo son, sobre todo si tenemos en cuenta que los medios de comunicación se han convertido en “el primer poder dentro del mundo actual” (Gutiérrez, Rodríguez & Gallego, 2010). Este protagonismo los convierte en los principales exponente de la realidad e impulsa imperiosa necesidad de recibir una información transparente y de calidad.

Un sistema mediático transparente es aquel que desde todas las aristas, da la posibilidad a los ciudadanos de contemplar cómo se toman las decisiones y cómo se ejerce la autoridad. Para que se materialice en una realidad objetiva se debe presentar la información a la ciudadanía, pero además proveer toda la información que soliciten los ciudadanos (Morales, 2008). En este caso el problema no surge con el ejercicio en sí, sino con su aplicación, ya que involucra el acceso a la información, el derecho a la misma y la libertad de expresión.

Además, a través de los marcos legales de cada país donde se protege el derecho al acceso a la información pública y la transparencia de la misma, se generan espacios para dar cabida a estos procesos como una obligación y no como una opción. Por otra parte, la transparencia de los medios impresos de comunicación no debe mirarse como un requerimiento, sino como una correspondencia con el ciudadano. En este sentido, es importante que el estudio llevado a cabo en este trabajo responda las siguientes preguntas, siempre aplicadas al Ecuador: ¿Los medios impresos de comunicación transparentan su información corporativa?, ¿Son las leyes en la materia suficientes?, ¿Se cumple el principio de transparencia y de acceso a la información pública?, ¿Sobre la base de estas leyes se construyen sociedades más democráticas y participativas?

Esta investigación analiza la información pública de siete medios impresos en el Ecuador, incluyendo en la muestra tanto públicos como privados. La importancia del estudio radica en que se aplicará por primera vez esta metodología a la prensa escrita. De la misma manera, su valor teórico se debe a la fusión del principio de rendición de cuentas y la transparencia a un espacio supraestatal. Por otra parte su pertinencia se evidencia a través de la ausencia de investigación reportada sobre este tema a pesar de su importancia. Además involucra a dos actores principales, los medios impresos de comunicación y los ciudadanos, que deben adaptarse a las leyes que giran en torno a la transparencia y acceso de la información, teniendo en cuenta la triple función de la transparencia: i) el acceso a la información pública, ya que solo a través de la exigencia ciudadana se puede llegar a formalizar el Estado democrático de Derecho (Gutiérrez, 2008); lo que desencadena en ii) el empoderamiento ciudadano, empujando a las autoridades a servir como los guardianes de la información para la sociedad y no como sus legítimos dueños y finalmente iii) logrando una democracia participativa, porque la información es un fundamento esencial de esta a todo nivel (Mendel, 2009).

En el Ecuador son varios los documentos legales que recogen el derecho a la transparencia informativa y al libre acceso de la información pública, entre ellos, en 2004 se aprobó la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), sin embargo, aún después de 14 años de encontrarse vigente se registra un alto grado de incumplimiento

(Cajas, 2014), esto puede deberse a que no transparentan toda la información pública debida, como por ejemplo la gestión de los recursos colectivos a través de rendición de cuentas, los planes operativos o la constitución de los Consejos de Administración.

Según el Centro de Derecho y Democracia (CLD, por sus siglas en inglés), que se dedica a agrupar y clasificar las leyes nacionales de acceso a la información para evaluarlas como instrumentos legales, basándose en un análisis detallado de sus diferentes disposiciones legales, mecanismos de cumplimiento, accesibilidad en línea y otros factores, con la finalidad de asegurar el acceso público a la información (Orme, 2017), hasta el año 2018, la clasificación de la ley ecuatoriana ocupa el número 82 de 123 países en total, lo que denota un déficit en la misma.

Tenido en cuenta lo anteriormente expuesto el problema científico de esta investigación radica en la potencial falta de transparencia de la información pública en los medios impresos del Ecuador, a pesar de existir los mecanismos jurídicos establecidos a este efecto. Un análisis de la situación actual en una muestra de estos medios, permitirá establecer la calidad y eficiencia de la transparencia, así como su influencia en el desarrollo de una sociedad democrática.

Si bien el Estado se ha preocupado por asumir su responsabilidad al respecto, garantizando el derecho de acceso a la información pública a través de la transparencia informativa dentro de su legislación, las cifras demuestran que no es suficiente. Aunque se establezcan varios cuerpos legales sobre la materia, estos nunca serán eficientes si no se cumplen a cabalidad y posibilitan el impecable ejercicio de los derechos de participación y control social.

3.1 Objetivo General

Analizar la transparencia de la información pública en los medios impresos del Ecuador, mediante el análisis de los datos económicos e institucionales que figuran en sus páginas webs, así como a través de los conocimientos generales al respecto de los periodistas de los medios en cuestión.

3.2 Objetivos específicos

- Conocer y analizar las normativas referentes a la transparencia de la información pública en los medios de comunicación del Ecuador.
- Comparar la práctica de transparencia informativa entre los medios impresos del Ecuador involucrados en el estudio.
- Determinar si los medios impresos del Ecuador cumplen el principio de transparencia en la difusión de su información pública.
- Constatar que la práctica de transparencia de la información funciona como un mecanismo que garantiza el ejercicio del derecho de participación ciudadana.

3.3 Hipótesis y variables

H1: El cumplimiento de las normativas sobre transparencia de la información pública en el Ecuador conlleva a un grado más elevado de calidad de la información y de participación ciudadana.

H2: Los medios impresos no son lo suficientemente transparentes en su información de carácter institucional y económico.

Variables independientes

H1: El cumplimiento de las normativas sobre transparencia informativa.

H2: Los medios impresos.

Variables dependientes

H1: El grado de calidad de la información y de participación ciudadana.

H2: La falta de transparencia.

4. ESTADO DEL ARTE

4.1. Transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información pública: de sus orígenes a la actualidad

El desarrollo del concepto de la transparencia no es actual, se viene desarrollando desde hace muchos años tanto en el ámbito de la administración pública como privada, a veces como un mecanismo de prevención de la corrupción, otras como una práctica, un ideal, una herramienta que favorece a la democracia y la participación ciudadana.

Este concepto ha ramificado en muchos espacios, por lo que es difícil aportar una sola definición, la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCED) entiende la transparencia como “...el proceso por el cual la información de las condiciones existentes permite ser accesada para la toma de decisiones y acciones, de manera visible y entendible” (De León, 2008), esta definición es amplia, ya que abarca todo tipo de información y el acceso que se tiene para llegar a ella, en cambio para el Banco Asiático de Desarrollo (ADB, por sus siglas en inglés) se trata de “la disponibilidad y claridad de información al público general acerca de reglas gubernamentales, regulaciones y decisiones” (De León, 2008), mostrando un lado más rígido de la transparencia enfocado en normativas y en los poderes del estado dirigido a la protección de derechos de la sociedad.

Varios autores consideran que el concepto ha cobrado un carácter “cuasi-religioso en el debate de la gobernanza y diseño institucional” (De León, 2008), aunque los entes rectores se han centrado más en teorizarla que en ponerla en práctica.

Si retrocedemos al pasado encontramos que en el siglo IV a.c. Aristóteles ya hacía alusión al concepto. En su libro “La política” este filósofo fue capaz de manifestar la importancia de que la información de los gobiernos llegue de forma veraz a los ciudadanos como parte de un beneficio social (Medranda, 2017).

Durante el siglo XVII, la transparencia ya se convirtió en un elemento clave de la corriente liberal por los Tratados de John Locke:

(...) el poder político sólo se puede comprender si lo derivamos de su origen, de aquel Estado en que todos los hombres se encuentran por naturaleza... libremente, dotados de la mismas ventajas y por lo tanto, depositarios de los mismos derechos, derechos que le otorguen el poder tener vista de cómo proceden las cosas del Estado (...) (De León, 2008). En el siglo XVIII, Immanuel Kant impone un discurso sobre la apertura, las reglas y las leyes, aportando al Estado de Derecho kantiano la opinión pública libre y rompiendo totalmente con el Estado de Secreto (Sorrentino, 2015). En la misma época, Jean-Jaques Rousseau concordó con este pensamiento, al describir la oscuridad informativa como enemiga de las sociedades y resaltar que el trabajo realizado por los servidores públicos debe estar supervisado por entes externos, pues esta constituye la única manera para evitar enredos y conjeturas (De León, 2008).

Estos pensadores lograron descifrar la relevancia del tema y dedicaron innumerables trabajos en dejarlo plasmado para las sociedades que florecían. De igual forma, hubo acontecimientos históricos que marcaron un antes y un después, por ejemplo, las comunidades de Nueva Inglaterra que se asentaron en territorio estadounidense en el siglo XVIII fueron las creadoras de los primeros cara a cara entre el pueblo y los servidores públicos, como primeros exponentes de lo que posteriormente pasarían a ser requisitos indispensables de las sociedades democráticas actuales.

El término “transparencia” *per se*, se utilizó por primera vez por Jeremy Bentham, filósofo y escritor inglés que vivió desde finales del siglo XVIII, hasta inicios del XIX, fue considerado el padre del utilitarismo y expresó que “es una verdad indisputable y una de las bases de la ciencia política, entre más estrictamente seamos vigilados, mejor nos comportamos” (De León, 2008). Con esta frase, puso de manifiesto la importancia de establecer controles (vigilancia) capaces de garantizar el correcto comportamiento de aquellos que son los encargados de servir a la sociedad.

En el campo legal, la transparencia no se consolida hasta el siglo XVIII cuando aparecen las primeras leyes relativas a este tema y se determina que el acceso a la información pública puede ser definida como:

“la prerrogativa de la persona para acceder a datos, registros y todo tipo de informaciones en poder de entidades públicas y empresas privadas que ejercen gasto público y/o cumplen funciones de autoridad” (Villanueva, 2003).

La transparencia era y es adicionalmente definida como “un derecho fundamental por medio del cual toda persona puede conocer la información que se genera por posesión, uso o administración de recursos públicos, a menos que existan razones para mantenerla protegida.” (ITEI, 2018)

Resulta evidente que para las sociedades modernas, la transparencia se convierte en un parámetro a tomar en consideración en aras de garantizar una verdadera democracia. Para ello, se deben garantizar los mecanismos legales que contribuyan a que toda la información relacionada con el gasto público fluya de manera abierta y organizada, llegando a los veedores de la misma, la sociedad.

El 2 de diciembre de 1766 nace la primera Ley de Acceso a la Información en Suecia como parte de la Ley de Libertad de Prensa -Freedom of the Press Act -. Posteriormente, en pleno auge de la revolución francesa de 1789 se aprueba en Francia la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano, propiciando la posterior aparición de nuevas leyes relacionadas con la transparencia, por ejemplo los artículos 14 y 15 de la Declaración antes mencionada:

“Art. 14 Todos los Ciudadanos tienen el derecho de comprobar, por sí mismos o a través de sus representantes, la necesidad de la contribución pública, de aceptarla libremente, de vigilar su empleo y de determinar su prorrata, su base, su recaudación y su duración.

Art. 15 La Sociedad tiene derecho a pedir cuentas de su gestión a cualquier Agente público.” (Medranda, 2017)

En 1946, la Asamblea General de las Naciones Unidas declara que “la libertad de información es un derecho humano fundamental y (...) la piedra angular de todas las libertades a las que están consagradas las Naciones Unidas”, y que recoge “el derecho a juntar, transmitir y publicar noticias”. (Citado por Blanes, 2013)

En algunos países se le ha concedido a la transparencia la naturaleza jurídica de derecho fundamental como en las Constituciones de Perú y Ecuador, ya que se ha determinado que la falta de información “podría vulnerar otros derechos fundamentales, como el derecho de defensa”, pero aún son mayoría los Estados en donde no se ha reconocido, como por ejemplo en España y Alemania (Blanes, 2013).

Siguiendo la cronología, en 1951 Finlandia adopta una Ley de acceso a la información y en 1966, Estados Unidos regula el acceso a la información a través de la Ley sobre Libertad de Información -Freedom of Information Act- (FOIA). Algunos años después, varios países europeos aprobaron leyes sobre el acceso a la información pública, como Noruega y Francia, en 1970 y 1978, respectivamente (Blanes, 2013).

El derecho de acceso a la información pública no solo sirve como mecanismo para combatir la corrupción, lograr la transparencia de las empresas, o reducir los rumores de los medios, sino que se convierte en una herramienta para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Esto se debe a que la opinión pública y las decisiones colectivas están basadas en la información que poseemos, si esta corresponde solo a una parte o está vinculada solo a un lado de la moneda, el dictamen correrá la misma suerte. Por tanto, como señala Villanueva (2003), no se trata solamente de las vigencias de las leyes, sino de la eficacia social de las mismas.

En la misma línea, el artículo 19 del Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966, al agrupar algunas restricciones básicas al ejercicio del derecho de acceso a la información expresa que este debe: “a) asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, y b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas” (Citado por Blanes, 2013).

La transparencia, como la describen López y Medranda debe asumirse como una herramienta que permita a los servidores públicos legitimar de manera adecuada su gestión (rendir cuenta) (2016). Si tenemos en consideración como se aplica en la actualidad, tanto por el debate público como académico, este concepto tiene dos dimensiones, una legal y otra política. Por un lado, la arista legal se refiere a los “mecanismos institucionales diseñados para asegurar que las acciones de los funcionarios públicos estén enmarcadas legal y constitucionalmente” (Peruzzotti, 2007), esto implica la implementación de regulaciones y procesos que coadyuven a asegurar la transparencia eficiente de la información. En cambio la dimensión política se refiere a “la capacidad de la ciudadanía para hacer que las políticas gubernamentales reflejen sus preferencias” (Peruzzotti, 2007) y así se determina si un gobierno brinda a los ciudadanos las herramientas necesarias para que estos se hagan escuchar y si además se toman las medidas necesarias con aquellas instituciones que no cumplen con los reclamos.

Ambos procesos simbolizan, según Gonzáles y Nash (2011), “una de las áreas del vasto campo de la ética política democrática” (López, Rodríguez & López, 2018), ya que constituyen mecanismos que vigilan y sancionan el camino que toman todos los recursos públicos desde el área social, hasta la económica o política.

Además, según Peruzzotti (2007) el papel de la rendición de cuentas dentro de los procesos sociales se enmarca en dos funciones principales. En primer lugar se encarga de generar confianza social en la democracia, ya que las instituciones de control representan, como lo

ha señalado Guillermo O'Donnell, la "institucionalización de la desconfianza", es decir, el establecimiento de reaseguros institucionales que actúen siempre que se vea traicionada la confianza que el ciudadano ha depositado en cierto servidor público, sea funcionario o político. En segundo lugar, la rendición de cuentas es responsable de la institucionalización de mecanismos de señalamiento, porque "tanto los mecanismos de rendición de cuentas políticos, como legales actúan como una red de señalamiento que permite corregir y mejorar políticas públicas y prácticas institucionales" (Peruzzotti, 2007).

La rendición de cuentas o *accountability*, determina por tanto que lo que para algunos es un deber, para otros es un derecho y considera a las dos partes involucradas, tanto a los que rinden cuentas, como a los que las exigen, a través de diversos controles. Como mencionó el politólogo Guillermo O'Donnell hace más de diez años, estas pueden ser verticales o horizontales, el primero se refiere al que se ejerce de la sociedad hacia el Estado y el segundo entre agencias de Estado, lo que implica que quien debe dar cuentas, está al mismo nivel de quién las exige (Schedler, 2008).

En el siglo XX la panorámica se expande a tres grandes áreas según De León (2008), **la transparencia en las relaciones internacionales** después de la Primera Guerra Mundial, causado por la nueva diplomacia enfocada en obtener el menor número de daños después de la guerra; **la transparencia a nivel de Gobierno Nacional** impulsada por nuevos ideales sobre puertas abiertas y **la transparencia corporativa** que se vierte sobre las grandes empresas y corporaciones que se vieron obligadas a cambiar su difusión de información para adaptarse a novedosos paradigmas económicos. Además, según Ramirez (2013), aparece una nueva cultura de rendición de cuentas y se comienza a legislar de una forma mucho más seria el acceso a la información pública, lo que trajo como consecuencia la aparición de nuevas normativas.

Para que este proceso se complete adecuadamente, es necesario que se genere un espacio donde la información se haga pública y también de fácil, gratis y rápido acceso para la

ciudadanía, que al mismo tiempo se mantenga actualizada y que no se dude de su autenticidad. En pleno siglo XXI, la web adopta un papel fundamental ya que se convierte en la plataforma idónea para hacer esto posible e impulsar que todas las empresas e instituciones puedan publicar libremente sus datos.

Teniendo en cuenta esta premisa, las administraciones en la mayor cantidad de países incluido el Ecuador, están transitando, como señalan López y Medranda (2016), de la patrimonialización de la información que va “alimentando una democracia de baja calidad donde un grupo muy reducido tiene acceso a la información al poder”, a la transparencia reactiva donde la ciudadanía “tiene la potestad legal, y en función de unos procedimientos y unos plazos estipulados, de solicitar cierto tipo de información al sector público”, para llegar a la transparencia proactiva, que se encarga de sustentar “la democracia participativa” (Citado por López, Vaca, Rodríguez, 2017).

A pesar de estos avances en la materia, el acceso a la información pública debería alcanzar plenamente una serie de características que Blanes (2013) señala, como:

1- De carácter obligatorio: Las empresas que posean información pública o de interés general no deberían ser libres de facilitarla o negarla, porque dichos datos pertenecen a las personas.

Son las entidades poseedoras de la información quienes están obligadas a prestar este servicio, bien respetando el derecho de acceso cuando los ciudadanos lo ejercitan, bien difundiendo de forma activa, de oficio, dicha información de interés general. Sería correcto “pasar de la función de información administrativa a la obligación de información administrativa, no sólo para informar sobre los derechos y obligaciones de los ciudadanos, sino también para permitir el control y la participación ciudadana” (Blanes, 2013).

Durante la crisis financiera mundial del 2008, se evidenció la imperiosa necesidad de aumentar la transparencia de los mercados y se incrementó el repudio de la sociedad tanto a la corrupción como al manejo desacertado de los recursos públicos (Blanes, 2013). Este contexto provocó que todas las entidades que manejen presupuesto del estado deban rendir cuentas con carácter obligatorio, lo que implica comunicar de manera fehaciente todas sus actividades y resultados de forma activa, lo que implica que esta acción no se restringe únicamente a la petición expresa de un ciudadano, sino que debe realizarse de manera continua y actualizada (Blanes, 2013).

Con la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), nace una nueva tenencia de colocar la información interna de las empresas en portales públicos de Internet, donde las personas puedan acceder libremente desde cualquier lugar, posibilitando a la población un acceso en tiempo real a la información, así como controlar el gasto público de mejor manera.

2- De carácter universal: Debe partir de la esencia de un sistema democrático, donde para la población no resultan únicamente importantes “los servicios clásicos educativos, sociales, sanitarios o de transporte. El servicio público de información también constituye una necesidad real de primer orden, ya que, sin información no hay participación y sin participación no existe una democracia real y efectiva” (Blanes, 2013).

Esto implica que es extremadamente importante, garantizar mecanismos de información abiertos y de calidad, que además fomenten la participación ciudadana, como premisa fundamental de un sistema democrático abierto y participativo.

3- Continuo y de calidad: Como ya se ha mencionado anteriormente la información pública que por derecho pueden exigir los ciudadanos no debería por ningún motivo ser parcial y además tendría que ser actualizada cada año, teniendo en cuenta que las empresas cuentan con las tecnologías para modernizar la forma de circular estos procesos.

4- Accesible: “La información pública o de interés general debe ser facilitada de forma accesible, de tal manera que cualquier persona, con independencia de sus discapacidades, pueda entender y comprender dicha información.” La única forma de saber si este principio se cumple es comprobando que el ciudadano la pueda utilizar. Muchas veces las empresas optan por una “transparencia opaca”, esto se corresponde a brindar o publicar mucha documentación, generalmente incompleta o ilegible, logrando de manera solapada la desinformación (Blanes, 2013).

Teniendo en cuenta los orígenes y las definiciones que se trabajan en este apartado sobre la transparencia, el acceso a la información pública y la rendición de cuentas, se puede observar que los tres tienen un denominador común, todos ellos son pilares de la democracia, porque una sociedad que no está bien informada no puede considerarse plenamente libre.

4.2. La transparencia en las sociedades democráticas

Desde hace varios años, la transparencia y la democracia son dos conceptos diferentes que coexisten en prácticamente todas las esferas sociales y se han relacionado a tal punto que no hay como pensar en una sin la otra, por lo que se puede determinar que “no puede ejercerse una verdadera democracia sin transparencia y al revés” (Arena, 1993, p. 9).

Desde la esfera política, la democracia tiene como regla general la transparencia. Como lo menciona Wolfe, es “el ideal político que aboga por el máximo de participación de todos los ciudadanos, a fin de crear una comunidad basada en la interacción mutua y respetuosa de todos, que se dirige hacia objetivos decididos de común acuerdo” (Martín, 1990, p.4).

La democracia está sustentada en un espacio público ampliado (Wolton, 1997) en donde según López, Rivera y Araújo (2017), “se realiza el proceso dialógico de la comunicación política”. De esta manera, cuanto más insistente, claro y conciso sea el flujo de información entre las instituciones y la sociedad, más transparencia existirá y, por tanto, una mejor

democracia (López, Rivera & Araújo 2017). Para progresar en este camino de democratización, una de las mayores preocupaciones es prever la corrupción.

En el Índice de Percepción de la Corrupción, elaborado anualmente por la organización de Transparencia Internacional (2017), que cataloga 180 países y territorios según indicadores elaborados por expertos y empresarios sobre el nivel de corrupción en el sector público, y que utiliza una escala de 0 a 100 puntos, donde 0 corresponde a muy corrupto y 100 a muy transparente, se determinó que más de dos tercios de los países obtuvieron una puntuación inferior a 50, y que el promedio fue de 43 (Figura 1).

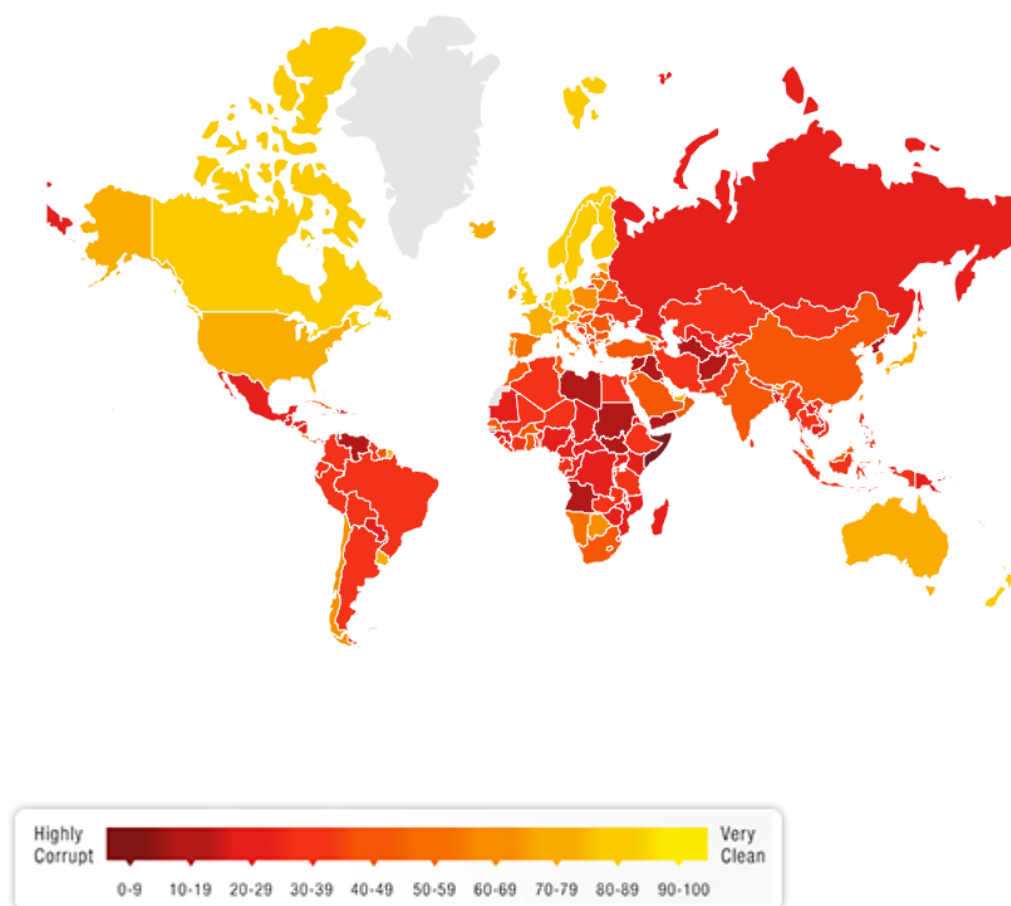


Figura 1. Índice de percepción de la corrupción 2017.

Fuente: Organización de Transparencia Internacional

Ecuador ocupa el puesto 117 con 32 puntos (el 1 se corresponde con el país menos corrupto, Nueva Zelanda), por detrás de otros países latinoamericanos como Bolivia y Argentina (112) y por delante de Nicaragua (151). El país mejor posicionado del continente es Uruguay que ocupa el puesto número 23, y el que tiene mayor índice de corrupción es Venezuela (169).

Teniendo en cuenta estos datos el panorama para Latinoamérica no puede considerarse positivo en materia de transparencia y corrupción, a pesar de que en la actualidad existan más auditorías y controles sobre ambos temas, resulta evidente que el problema no se ha erradicado. Esto no significa que “en el pasado no existiera con tanta o más intensidad” (López & Medranda, 2016), simplemente no existían todas las herramientas de control que tenemos en la actualidad y que se han desarrollado también gracias a las nuevas tecnologías.

Diecisiete de los veintiocho Estados que componen la Unión Europea (UE), reconocen el derecho de acceso a la información pública en sus Constituciones o en normas con valor constitucional (Ares, 2013). El primero de ellos en incluirlo fue Austria, que refiere el derecho de acceso a la información en el artículo 20 de su Constitución de 1929. Posteriormente, en 1949 Hungría lo incluye en el artículo 61 de su Constitución. En los años 70, Grecia, Portugal y España lo incluyen en sus constituciones de 1975, 1976 y 1978, respectivamente. En 1983, los Países Bajos reconocen este derecho en el artículo 110 de su Constitución. Es durante la década de los 90 cuando una mayor cantidad de países de la UE como Eslovenia y Rumanía en 1991; Eslovaquia, Lituania y Estonia en 1992; Bélgica en 1994; Polonia en 1997, así como Finlandia y Bulgaria en 1999; incorporan el derecho de acceso a la información pública en sus respectivas constituciones (Figura 2). (Ares, 2013)

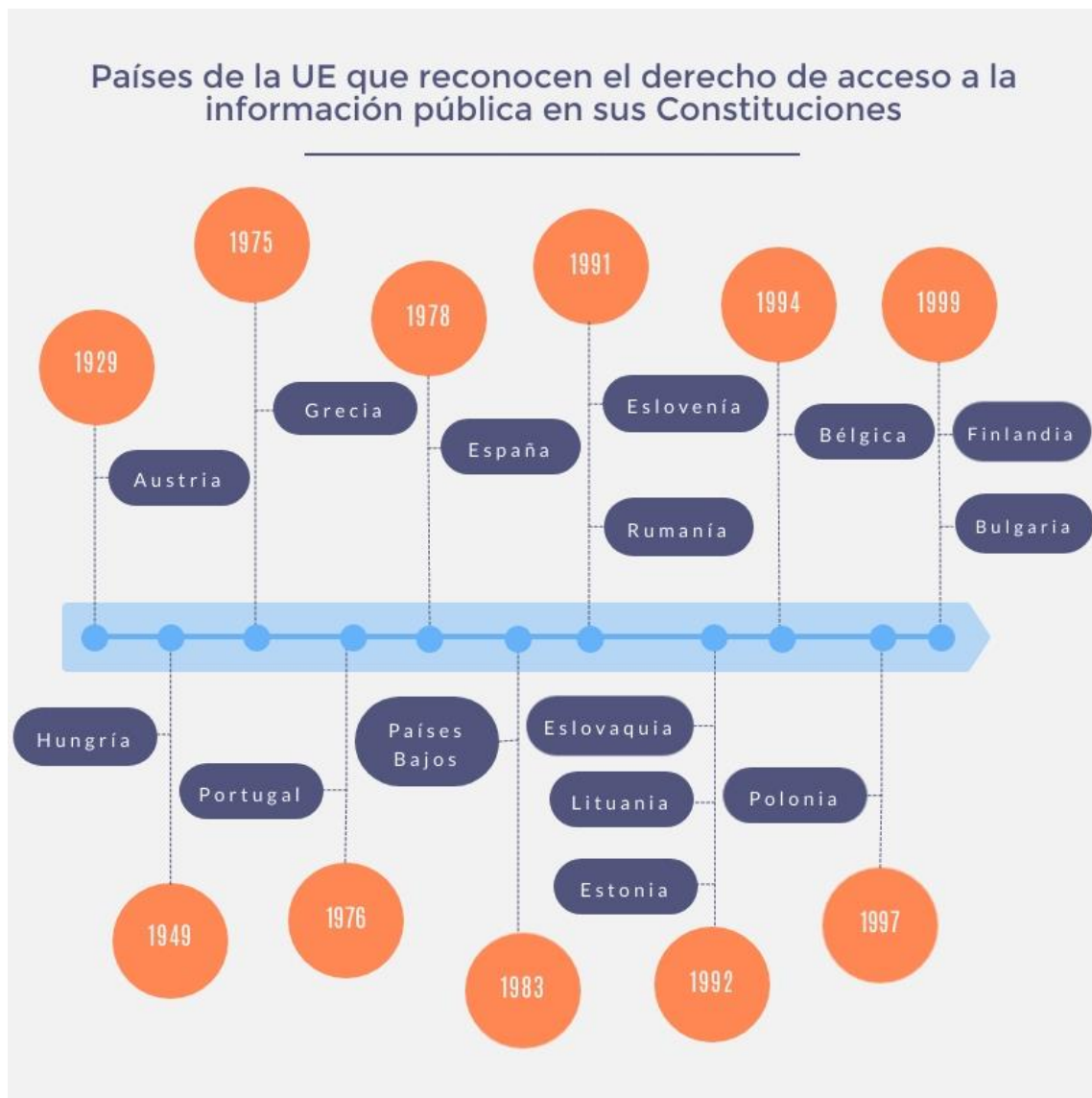


Figura 2. Países de la Unión Europea (UE) que reconocen en sus Constituciones el derecho de acceso a la información pública.

Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte aún hay países donde este derecho no se encuentra contemplado dentro de la constitución, sino tan sólo en la legislación específica sobre la materia. Como es el caso de Irlanda, Francia, Alemania, Italia, Dinamarca, Reino Unido, Letonia y Croacia.

El caso de Malta es distinto, porque

“carece de una ley general sobre acceso a la información o a los documentos administrativos. Este país tan sólo cuenta con cinco normas especiales que contienen previsiones relacionadas con el acceso a la información y que tienen por objeto la regulación de la prensa, los archivos nacionales, el Defensor del Pueblo, la protección medioambiental y la protección de datos.” (Ares, 2013)

Actualmente, Chipre y Luxemburgo no tienen regulado el derecho de acceso a la información pública.

Según la Organización de Estados Americanos (OEA, s.f.), respecto a América, para el año 2015, 22 países contaban con una ley que consagra el derecho de acceso a la información pública: Antigua y Barbuda, Brasil, Belice, Canadá, Colombia, Chile, Dominica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos de América, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, San Vicente, Trinidad y Tobago, y Uruguay.

Dentro de las sociedades democráticas, los poderes públicos deberían estar obligados a brindar información a los ciudadanos, de cualquier índole. Sin embargo, la práctica es muy diferente, ya que en dependencia de la legislación vigente en cada país, no todas las instituciones u organizaciones públicas están obligadas, ni en la misma medida.

En Chile, por ejemplo, como menciona el Artículo 2 de la “Ley chilena n° 20.285 sobre Acceso a la Información” de 2008, están obligadas a facilitar información las empresas públicas y las privadas en las que la participación del Estado en el accionariado sea igual o superior al 50%. En Ecuador, como señala el Artículo 1 de la “Ley orgánica ecuatoriana de Transparencia y Acceso a la Información Pública” de 2004, se amplía la obligación a las organizaciones no gubernamentales (ONG's) que reciban fondos públicos (Blanes, 2013).

Aunque todos estos esfuerzos legislativos son válidos, Martín (1990) destaca una importante relación entre la ética, el derecho y la política. Esta supone que deban ir de la mano para construir democracias y cuestiona la “autonomía normativa” que posee la política en relación a la moral y los derechos preestablecidos por las sociedades (p.1), ya que toda acción de empresas, instituciones u organizaciones, tanto públicas como privadas pasan por ese filtro.

Es un deber de los ciudadanos exigir la participación y control eficaz y para lograrlo “es necesario un sistema adecuado de rendición de cuentas” (López, Rodríguez & López, 2018) y un control eficiente del cumplimiento de las leyes en cada país.

4.3. Legislación: acceso a la información pública en América Latina

Como ya se mencionó, la primera ley que reconoció el derecho de acceso a la información fue la sueca en 1766 y hasta 1951 no se aprobó la segunda en Finlandia. Para 1990, solo 13 países habían desarrollado normativas referentes a la temática de los cuales solo Colombia que la introdujo en 1985, pertenecía a Latinoamérica, lo que significa que Europa y América del Norte avanzaron mucho más rápido en cuanto a la materia de transparencia, pero aun así, el avance a nivel global resultaba insuficiente.

En los años que siguieron las condiciones políticas y sociales de cada país se hicieron mucho más favorables dando paso a la generación de una gran cantidad de leyes relativas al acceso de la información pública, con más de 80 leyes establecidas a escala mundial, resaltando las 19 generadas en América Latina, específicamente en Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, la República Dominicana, Paraguay, Argentina, Brasil, Bolivia, El Salvador, Belice, Jamaica, Guyana y Uruguay (Figura 3) (Mendel, 2009).

Otro mecanismo utilizado para dar más protagonismo a este tema en la región fue la Conferencia Hemisférica sobre la Libertad de Expresión de 1994. Este evento fue organizado

por la Organización Nacional de Prensa y en él se redactó la Declaración de Chapultepec. Esta declaración tuvo gran relevancia a nivel global y regional, puesto que obligó a las autoridades a divulgar la información de las instituciones públicas a la ciudadanía (Medranda, 2017). Su vigencia se vio afectada por sus vacíos legales, pero si se consideró un paso hacia la democracia participativa y otros avances de transparencia.

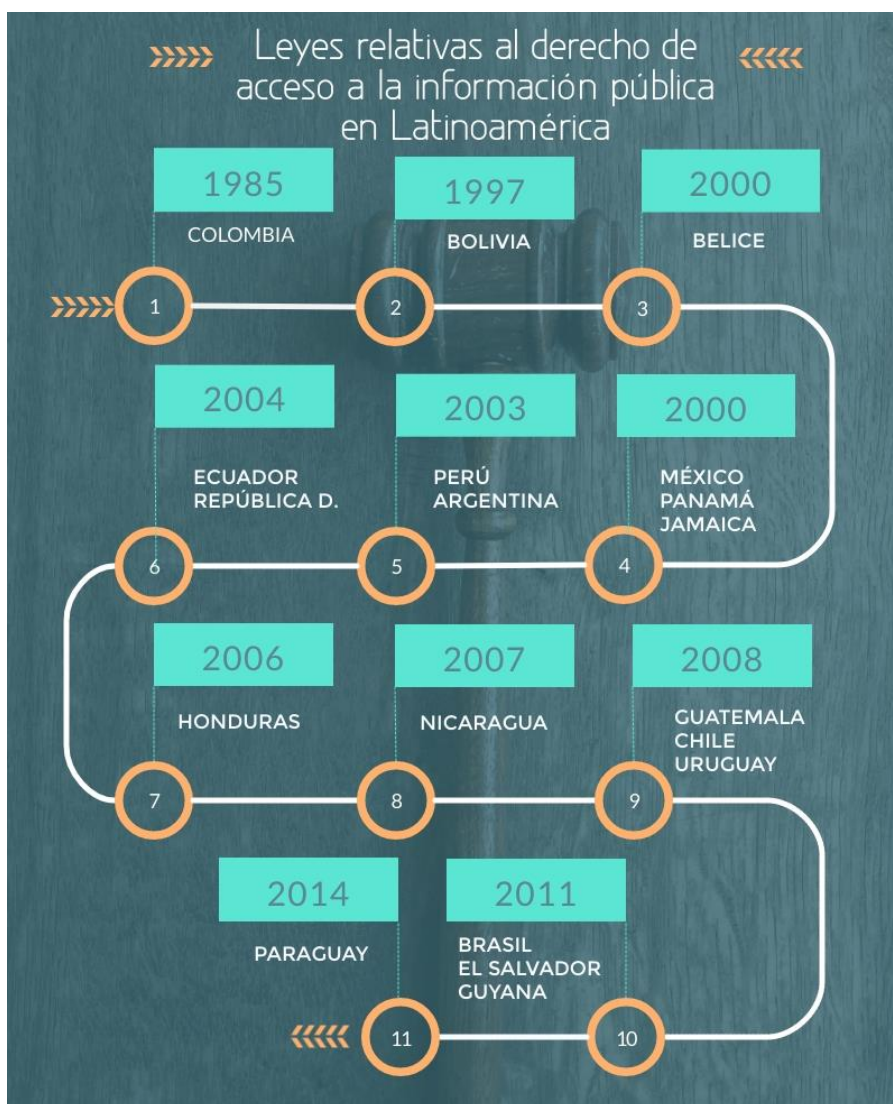


Figura 3. Línea cronológica de las leyes de acceso a la información pública en América Latina.

Fuente: Elaboración Propia

Posteriormente, encontramos que en el año 2000, la Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, desarrolló un proyecto de Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, para interpretar de una manera más profunda el Artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos sobre Libertad de Expresión:

“Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.” (1978)

Esta declaración sentaba las pautas a seguir por todos los países en relación al derecho de todos a una libertad de expresión de calidad y garantista.

En 2001 se redactó la Carta Democrática Iberoamericana que en su Artículo 3 menciona:

Art. 3: “Los Estados Partes convienen en considerar la aplicabilidad de medidas, dentro de sus propios sistemas institucionales, destinadas a crear, mantener y fortalecer normas de conducta para el correcto, honorable y adecuado cumplimiento de las funciones públicas y Mecanismos para hacer efectivo el cumplimiento de dichas normas de conducta.” (OEA, s.f.)

Durante la Declaración de la Cumbre de las Américas de Nuevo León, en 2004, se determinó que:

“El acceso a la información en poder del Estado, con el debido respeto a las normas constitucionales y legales, incluidas las de privacidad y confidencialidad, es condición indispensable para la participación ciudadana y promueve el respeto efectivo de los derechos humanos.” (OEA, s.f.)

Todos estos procesos garantes de la libertad de expresión han posibilitado el acercamiento de las ciudadanías con sus gobiernos a través del intercambio de información constante, generando confianza y participación, porque se involucra al pueblo en la toma de decisiones del Estado, construyendo así sociedades más democráticas.

A inicios del siglo XXI ya eran 16 países del continente latinoamericano los que contaban con una normativa sobre transparencia y accesos a la información, todas con similitudes y diferencias.

Por ejemplo en la Ley General de Libre Acceso a la Información Pública, No. 200-04, Artículo 1 de República Dominicana se determina que “cualquier órgano del Estado Dominicano, y de todas las sociedades anónimas...” están obligadas a brindar la información pública que la ciudadanía solicite, sin embargo en la Ley Para la Transparencia de la Gestión Pública de Panamá, en su Artículo 2 se menciona que además de las instituciones públicas también están obligadas “las empresas privadas que suministren servicios públicos...”, este también es el caso de Nicaragua y Uruguay.

En Ecuador la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública comprende un espacio más amplio, citando que deben brindar toda la información los

“organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades...las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's)...” (Art. 1, 2004)

En el caso de la rendición de cuentas en el Art. 88 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana se señala que:

“Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual o colectiva, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatoriano y montubio, y demás formas lícitas de organización, podrán solicitar una vez al año la rendición de cuentas a las instituciones públicas o privadas que presten servicios públicos, manejen recursos públicos o desarrollen actividades de interés público, así como a los medios de comunicación social...” (2010)

En cuanto a que se necesita para solicitar la información en el Art. 19 de la ley ecuatoriana sobre la transparencia se menciona que

“el interesado a acceder a la información pública que reposa, manejan o producen las personas jurídicas de derecho público y demás entes..., deberá hacerlo mediante solicitud escrita ante el titular de la institución. En dicha solicitud deberá constar en forma clara la identificación del solicitante y la ubicación de los datos o temas motivo de la solicitud...” (2004)

Países como Panamá en el Art. 2 de su ley, así como Perú en el Art. 7 y México en el Art. 16, insisten en que el ciudadano no deberá justificar ni las causas por las que solicita la información, ni los fines que le dará a la misma.

Si observamos en las legislaciones los datos que los diferentes gobiernos, instituciones u ONG están obligados a proporcionar podemos citar que en México según el Art. 7 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental deben publicar:

“...I. Su estructura orgánica; II. Las facultades de cada unidad administrativa; III. El directorio de servidores públicos, desde el nivel de jefe de departamento o sus equivalentes; IV. La remuneración mensual por puesto, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes; V. El

domicilio de la unidad de enlace, además de la dirección electrónica donde podrán recibirse las solicitudes para obtener la información; VI. Las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos; VII. Los servicios que ofrecen; VIII. Los trámites, requisitos y formatos; IX. La información sobre el presupuesto asignado, así como los informes sobre su ejecución, en los términos que establezca el Presupuesto de Egresos de la Federación; X. Los resultados de las auditorías al ejercicio presupuestal de cada sujeto obligado que realicen, según corresponda, la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo, las contralorías internas o la Auditoría Superior de la Federación y, en su caso, las aclaraciones que correspondan; XI. El diseño, ejecución, montos asignados y criterios de acceso a los programas de subsidio; XII. Las concesiones, permisos o autorizaciones otorgados, especificando los titulares de aquéllos; XIII. Las contrataciones que se hayan celebrado en términos de la legislación aplicable; XIV. El marco normativo aplicable a cada sujeto obligado; XV. Los informes que, por disposición legal, generen los sujetos obligados; XVI. En su caso, los mecanismos de participación ciudadana, y XVII. Cualquier otra información que sea de utilidad o se considere relevante.” (2002)

Datos similares también deben ser publicados por las instituciones o empresas ecuatorianas, sin embargo en Panamá o Perú, no se solicita por ejemplo hacer públicos los salarios, el uso de presupuesto, ni las contrataciones.

En lo que refiere a Información confidencial en la Ley de Acceso a la Información Pública de Guatemala, Art. 22 se destaca que se considera información confidencial:

“1. La expresamente definida en el artículo veinticuatro de la Constitución Política de la República de Guatemala; 2. La expresamente definida como confidencial en la Ley de Bancos y Grupos Financieros; 3. La información calificada como secreto profesional; 4. La que por disposición expresa de una ley sea considerada como confidencial; 5. Los datos sensibles o personales sensibles, que solo podrán ser conocidos por el titular del derecho; 6. La información de particulares recibida por el sujeto obligado bajo garantía de confidencia.” (2008)

En El Salvador por otro lado dentro de su Ley de Acceso a la Información Pública, en el Art. 19 que se dedica a la información reservada se incluyen:

“a. Los planes militares secretos y las negociaciones políticas a que se refiere el artículo 168 ordinal 7º de la Constitución. b. La que perjudique o ponga en riesgo la defensa nacional y la seguridad pública. c. La que menoscabe las relaciones internacionales o la conducción de negociaciones diplomáticas del país. d. La que ponga en peligro evidente la vida, la seguridad o la salud de cualquier persona. e. La que contenga opiniones o recomendaciones que formen parte del proceso deliberativo de los servidores públicos, en tanto no sea adoptada la decisión definitiva. f. La que causare un serio perjuicio en la prevención, investigación o persecución de actos ilícitos, en la administración de justicia o en la verificación del cumplimiento de las leyes...h. La que pueda generar una ventaja indebida a una persona en perjuicio de un tercero.” (2011)

En todas las leyes analizadas, destaca la definición expresa de toda la información que los entes involucrados están obligados a proporcionar, existiendo algunas diferencias u omisiones, sobre todo en lo concerniente a lo definido como confidencial.

Por otra parte, las sanciones ante el incumplimiento de estas leyes, también presentan diferencias notables en dependencia del país, por ejemplo en Panamá dentro de la ley Art. 20 se determina que “el funcionario requerido por el Tribunal que conoce del Recurso de Hábeas Data, que incumpla con la obligación de suministrar la información, incurrirá en desacato y será sancionado con multa mínima equivalente al doble del salario mensual que devenga” (2002)

En cambio en El Salvador las sanciones se dividen en leves, graves o muy graves y en correspondencia con ellos en el Art. 77 se determina que

“...a. Por la comisión de infracciones muy graves, se impondrá al infractor una multa de veinte a cuarenta salarios mínimos mensuales para el sector comercio y servicios. b. Por la comisión de infracciones graves, se impondrá al infractor una multa de diez a dieciocho salarios mínimos mensuales para el sector comercio y servicios. c. Por la comisión de infracciones leves, se impondrá al infractor una multa cuyo importe será de uno hasta ocho salarios mínimos mensuales para el sector comercio y servicios.”
(2011)

Si comparamos nuestra realidad con la de Europa, observamos que el proceso de regular la transparencia también ha estado marcado por la diversidad, donde las condiciones específicas de cada estado “se imponen a un deseable marco legal europeo armonizado en la materia,” a pesar de eso son 25 países de los 28 que conforman la Unión Europea (UE), los que cuentan con leyes en este campo actualmente (Puentes y López, 2018)

Aunque como menciona Blanes (2013) “se ha desarrollado una importante cultura a favor de la transparencia y acceso a la información pública” en el continente, la materialización de las mismas sigue siendo una debilidad, ya que a los gobiernos les cuesta mantener una transparencia constante, sobre todo en los casos de corrupción, limitando así los derechos de los ciudadanos y menoscabando la democracia en la región.

4.4. Transparencia en las empresas informativas del Ecuador

Como señalan Nieto e Iglesias, la empresa informativa es "el conjunto organizado de trabajo redaccional, creativo y técnico, bienes materiales y económicos, y relaciones comerciales, para difundir informaciones, ideas, expresiones artísticas o de entretenimiento, utilizando soportes o medios de comunicación social". (Citado por Scherer, 2003)

Dentro de las empresas informativas se encuentran, por tanto, los medios impresos y en el Ecuador según la guía de medios de la Superintendencia de Comunicación, existen 42 periódicos de las regiones Costa, Sierra y Amazonía.

En general, todas estas empresas, incluidas las de Ecuador, han estado sujetas a intereses, que pueden ser de índole político, social o económico, ya que a lo largo de la historia han demostrado ser dependientes de distintos poderes, quienes las utilizan como herramienta para generar opinión pública a su favor.

Se definen dos vías de transparencia dentro de estas empresas, por un lado la informativa, que solo se cumple si se le brinda a la sociedad los datos completos que se recogen durante la labor periodística, propiciando una mejor toma de decisiones. Por otro lado, deben ser garantes de la transparencia, por lo que deberían ser las primeras en transparentar su información corporativa, puesto que los ciudadanos, por ejemplo, tienen derecho a conocer las fuentes de financiación de las mismas (Crespo, s.f) así como todos los datos que se les exija. Desafortunadamente no sucede así, sobre todo en los medios de comunicación tradicionales; porque dependen de ciertos centros de dominio, una situación diferente a la que sucede en los nuevos medios digitales (Basallo, s.f).

Con esta perspectiva real, los medios se encuentran en posiciones poco favorables para realizar cualquiera de los dos ejercicios de transparencia que tienen asociados. Para mejorar este entorno, las leyes que giran en torno a esta temática no deben tener vacíos legales.

Ecuador no escapa de estas referencias, aunque como señalan Coronado, López, Medrada & Molina (2018), dentro del marco legal “el Estado ecuatoriano establece fundamentos que garantizan la transparencia en todos los niveles del servicio público, incluidas las entidades privadas que manejan bienes de interés general.” En la Constitución de la República del Ecuador (2008), la Ley Orgánica de Comunicación (2013), la Ley Orgánica de

Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP, 2004) y la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010), se establecen normas jurídicas que abalan la necesidad de mantener a la ciudadanía informada sobre las acciones que se realizan.

Los medios de comunicación ejercen su labor como un bien público, la información, por tanto debe rendir cuentas y están obligados a ser transparentes, aunque estos preceptos solo suelen vincularse con instituciones públicas (Coronado, López, Medrada & Molina, 2018), olvidando las empresas mediáticas, sobre todo las privadas.

El Art. 4. Literal a, de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), señala que: “a) La información pública pertenece a los ciudadanos y ciudadanas. El Estado y las instituciones privadas depositarias de archivos públicos, son sus administradores y están obligados a garantizar el acceso a la información.” (2004)

Además el Art. 7. En sus literales a, b, c, g, m, n y o sobre difusión de la información pública en un portal o página web menciona como obligatoria la publicación de:

- “a) Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos
- b) El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal;
- c) La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes;
- g) Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos;

- m) Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño;
- n) Los viáticos, informes de trabajo y justificativos de movilización nacional o internacional de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos;
- o) El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública...” (2004)

Con este artículo se propone de forma directa, como explican Coronado, López, Medrada & Molina, a Internet como el mecanismo más idóneo para visibilizar la transparencia institucional y sobre estas mismas bases nace el concepto de gobierno abierto, que como menciona Oszlak (s.f.), es una “filosofía acerca de cómo gobernar y de cuál es el rol que juegan el gobierno y los ciudadanos en la gestión pública y en sus resultados”, proponiendo un compendio democrático “más inclusivo y que prioriza la participación y la accesibilidad” (Coronado, López, Medrada & Molina, 2018).

También en el Art. 100 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana se indica que

“Todas las entidades que conforman el sector público o las entidades privadas que manejen fondos del Estado, realicen funciones públicas o manejen asuntos de interés público están obligadas a promover y facilitar el ejercicio del derecho de acceso a la información pública.” (2010)

Es evidente que en el cuerpo legislativo del Ecuador se hace hincapié en el derecho de transparencia, aunque, en la opinión de Merino (2008) citado por Coronado, López, Medrada & Molina (2018), “la transparencia no debe ser interpretada como una vitrina de documentos expuestos a la observación pública sino como un colectivo integral que permite un cambio sustancial a la hora de agenciar las competencias administrativas.”

Tomando en cuenta todo lo anteriormente mencionado, las empresas informativas cumplen un rol determinante, no solo como jueces y partes, sino como salvaguardas de los mecanismos que aseguren la transparencia. En este sentido, es importante que no solo se conviertan en veedores del cumplimiento de las normativas relativas a la transparencia por parte de todos los entes involucrados en este proceso, sino que deben ser capaces de desmarcarse de todos los poderes de cualquier índole, para de esa manera asegurar ante todo, su propia transparencia.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de carácter básico, ya que su papel es diagnosticar el estado de la transparencia de la información pública de los medios impresos en el Ecuador, con el afán de generar nuevos conocimientos dentro de este campo. Además, tiene un alcance sincrónico y retrospectivo porque estudia al objeto de estudio en la actualidad apoyándose de la evolución del mismo, llevando a cabo de esta manera un análisis de carácter transversal. En cuanto a su profundidad se puede percibir como explicativa, debido a que no solo se medirán las variables sino que además estudiaremos las relaciones de influencias entre ellas.

5.2 Métodos

El Problema Científico de este trabajo radica en la falta de transparencia de los medios impresos en el Ecuador en su información de carácter institucional, económico y participativo. La hipótesis de partida es que el análisis de varios factores nos permiten determinar que los medios impresos en el Ecuador, no son lo suficientemente transparentes en su información de carácter institucional, económico y participativo. Con el objetivo de corroborar la hipótesis planteada, se establecen las siguientes preguntas de investigación: ¿Los medios impresos de comunicación transparentan su información corporativa?, ¿Son las leyes en la materia suficientes?, ¿Se cumple el principio de transparencia y de acceso a la información pública?, ¿Sobre la base de estas leyes se construyen sociedades más democráticas y participativas?

Tomando en consideración estos componente, el principal objetivo de investigación es estudiar el comportamiento de la transparencia de la información pública en los medios impresos del país, mediante el análisis de los datos económicos, institucionales y participativos, que figuran en sus páginas webs, así como a través de los conocimientos generales acerca de esta temática, de los periodistas de los medios en cuestión.

Para poder alcanzar resultados y construir a partir de ellos conclusiones se plantean dos métodos de investigación:

5.2.1 Método analítico-comparativo

Como señala Abreu (2014), este método “realiza la distinción, conocimiento y clasificación de los distintos elementos esenciales que forman parte de una realidad determinada” y se apoya en la comparación e interrelación de sus componentes. Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, esta investigación examina la transparencia en relación a sus orígenes y evolución, las leyes que sobre la materia se han aprobado en Latinoamérica, .y por último la realidad de cómo viven el proceso de publicar y difundir su información pública los medios impresos en el Ecuador. Se utiliza además este método para comparar como los diferentes medios del país aplican las leyes vigentes sobre la temática, y de esta manera establecer cuál o cuáles están realizando un mejor trabajo.

5.2.2 Método descriptivo

Dicho método “se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones de otros autores” (Abreu, 2014). En esta investigación el método descriptivo se evidencia a través de la especificación de características y aporte de datos fundamentales para la misma sobre el objeto de estudio que es la transparencia informativa, esto nos permitirá una mejor comprensión del contexto en el que se desarrolla la temática en Latinoamérica en general y en el Ecuador de manera particular, para de esta manera poder responder las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos propuestos.

5.3 Metodología

La metodología seleccionada para desarrollar la investigación y cumplir los objetivos trazados, es la mixta “que implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos”, para de esta manera tener un panorama

más grande y profundo del fenómeno (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Además esta metodología tiene otra serie de beneficios como “neutralizar o eliminar sesgos de determinados métodos o que los resultados de un método contribuyan al desarrollo de otro” (Rodríguez & Valldeoriola, s.f.), como es el caso de esta investigación. Es viable también si tenemos en cuenta que “se trabaja con un bien de servicio público como es la información” (López, Rodríguez & López, 2018) y más específicamente con los procesos de producción de la misma en materia de transparencia. En este sentido, se recogerán opiniones y puntos de vista sobre la temática en el espacio geográfico delimitado, pero además se levantarán datos de índole numéricos que servirán para contextualizar la realidad actual y compararla en los medios impresos seleccionados.

El tipo de metodología mixta se plantea para aprovechar las fortalezas que tiene tanto la cuantitativa como a cualitativa y obtener una mayor comprensión del fenómeno que se estudia.

5.4 Técnicas

5.4.1 Entrevistas estructuradas

La utilización de esta técnica cumple con el objetivo de recoger criterios sobre la transparencia informativa en los medios impresos de comunicación del Ecuador, a través del contacto directo con personas que se desenvuelvan laboralmente en el campo. La selección de la muestra responde a dos razones, en primer lugar esta técnica se ajusta a los intereses investigativos relativos a esta temática, que busca respuestas concretas sobre la transparencia y el acceso a la información pública; y en segundo lugar porque “hoy en día existe una gran bibliografía que demuestra que las propiedades psicométricas de la entrevista aumentan cuanto más estructurado es su formato” (Choragwicka & Moscoso, 2007). Se determinó entrevistar a periodistas y directivos pertenecientes a siete medios impresos del país.

5.4.2 Observación

Para estudiar la realidad en el contexto de la transparencia de la información pública en los medios impresos, se determina observar la información que publican dentro de esta área en las páginas webs de los siete medios impresos del Ecuador que forman parte del estudio. Esta técnica, según Campo y Lule (2012), “es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer”; o sea, recoge de la forma más objetiva posible una realidad, ya sea para analizarla, compararla, describirla o explicarla desde un ángulo científico. A través de ella, se reúnen datos de carácter cuantitativo, por tanto el instrumento que apoya la técnica debe ser estructurado con la finalidad de avalar validez y confianza, así como estar sintetizado, para que permiten comparar de una manera más efectiva el cumplimiento de las leyes en la materia, que además se encuentren vigentes en el Ecuador.

5.5 Instrumentos

Para llevar a cabo esta investigación y cumplir con los objetivos trazados, se utilizan dos instrumentos que reúnen tanto carácter cualitativo como cuantitativo. El primer instrumento consiste en un cuestionario de siete preguntas estructuradas relacionadas con la transparencia y el acceso de la información pública en los medios impresos de comunicación vistos con una perspectiva de empresas. Este sondeo se aplica por vía telefónica, Internet (on line), e incluso en algunos casos presencial. El segundo instrumento radica en una ficha de observación, basada en 40 de los 60 indicadores propuestos en una investigación previamente reportada por Campos (2019) para estudiar la transparencia de nueve televisoras europeas mediante el análisis de las páginas web de sus corporaciones. La ficha en cuestión es adaptada a las necesidades específicas del presente trabajo y serán aplicadas a las páginas webs de los medios en cuestión. La misma divide los indicadores seleccionados en tres bloques:

- Bloque 1: Ámbito institucional, gobernanza y grupos de interés (14 indicadores).
- Bloque 2: Ámbito de gestión económica e infraestructura (7 indicadores).
- Bloque 3: Ámbito de producción de información, participación e inclusión (19 indicadores).

5.5.1 Instrumento 1. Cuestionario

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

1. ¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?
2. ¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?
3. ¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?
4. ¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?
5. ¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

6. ¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

7. ¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

5.5.2 Instrumento 2. Ficha de observación

Tabla 1

Ficha de observación bloque 1: Institucional, gobernanza y grupo de interés

BLOQUE 1. INSTITUCIONAL, GOBERNANZA Y GRUPOS DE INTERÉS

1. ¿Existe una sección dónde se informe de la historia del medio impreso?

2. ¿Se informa sobre la legislación aplicable al ente?

3. ¿Se informa sobre el método para designar a los miembros del Consejo Directivo u órgano similar, su composición y su retribución?

4. ¿Se publican las actas de las reuniones ordinarias y extraordinarias del Consejo Directivo?

5. ¿Se da información sobre el máximo responsable del medio?

6. ¿Se da información básica sobre el organigrama y se definen claramente las funciones?

7. ¿Existe un directorio claramente definido y accesible?

8. ¿Se publica un informe de rendición de cuentas?

9. ¿Existe una sección claramente definida con el nombre de transparencia y/o rendición de cuentas?

10. ¿Existe una sección llamada Responsabilidad Social Corporativa donde se informe de las acciones que lleva a cabo el medio impreso?

11. ¿Existe una sección de retroalimentación e informes de grupos de interés?

12. ¿Se publican los estatutos del medio impreso?

13. ¿Hay un código de buenas prácticas empresariales, como un plan de prevención de la corrupción o fomento de la transparencia y del buen gobierno?

14. ¿Existe un mapa o dirección dónde se indique la ubicación de la empresa?

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Ficha de observación bloque 2: Gestión económica y de infraestructura

BLOQUE 2. GESTIÓN ECONÓMICA Y DE INFRAESTRUCTURA

15. ¿Se informa de las subvenciones u otras aportaciones concedidas al medio impreso?

16. ¿Se publican las cuentas anuales con su correspondiente informe de auditoría?

17. ¿Existe una sección específica dónde se explicita la regulación de la publicidad?

18. ¿Se publica de forma detallada la inversión en tecnología, investigación, desarrollo e innovación?

19. ¿Existe una relación de puestos de trabajo con retribuciones por categoría?

20. ¿Se ofrece información sobre las condiciones laborales o convenio colectivo aplicable?

21. ¿Se informa de forma clara de las ofertas de empleo y de los procesos selectivos?

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Ficha de observación bloque 3: Producción de información, participación e inclusión.

BLOQUE 3: PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN, PARTICIPACIÓN E INCLUSIÓN

22. ¿Se da información básica sobre el Departamento de Redacción u órgano similar?

23. ¿Existen secciones que ordenen el contenido informativo del medio?

24. ¿El medio posee un buscador de datos y/o informaciones de carácter interno?

25. ¿Se ofrece la posibilidad de suscribirse a un newsletter?

26. ¿Se explicita la existencia de un libro de estilo o documento similar?

27. ¿Existe una política de protección de datos?

28. ¿Hay canales efectivos de participación/consultas/quejas para el público?

29. ¿Existen mecanismos de participación y/o retroalimentación sobre temas de actualidad? (ejemplo, encuestas on-line)

30. ¿Existe un espacio específico para la figura del Defensor del Lector o similar?

31. ¿Se proporcionan mecanismos para la valoración de los contenidos?

32. ¿Se puede ejercer el derecho de acceso a información pública?

33. ¿Existe un archivo histórico de contenidos?

34. ¿Existen códigos de tratamiento de la información sobre colectivos vulnerables y/o representación en sus contenidos?

35. ¿Se ofrecen datos sobre las políticas de promoción de la pluriculturalidad y/o plurilingüismo?

36. ¿Se muestra algún apartado para conocer el derecho de rectificación y/o réplica?

37. ¿La página web está adaptada a dispositivos móviles?

38. ¿Existen aplicaciones que permitan que los contenidos sean accesibles a las personas con algún tipo de discapacidad?

39. ¿Existen redes sociales operativas?

40. ¿Existe un widget que visualice el contenido de las redes sociales?

Fuente: Elaboración propia

5.6 Población/ Muestra

La presente investigación y sus instrumentos se aplicarán a dieciséis profesionales de la comunicación y las páginas webs de siete medios impresos del Ecuador, El Universo (EU), Extra (EI), La Hora (LH), El Tiempo (ET), El Diario (ED), Últimas Noticias (UN) y El Norte (EN), los cuales fueron seleccionados en base a los siguientes criterios.

1) El público objetivo de cada medio, de esta manera se cubre el objeto de estudio tanto a nivel nacional, con dos medios impresos representados, como regional y local con dos y tres medios representados, respectivamente.

2) Por la composición de su capital, utilizando en nuestro estudio seis medios impresos de capital privado y solo uno con fondos públicos.

3) Porque todos son medios impresos tradicionales que actualmente tienen presencia en el Internet a través de su página web.

4) Por su tamaño, teniendo en cuenta el personal contratado y la tirada de cada uno de los medios impresos analizados.

5.7 Procedimiento

Para la aplicación de los instrumentos, en el caso de la entrevista se contactó con los periodistas vía Skype, telefónica o por correo electrónico para en dependencia de su disponibilidad cumplir con el trabajo de campo. En este punto nos encontramos con obstáculos, dados por la negativa de periodistas de ciudades alejadas a la provincia de Imbabura de ser entrevistados o directamente con algunos que no respondían, a pesar de que

sus directivos ya habían autorizado la tarea. A pesar de ello se logró sondear a 16 profesionales de los siete medios impresos seleccionados.

En el caso de la ficha de observación, se elaboraron tres tablas a partir de los tres bloques con 60 indicadores propuestos en la investigación de Campos (2019), que fueron adaptados a la realidad de los medios impresos y reducidos a 40. Para cada uno se ha asignado un valor sobre 100: cumplido (✓), parcialmente cumplido (P) y no cumplido (X), con las siguientes puntuaciones: 2.5, 1.25 y 0 respectivamente, lo que posibilitará dar un valor concreto a la transparencia por cada medio impreso analizado.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como ya se señaló en la metodología, con el objetivo de corroborar o no las hipótesis planteadas en la investigación se utilizaron dos instrumentos. El primero consistió en un cuestionario de siete preguntas abiertas, que se aplicó a 16 profesionales a través de una entrevista sobre la transparencia de la información pública del medio impreso para el que trabajan. El segundo instrumento radicó en una ficha de observación en el cual se incluyeron 40 indicadores clasificados en tres bloques:

- Bloque 1: Ámbito institucional, gobernanza y grupos de interés (14 indicadores).

Partimos de entender la gobernanza como la ejecución de relaciones políticas entre varios actores que interactúan y se involucran en el proceso de decidir, ejecutar y evaluar decisiones sobre asuntos de interés público, de tal forma que se construya un sistema de calidad (Whittingham, 2010). El problema central en la gobernanza aparece con la dicotomía entre control e independencia y se resuelve como señalan Campos (2019), “integrando la institucionalidad del ente a través de cinco grandes dimensiones: la legalidad, el gobierno, la gestión propia de la organización, la responsabilidad social ante la sociedad y la referencialidad.” (2019)

- Bloque 2: Ámbito de gestión económica e infraestructura (7 indicadores).

Esta es una de las áreas más vigiladas porque se encarga del manejo de los recursos económicos y la infraestructura de las empresas. Los indicadores se construyeron primero en base a las subvenciones, segundo el uso de los recursos colectivos, tercero en función de las inversiones que realizan los medios y cuarto en concordancia a las relaciones laborales.

- Bloque 3: Ámbito de producción de información, participación e inclusión (19 indicadores).

Cualquier empresa que trabaje con la información debe incluir herramientas efectivas de participación e inclusión, así como una responsable producción de la información. Los indicadores de este bloque responden entonces a datos sobre el Departamento de Redacción, el orden correcto de contenido, la existencia de un buscador, la posibilidad de suscribirse, la publicación de un libro de estilo o código deontológico, políticas internas, canales de participación, un archivo histórico y redes sociales operativas.

La ficha se completó mediante el análisis de las páginas web de siete medios impresos del Ecuador: El Universo (EU), Extra (EI), La Hora (LH), El Tiempo (ET), El Diario (ED), Últimas Noticias (UN) y El Norte (EN). Los que fueron seleccionados por su público objetivo, la composición de su capital, por ser medio tradicionales que actualmente están presentes en la web y finalmente por su tamaño (cantidad de empleados y tirada anual).

6.1 Resultados del cuestionario (Instrumento 1)

Comenzando por las entrevistas, en la primera pregunta se destinó a conocer el conocimiento que tienen los profesionales de la comunicación sobre las leyes que abalan un correcto ejercicio de transparencia en el Ecuador. De los 16 profesionales de medios impresos entrevistados, solo un periodista reconoció la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) por su nombre y su contenido, cuatro señalaron a la Ley Orgánica de Comunicación como la garante del ejercicio de transparencia, nueve expresaron que existe una ley pero no conocen su nombre y desvarían en el área que abarca y dos mencionan no conocer de la existencia de un órgano público fiscalizador, ni otra ley en el país que regule la transparencia de la información pública. Ninguno de los entrevistados enunció la Ley Orgánica de Participación Ciudadana.

Estos resultados evidencian el desconocimiento parcial o total de las leyes que existen en el país en materia de transparencia. Esto representa un problema, porque no se puede aplicar correctamente lo que no se conoce. Los periodistas deberían estar familiarizados con estos cuerpos legales, no solo para cuando se vean en la necesidad de solicitar información pública de otras instituciones y construir contenidos, sino también para transparentar sus propios datos del medio de comunicación como empresa.

La segunda pregunta enmarcó dos cuestionamientos, por un lado ¿en qué medida las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? Todos coincidieron en que gracias a las nuevas tecnologías las empresas pueden transparentar su información pública de una forma más rápida, eficaz y actualizada, además de que llega con más facilidad a grandes grupos sociales, siempre y cuando tengan acceso a Internet. Algunos periodistas también coincidieron en que si bien puede considerarse positivo colgar la información económica en la web, los datos muchas veces se vuelven incomprensibles para los usuarios y se transforma en un simple monólogo de la empresa, por lo que se hace necesario encontrar vías más eficaces de retroalimentación, como menciona Coral (2019), periodista de Diario La Hora “la rendición de cuentas debe ser más humana.” En cambio otros expresaron su desconfianza ante estos procesos de visibilizar la información pública a través de Internet, señalando que si bien hay una ley que lo exige, muchos medios no la cumplen o no a cabalidad, por ejemplo las rendiciones de cuentas no están siempre actualizadas. Un arquetipo positivo podría ser Diario El Norte, quien a través de su canal de televisión digital El Norte TV transmite sus rendiciones de cuentas en vivo como señaló Barreto, periodista del medio.

El segundo cuestionamiento dentro de la pregunta dos hizo referencia a los obstáculos que pueden o no existir para que las personas accedan a la información pública de los medios impresos de comunicación. Seis entrevistados, señalaron que a su parecer no existe ningún problema para solicitar y obtener la información, en cambio cinco mencionan que si hay varios obstáculos señalando varios ejemplos como: i) que son pocas las empresas que transparentan su información, ii) la negativa de los directivos a entregar los datos veraces, iii) que la información interna es de carácter reservado o iv) que los medios privados no

tienen la obligación de propiciarla y los cinco periodistas restantes mantienen no tener conocimiento sobre el tema porque no han solicitado nunca este tipo de datos.

De esta pregunta se pone de manifiesto, que no solo existen problemas relacionados con el conocimiento o no de la ley correspondiente, sino que además se evidencia la existencia de obstáculos explícitos o no, cuando se trata de solicitar información relacionada con la transparencia.

La tercera pregunta se encaminó, entre otras cosas, a cómo las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas. Varios periodistas y directivos coinciden en que los medios de comunicación deberían ser ejemplos de transparencia, para ser el espejo sobre el que se miren las demás empresas, otros en cambio creen que se le debe dar el protagonismo a la sociedad.

Anchundia (2019), periodista de diario El Universo manifestó que este proceso en los medios privados es supervisado “por la Secom (Secretaría de la Comunicación). Se realizan anualmente con invitación al público, se publica en el sitio web y se remite a la autoridad de control.”

Además dijo que en el caso de El Universo,

“el informe tiene cuatro componentes: Definición del medio de comunicación, con los datos respectivos, entre ellos el nombre del representante legal; los objetivos del medio de comunicación y las acciones implementadas para su cumplimiento, información financiera, cumplimiento de obligaciones laborales, tributarias y de existencia legal, mecanismos para facilitar la participación ciudadana y el control social, el nivel de acogida a los planteamientos ciudadanos recogidos en el anterior ejercicio de rendición de cuentas, informe de los reclamos y réplicas presentados al medio, y procesos legales seguidos contra el medio.” (Anchundia, 2019)

A pesar de que en el caso de este diario el informe de rendición de cuentas tenga un carácter amplio como señala la periodista, debe responder a las inquietudes de los ciudadanos y hacer más accesibles y entendibles estos procesos para que puedan ser entendidos por cualquier estrato social. De todos los profesionales entrevistados solo dos, uno de Diario El Norte y otro de Diario El Universo señalan acercamientos acertados entre la sociedad y la rendición de cuentas.

Además, esta pregunta nos permitió conocer si los medios utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de la empresa y qué tipo de información es la que ofrecen. Dos de los comunicadores entrevistados, uno de Diario El Norte y otro de Diario La Hora, afirmaron utilizar las redes con esos fines, pero diez indicaron que la información pública de su empresa se publica solo a través de la página web, relegando el papel de las redes sociales exclusivamente para colgar noticias u otros géneros periodísticos. Los cuatro restantes, expresaron desconocimiento acerca de este tema debido a que no se trata de su área de trabajo.

Es una realidad que las redes sociales se utilizan de forma cotidiana y se han vuelto parte primordial de la sociedad, sobre todo para las generaciones que crecieron mientras se extendía y masificaba el uso de Internet, también conocidos como *millennials*. El uso de la tecnología digital se ha convertido además en un fenómeno social, político, económico y tecnológico como señalan Criado y Rojas (2013), que modifica de forma explícita la manera en la que interactuamos unos con otros. Las redes sociales han alcanzado niveles masivos de difusión y es en este punto en que contribuyen activamente como herramientas eficaces para socializar la información interna de las empresas con su público y consumidores.

A partir de la cuarta pregunta se dificultó obtener información, solo simples monosílabos o directamente una negativa a responder por parte de los periodistas, ya que el cuestionario se enfoca hacia una información económica e institucional más específica.

Catorce entrevistados expresaron no conocer el valor exacto o aproximado del salario de su director, lo que muestra una falencia en la transparencia de la información económica dentro de la misma empresa, por lo que suponemos que será aún más engorroso para las personas externas que pretendan acceder a esta información. Incluso algunos periodistas justifican este hecho, como Bravo de diario El Norte, que señaló que para ella “no es importante saberlo” o Anchundia, de El Universo que manifestó que “la ley no dispone que se haga pública la nómina de las empresas dueñas de medios de comunicación privados, como no lo están las demás empresas privadas.” Es comprensible, hasta cierto punto, que los profesionales de los medios defiendan a sus empresas y por esa razón respondieran de esta manera si sintieron que se estaba atacando a sus empresas. Los dos periodistas restantes se limitaron a no responder.

Dentro de la misma pregunta se pidió una opinión acerca de si los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional, como por ejemplo: si se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación, etc. La mayoría se inclinó por decir que los medios privados no tienen que publicar esta información, que se mantiene a puertas cerradas, pero tampoco expresaron de manera explícita manejar la información internamente. Otros coincidieron en que se puede encontrar su orgánico en la página web del diario, uno menciona que si bien no es información abierta, se le puede brindar a quien la solicite y otros se negaron a responder porque no se interesan por conocer del tema o porque sienten que con sus respuestas podrían estar perjudicando de alguna manera al medio impreso para el que trabajan.

La quinta pregunta cuestionó el acceso a la facturación por publicidad del medio. De las respuestas obtenidas quedó claro que los periodistas no cuentan con esta información. Quince de los entrevistados respondieron con un rotundo “no” y solo el editor general del Diario La Hora, Francisco Varela, comentó que tiene acceso a este tipo de información. Podemos suponer que por su cargo dentro del medio impreso, aunque otros editores generales como Carlos Mora, del diario Extra o Santiago Guerrero de Últimas Noticias

señalaron no tener acceso a estos datos. La negativa viene dada también por el desconocimiento, evidenciando que los profesionales no se interesan por conocer estas cifras.

Las respuestas para la pregunta que cuestiona si los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica, como por ejemplo: si se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad, etc., fueron variadas. Diario El Universo anualmente convoca a los empleados al informe de la situación financiera para dar a conocer la información económica, pero las remuneraciones no entran en ese informe, en el Diario Últimas Noticias esta información (incluida la facturación) es pública y se maneja a través de la Superintendencia de Compañías e internamente, todos conocen las escalas laborales, en el resto, la tendencia es que los periodistas no se interesan por solicitar esta información o no han tenido la oportunidad de acceder, o al menos eso señalaron en sus entrevistas.

La sexta pregunta se orientó a los libros de estilo y los estatutos de redacción, en caso de que los medios de comunicación cuenten con ellos. Todos los entrevistados expresaron conocer los libros de estilo como una obligación para poder escribir y cumplir con las normativas del medio impreso correspondiente. En cuanto a si los periódicos son lo suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información, por ejemplo: si publican sus libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector, entre otras; varios periodistas coincidieron en que hay medios más transparentes que otros en este sentido, pero todos se autoevalúan positivamente, ya que tal vez no publican en su página web todo lo que comprende a la producción de información pero si una gran parte.

Con la séptima y última pregunta se pretendió conocer si los medios reciben quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web. El análisis de las respuestas evidenció que se reciben quejas por parte de los lectores. De manera general, los reclamos recibidos

no se focalizan sobre el trabajo de los periodistas sino sobre otros temas, como la ideología propia de cada diario. Además uno de los profesionales entrevistados de Diario el Norte señaló que la ciudadanía se pone en contacto para denunciar determinadas acciones o problemáticas, mientras que el Diario Extra comunicó que también suelen recibir sugerencias para mejorar su trabajo.

Al respecto de si tienen reconocida la figura de Defensor del Lector o similar, el 100% de los periodistas dijo que no. En este sentido, el comunicador entrevistado del diario El Universo expresó que en mayo del 2017, un medio impreso de gran prestigio como The New York Times eliminó el cargo del defensor del lector y su presidente Arthur Sulzberger, escribió en aquel entonces un memorándum donde señalaba que los periódicos deben crear un centro de lectores para interactuar con el público. Sobre este mismo tema Carla Aguas, subdirectora de diario El Norte señaló que “esa figura (refiriéndose al defensor del lector), no está en ningún medio por ahora, no está creada todavía, pero más allá de eso nosotros (Diario El Norte) tenemos una relación directa con los lectores, no hace falta esa figura prácticamente.” (2019)

Si bien, como señalan varios autores como Bell (1973) o Mattelart (2001), nos encontramos actualmente en la “sociedad de la información,” en infinitas ocasiones los medios tradicionales no educan adecuadamente a la audiencia para que realice un consumo crítico de los contenidos, así como no generan una interacción más activa y participativa. Para llenar estos espacios vacíos, han nacido otras figuras como por ejemplo el defensor del lector. Su papel es regular el cumplimiento del código deontológico y su aplicación en las diferentes actividades que realiza el medio, además de investigar y recopilar las quejas o inquietudes que tengan los consumidores y dar las respuestas adecuadas a cada una (Herrera, 2007). En conclusión, este actor resulta importante porque ratifica el respeto a los derechos de los consumidores, aún si estos no toman acciones por sí mismos y asegura un ejercicio periodístico ético, primordial en estos tiempos en que las tecnologías de la información y la comunicación han propiciado la descentralización de la información y la masividad de la misma. Por otra parte, la falta de esta figura en los medios impresos analizados no tiene que

ser sinónimo de que se violen los derechos de los usuarios y lectores, pero significa que el medio no tiene como propósito controlar su calidad a partir de una figura independiente a otro departamento (Maciá, 2006), lo que quiere decir, alguien imparcial.

Por último, una parte de los comunicadores entrevistados manifestaron utilizar las Redes Sociales Institucionales y no sus redes personales, para interactuar con los lectores. Otra comunicadora, Betty Beltrán, Coordinadora de Últimas Noticias, señaló que en su medio existe un departamento que se encarga de esta actividad en concreto.

En general las estrategias que utilizan para comunicarse con los lectores son brindar un contacto directo a través de whatsapp e implementar las new leader para saber a través de los correos electrónicos que le interesa al público y planificar los temas de los titulares. Ambas son efectivas si se utilizan correctamente para estar más cerca de los lectores y segmentar a los públicos.

Para concluir a partir de las 16 entrevista se puede señalar concretamente que los periodistas no conocen parcial o totalmente las leyes que norman la transparencia de la información pública en Ecuador. El proceso de rendición de cuentas tiene falencias sobre todo a la hora de ponerlo en común con la sociedad. La información económica es la que menos se maneja interna y externamente, en cambio la institucional es más accesible, aunque no en su totalidad. Los medios en el país no tienen reconocida la figura de Defensor del Lector, pero los profesionales si conocen los libros de estilo o códigos deontológicos, lo que posibilita un ejercicio periodístico con más calidad y además aunque si se utilizan las redes sociales de los medios para interactuar con los usuarios, no se han explotado como herramientas para transparentar los datos de las empresas.

6.2 Resultados de la ficha de observación (Instrumento 2)

La ficha de observación se completó mediante el análisis de la información obtenida a partir de las páginas web de los siete medios estudiados. Como se mencionó anteriormente, para realizar el análisis se definieron tres bloques relativos a Bloque 1. Institucional, gobernanza y grupos de interés; Boque 2. Gestión económica y de infraestructura y Bloque 3. Producción de información, participación e inclusión.

Es relevante señalar antes de presentar los resultados que para el análisis del diario Últimas Noticias (Quito), en varios indicadores se tomó como referente a Grupo El Comercio, ya que pertenece a esta organización.

6.2.1. Análisis del Bloque 1. Institucional, gobernanza y grupos de interés

El primer bloque corresponde a 14 indicadores a través de los cuales se evaluó la transparencia de la información pública institucional, en referencia a la gobernanza y los grupos de interés. Los resultados del análisis realizado para cada uno de los indicadores se resumen en la Tabla 4.

El indicador número uno recoge la presencia de la historia del medio impreso en la web correspondiente. De los siete medios analizados, solo dos (28,6%), uno de carácter regional y otro local, cuentan con esta información. Esta falencia implica que los ciudadanos no posean datos sobre el contexto en el que se ha desarrollado el periódico y cómo ha evolucionado con el tiempo.

Tabla 4

Ficha de observación completada bloque 1: Institucional, gobernanza y grupos de interés

| BLOQUE 1. INSTITUCIONAL, GOBERNANZA Y GRUPOS DE INTERÉS | NACIONALES | | REGIONALES | | LOCALES | | |
|--|------------|---|------------|----|---------|----|----|
| | EU | E | ET | LH | EN | UN | ED |
| 1. ¿Existe una sección dónde se informe de la historia del medio impreso? | ✓ | X | X | X | X | X | ✓ |
| 2. ¿Se informa sobre la legislación aplicable al ente? | X | X | X | X | X | X | X |
| 3. ¿Se informa sobre el método para designar a los miembros del Consejo Directivo u órgano similar, su composición y su retribución? | X | X | X | X | X | X | X |
| 4. ¿Se publican las actas de las reuniones ordinarias y extraordinarias del Consejo Directivo? | X | X | X | X | X | X | X |
| 5. ¿Se da información sobre el máximo responsable del medio? | P | X | X | X | X | X | X |
| 6. ¿Se da información básica sobre el organigrama y se definen claramente las funciones? | X | X | X | X | X | X | X |
| 7. ¿Existe un directorio claramente definido y accesible? | X | X | X | X | X | X | X |
| 8. ¿Se publica un informe de rendición de cuentas? | ✓ | X | X | ✓ | ✓ | X | ✓ |
| 9. ¿Existe una sección claramente definida con el nombre de transparencia y/o rendición de cuentas? | X | X | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ |
| 10. ¿Existe una sección llamada Responsabilidad Social Corporativa donde se informe de las acciones que lleva a cabo el medio impreso? | ✓ | X | X | X | X | X | X |
| 11. ¿Existe una sección de retroalimentación e informes de grupos de interés? | X | X | X | X | X | X | X |
| 12. ¿Se publican los estatutos del medio impreso? | X | X | X | X | X | X | X |
| 13. ¿Hay un código de buenas prácticas empresariales, como un plan de prevención de la corrupción o fomento de la transparencia y del buen gobierno? | X | X | X | X | X | X | X |
| 14. ¿Existe un mapa o dirección dónde se indique la ubicación de la empresa? | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Fuente: Elaboración propia

El indicador número dos identifica si los medios impresos analizados, publican en sus páginas webs, alguna o todas las legislaciones aplicables al ente, como por ejemplo la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), la Constitución de la República del Ecuador, entre otras. El análisis realizado permitió determinar que ninguna de las páginas web estudiadas publican las leyes del Ecuador que aplican a los medios de manera directa o indirecta.

Para los hitos tres y cuatro, que se enfocan en la información sobre el método para designar a los miembros del Consejo Directivo u órgano similar, su composición y su retribución, así como en la publicación de las actas de las reuniones ordinarias y extraordinarias del Consejo Directivo, respectivamente, se obtuvo que el 100% de los medios no hacen públicos estos datos.

En el caso del indicador cinco, solo diario El Universo, que se difunde en todo el territorio ecuatoriano, brinda una información parcial sobre su director actual. Parcial significa que solo aparece el nombre de quien ocupa el cargo y datos muy escuetos sobre su persona, pero hay que señalar que es el único medio que cuenta con información de todos los directores desde su fundación. El resto de los medios publican exclusivamente el nombre del directivo.

En el Art. 7 inciso a de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), del Ecuador, se señala que se debe difundir la “estructura orgánica funcional.” Como muestra en el indicador número seis, ningún medio impreso brinda esta información, incluido el diario público El Tiempo (Cuenca).

El Art. 88 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana del Ecuador menciona que

“...las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual o colectiva, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatoriano y montubio, y demás formas lícitas de organización, podrán solicitar una vez al año la rendición de cuentas a las instituciones públicas o privadas que presten servicios

públicos, manejen recursos públicos o desarrollen actividades de interés público, así como a los medios de comunicación social...”

En el caso de la publicación del directorio (entendiéndose como todos los trabajadores del medio), que debería estar correctamente definido y accesible como se define en el indicador siete, se pudo determinar que ningún medio cumple con este punto.

El indicador número ocho arrojó que tres diarios: Extra, El Tiempo y Últimas Noticias, no incluyen sus rendiciones de cuentas en sus páginas webs, mientras que La Hora, El Universo, El Norte y El Diario sí. Con el indicador nueve podemos constatar que aquellos medios que si la publican poseen una sección fácilmente identificable y accesible para cualquier usuario, excepto el caso de El Tiempo, que si bien tiene una sección con el nombre, por lo que se ha dado como válido, esta no contiene ninguna información.

El punto diez se enmarca en determinar la existencia en la web de cada medio, de una sección llamada Responsabilidad Social Corporativa o su equivalente, donde se informe de las acciones relativas a este término, que lleva a cabo el medio impreso. Se encontró que sólo el diario El Universo publica una Declaración Medioambiental donde detalla las actividades con las que la empresa apoya al cuidado del medio ambiente, por ejemplo, “se realizan análisis y monitoreos de las descargas de aguas provenientes de la planta de aguas residuales”, evidenciando que realizan este tipo de actividad relativa al agua para cuidar el suelo “C.A. El Universo controla la gestión de desechos sólidos evitando la contaminación del mismo,” en el caso del ruido “la empresa realiza la medición de niveles de presión sonora”, entre otros. (Declaración de Impacto Ambiental, 2015)

Ningún medio cumplió con los indicadores doce y trece, en el primer caso no cuentan con un estatuto del medio o al menos no está publicado y en el segundo se concluye del análisis, que no tienen establecido y publicado un código de buenas prácticas empresariales, como un plan de prevención de la corrupción o fomento de la transparencia y del buen gobierno.

Finalmente, el indicador catorce define si se propicia desde la web la ubicación o dirección de la empresa. Todos los medios analizados cumplen, excepto el periódico Últimas Noticias (Quito), el cual debería publicar la ubicación del mismo en su página independiente, aunque pertenezca al Grupo El Comercio.

6.2.2. Análisis del Bloque 2. Gestión económica y de infraestructura

Los siete indicadores que conforman este bloque, intentan delimitar como la Gestión Económica y de Infraestructura de los medios impresos analizados, pueden coadyuvar a una transparencia más eficiente. Todos los resultados obtenidos de la calificación de cada uno de los indicadores, mediante la observación de las páginas webs de los medios impresos objetos de estudio se resumen en la Tabla 5.

El indicador número 15 se centra en las subvenciones u otras aportaciones concedidas al medio impreso, entendiéndose estas como la ayuda económica que el Estado o cualquier empresa externa, brinda a las empresas informativas. Ningún medio muestra información que refiera al tema en cuestión. En la entrevista realizada al editor del medio privado Diario La Hora, Francisco Varela, se evidenció por ejemplo que este medio recibe ingresos estatales o de otras empresas públicas a través de las pautas publicitarias, sin embargo no fue posible corroborar esta información a través de su página web.

De igual manera, ningún medio cumple con el indicador número 16 porque en ningún caso publican las cuentas anuales con su correspondiente informe de auditoría.

Tabla 5

Ficha de observación completada bloque 2: Gestión económica y de infraestructura

| BLOQUE 2. GESTIÓN ECONÓMICA Y DE INFRAESTRUCTURA | NACIONALES | | REGIONALES | | LOCALES | | |
|--|------------|---|------------|----|---------|----|----|
| | EU | E | ET | LH | EN | UN | ED |
| 15. ¿Se informa de las subvenciones u otras aportaciones concedidas al medio impreso? | X | X | X | X | X | X | X |
| 16. ¿Se publican las cuentas anuales con su correspondiente informe de auditoría? | X | X | X | X | X | X | X |
| 17. ¿Existe una sección específica dónde se explicita la regulación de la publicidad? | ✓ | ✓ | X | X | X | X | ✓ |
| 18. ¿Se publica de forma detallada la inversión en tecnología, investigación, desarrollo e innovación? | X | X | X | X | X | X | X |
| 19. ¿Existe una relación de puestos de trabajo con retribuciones por categoría? | X | X | X | X | X | X | X |
| 20. ¿Se ofrece información sobre las condiciones laborales o convenio colectivo aplicable? | X | X | X | X | X | X | X |
| 21. ¿Se informa de forma clara de las ofertas de empleo y de los procesos selectivos? | ✓ | X | X | X | X | X | X |

Fuente: Elaboración propia

Diferente resultó el análisis del punto 17, ya que al menos en tres de los medios analizados (El Universo, Extra y El Diario), existe una sección específica donde se encuentra el tarifado de la publicidad, aunque no la regulación de la misma. Esta es una herramienta muy útil para que las empresas externas decidan colocar anuncios en el medio en sus versiones tanto físicas como digitales, ya que sin necesidad de comunicarse con el medio pueden conocer los formatos normales y especiales, los costos por sección y por espacio e incluso el valor de la publicidad en otros productos de la empresa.

En cuanto a los puntos 18, 19 y 20 de este bloque, que tratan temas como la inversión del medio en tecnología, investigación, desarrollo e innovación; la relación de puestos de trabajo

con retribuciones por categoría y las condiciones laborales o convenio colectivo aplicable, respectivamente, se determinó que ningún medio cumple con la publicación de los documentos referidos a los temas antes mencionados, ni siquiera parcialmente. El resultado del hito 18, pone en evidencia la falta de interés de los medios analizados por garantizar un continuo desarrollo tecnológico puertas adentro. La ausencia de evidencia en las webs de los dos últimos indicadores analizados, 19 y 20, genera vacíos informativos sobre todo para los trabajadores actuales o para las personas que quieran postularse para un puesto laboral.

El último indicador de este bloque permitió determinar que sólo diario El Universo posee en su página web un espacio sobre las ofertas de empleo, donde incluye una descripción por cada puesto que contiene: misión, resumen de funciones, requisitos (Educación mínima, competencias técnicas y competencias conductuales) y beneficios. La postulación se realiza a través de la misma web llenando un formulario y enviando el curriculum *on line*.

De forma general, se aprecia un mayor número de problemas de transparencia en este bloque, que abarca la gestión económica y la infraestructura. Además, aunque por obligación de las leyes ecuatorianas el diario El Tiempo (Cuenca) de carácter público debería ser quien más transparente su información, diario El Universo tiene el mayor número de vistos (2✓), seguido por el Extra (1✓), ambos diarios privados y de distribución nacional.

6.2.3. Análisis del Bloque 3. Producción de información, participación e inclusión

Este último bloque, comprende 19 indicadores a través de los cuales podrá determinarse la transparencia de los medios analizados, tomando como referencia parámetros de producción de información, participación e inclusión. La Tabla 6 resume los resultados de los indicadores analizados para cada medio.

En este bloque se observó el mayor número de vistos. A pesar de eso, ninguno de los medios analizados publica información sobre el departamento de redacción que corresponde al

indicador 22, pero si existen secciones que ordenen el contenido informativo (punto 23) y además todos los medios poseen un buscador de datos (punto 24), en la parte derecha superior de sus páginas webs.

El indicador 25 cuestiona si los usuarios pueden suscribirse a un *newsletter* también conocido como boletín de noticias, que no es más que una herramienta de marketing digital utilizada por los medios para enviar regularmente a sus usuarios suscritos información sobre últimas noticias o los nuevos servicios que ofrezcan. En este caso cuatro periódicos (El Universo, Extra, El Norte y El Diario) cuentan con esta herramienta. Esta estrategia aporta un valor extra al cliente y posibilita tener relaciones de mayor calidad y duraderas con los mismos.

Todos los diarios analizados mostraron en su web un Libro de Estilo o Código deontológico como señala el indicador 26. Esto regula la forma y el contenido adecuado de la información para que todos los profesionales del medio correspondiente se rijan a ellos y brinden un buen servicio informativo a la sociedad, de ahí su importancia. Hay algunos más extensos y completos como es el caso del periódico El Tiempo y El Norte.

En cuanto a las políticas de protección de datos, aspecto que señala el indicador 27, solo fueron observados en las páginas web de El Universo y Últimas Noticias (El Comercio). Es recomendable contar con este instrumento regulatorio, porque de esa forma el medio deja claro de qué manera y bajo qué términos utiliza los datos personales de sus usuarios. Incluyendo: El tipo de información que obtiene, la finalidad de esos datos, la confidencialidad y la aceptación de términos y usos.

Tabla 6

Ficha de observación completada bloque 3: Producción de información, participación e inclusión

| BLOQUE 3: PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN, PARTICIPACIÓN E INCLUSIÓN | NACIONALES | | REGIONALES | | LOCALES | | |
|--|------------|---|------------|----|---------|----|----|
| | EU | E | ET | LH | EN | UN | ED |
| 22. ¿Se da información básica sobre el Departamento de Redacción u órgano similar? | X | X | X | X | X | X | X |
| 23. ¿Existen secciones que ordenen el contenido informativo del medio? | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 24. ¿El medio posee un buscador de datos y/o informaciones de carácter interno? | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 25. ¿Se ofrece la posibilidad de suscribirse a un newsletter? | ✓ | ✓ | X | X | ✓ | X | ✓ |
| 26. ¿Se explicita la existencia de un libro de estilo o documento similar? | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 27. ¿Existe una política de protección de datos? | ✓ | X | X | X | X | ✓ | X |
| 28. ¿Hay canales efectivos de participación/consultas/quejas para el público? | ✓ | ✓ | X | X | ✓ | X | ✓ |
| 29. ¿Existen mecanismos de participación y/o retroalimentación sobre temas de actualidad? (ejemplo, encuestas on-line) | X | X | ✓ | X | ✓ | X | X |
| 30. ¿Existe un espacio específico para la figura del Defensor del Lector o similar? | X | X | X | X | X | X | X |
| 31. ¿Se proporcionan mecanismos para la valoración de los contenidos? | X | ✓ | X | X | ✓ | X | ✓ |
| 32. ¿Se puede ejercer el derecho de acceso a información pública? | X | X | X | X | X | X | X |
| 33. ¿Existe un archivo histórico de contenidos? | X | X | X | X | X | X | X |
| 34. ¿Existen códigos de tratamiento de la información sobre colectivos vulnerables y/o representación en sus contenidos? | P | X | X | P | P | P | P |
| 35. ¿Se ofrecen datos sobre las políticas de promoción de la pluriculturalidad y/o el plurilingüismo? | X | X | X | X | P | X | X |
| 36. ¿Se muestra algún apartado para conocer el derecho de rectificación y/o réplica? | P | X | X | P | ✓ | P | X |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 37. ¿La página web está adaptada a dispositivos móviles? | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 38. ¿Existen aplicaciones que permitan que los contenidos sean accesibles a las personas con algún tipo de discapacidad? | X | X | X | X | X | X | X |
| 39. ¿Existen redes sociales operativas? | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 40. ¿Existe un widget que visualice el contenido de las redes sociales? | X | ✓ | X | ✓ | X | X | X |

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, al referirnos a los canales efectivos de participación (indicador 28), solo El Universo, Extra, El Norte y El Diario mostraron contar con esta herramienta. Debe señalarse que la presencia de estos canales se traduce simplemente a contar con la pestaña de “contáctanos”, donde los usuarios pueden escribir al medio por iniciativa propia. De la mano va el indicador 29 sobre mecanismos de participación y/o retroalimentación como por ejemplo, encuestas on-line. Se observó que El Norte y El Tiempo utilizan esta herramienta digital como vía de participación y retroalimentación de los temas de actualidad.

La figura del Defensor del Lector (indicador 30) ya ha sido mencionada en la investigación anteriormente y se señaló su importancia en los medios de comunicación. Sin embargo, observamos que las empresas informativas en el país o al menos las analizadas no apuestan por este actor dentro de sus organizaciones. Este resultado refuerza los datos obtenidos en el primer instrumento de investigación de este trabajo.

Los mecanismos para la valoración de los contenidos que se mencionan en el indicador 31 son efectivos ya que cumplen una doble función, primero sirven para conocer los temas de preferencia de los lectores y segundo nos ayudan a definir su opinión en cuanto a redacción periodística. De los siete medios analizados sólo tres (Extra, El Norte y El Diario) utilizan la valoración de contenidos a partir de reacciones (buena, regular o mala) en el pie de todas las notas publicadas en sus webs.

En el Art. 7 inciso f de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Ecuador se menciona que se deben publicar "...los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción" (2004). Con el indicador 32 nos referimos a la publicación del formulario para solicitar información pública y encontramos que ningún medio analizado lo tiene publicado en su web, ni siquiera el diario público El Tiempo.

No existen archivos históricos de contenidos en formato digital en ninguno de los medios observados (indicador 33), pero en cinco de ellos (El Universo, La Hora, El Norte, Últimas Noticias y El Diario) hay códigos de tratamiento de la información (indicador 34) sobre colectivos vulnerables pero solo parcialmente, ya que los definen dentro de los códigos deontológicos.

En cuanto a datos sobre las políticas de promoción de la pluriculturalidad y/o el plurilingüismo (indicador 35), lamentablemente solo encontramos parcialmente en diario El Norte dentro de sus códigos. Siendo el Ecuador un país, pluricultural y multiétnico el tratamiento a estos públicos y su inclusión debería estar recogido en algún estatuto del medio.

Similar es el caso del indicador 36 sobre el derecho de rectificación y/o réplica, ya que aparece en los medios El Universo, La Hora y Últimas Noticias de forma parcial y en El Norte solo como un apartado.

Todas las páginas webs estudiadas están adaptadas a dispositivos móviles (indicador 37), pero ninguna incluye aplicaciones que permitan que los contenidos sean accesibles a las personas con algún tipo de discapacidad (indicador 38). En el Ecuador según el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, hay 461 687 personas con discapacidad registradas y existen una variedad de aplicaciones gratuitas en el mercado que mejoran los

procesos y las experiencias para ellos, por lo que los medios impresos deberían comenzar a innovar en este campo.

Las redes sociales que utilizan los medios analizados (Facebook y Twitter generalmente) se encuentran activas y actualizadas, pero no todos contienen *widgets*, estos son archivos pequeños que sirven para visualizar el contenido de las redes sociales desde las páginas webs oficiales de los periódicos como se muestra en diario La Hora y Extra y facilitan el acceso y divulgación de la información.

A manera de colusión del instrumento número dos podemos señalar que en el primer bloque diario El Universo alcanzó la mayor puntuación aunque no llegó a la media (11.3 de 35) y la más baja la obtuvieron el Extra y Últimas Noticias (Quito) (2.5), como se muestra en el gráfico 1.

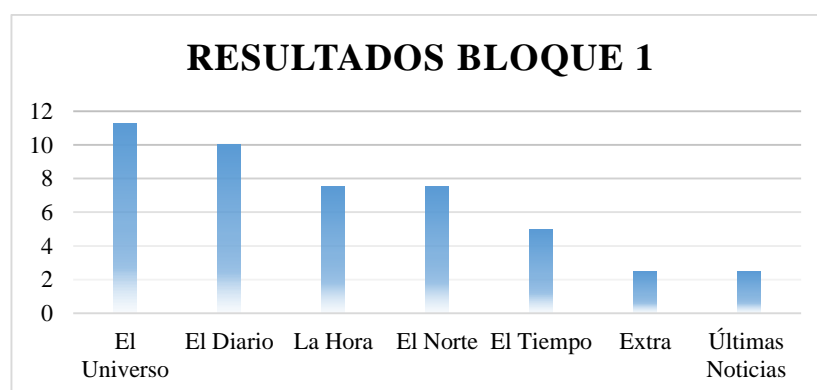


Gráfico 1. Resultados de la puntuación por la suma de los 14 indicadores del Bloque 1 referente al ámbito institucional, gobernanza y grupos de interés.

Fuente: Elaboración propia

En el bloque número dos sobre la gestión económica y la infraestructura se obtuvieron las peores puntuaciones, cabe señalar que en este apartado cuatro periódicos (El Norte, La Hora,

El Tiempo y Últimas Noticias) no cumplen con ninguno de los indicadores propuestos y es donde evidentemente se alcanzan los niveles más bajos de transparencia. (Gráfico 2)

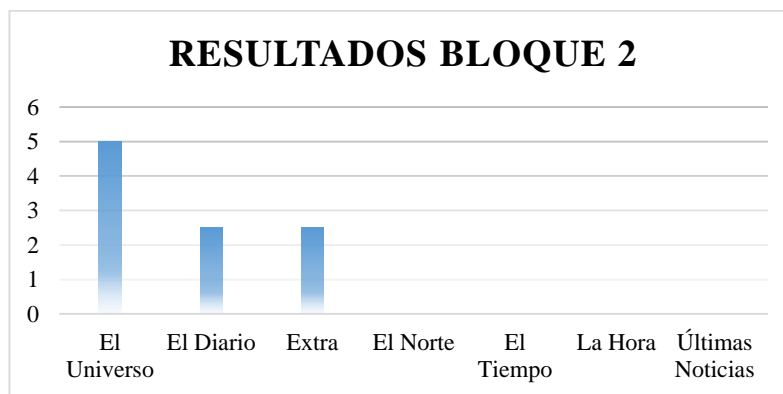


Gráfico 2. Resultados de la puntuación por la suma de los 7 indicadores del Bloque 2 referente al ámbito de gestión económica e infraestructura.

Fuente: Elaboración propia.

Por el contrario, es el último bloque donde los medios estudiados consiguieron sus mejores puntuaciones, todos por encima de 30. En este último bloque el mejor medio fue El Norte, con un 57.9% y el peor resultó el diario público El Tiempo (Gráfico 3). No existe ningún tipo de justificación para que este medio no haga pública su información interna, sobre todo porque está obligado legalmente.

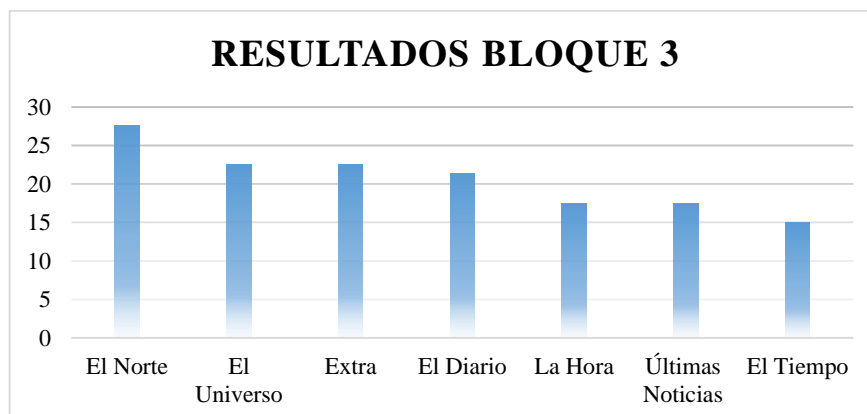


Gráfico 3. Resultados de la puntuación por la suma de los 19 indicadores del Bloque 3 referente al ámbito de producción de información, participación e inclusión.

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Ranking de transparencia

Finalmente, a fin de visualizar mejor los resultados de la investigación, de acuerdo con los datos reflejados en los bloques analizados en este instrumento, se estableció un ranking de transparencia entre los siete medios impresos analizados.

Como se muestra en el gráfico 4 y tabla 7, los medios informativos analizados se clasificaron en orden decreciente de transparencia. Se les asignaron puntuaciones entre 0 y 100 a su nivel de transparencia, siendo 0 absolutamente opaco y 100 absolutamente transparente y además se incluyen los porcentajes de cada bloque teniendo en cuenta la puntuación máxima (Bloque 1: 35, Bloque 2: 17,5 y Bloque 3: 47,5).

Lo primero a señalar es que ningún medio llega a la media de puntos totales, pues todos clasificaron por debajo de los 50 puntos. Esto evidencia y comprueba la falta de transparencia en los medios impresos ecuatorianos analizados. No es posible hacer distinciones entre las empresas por el espacio geográfico que alcanzan ya que como muestra la tabla 7 están intercaladas. El diario de carácter público, El Tiempo, que debería cumplir la normativa de transparencia en la información pública con carácter obligatorio, ocupa el puesto seis.

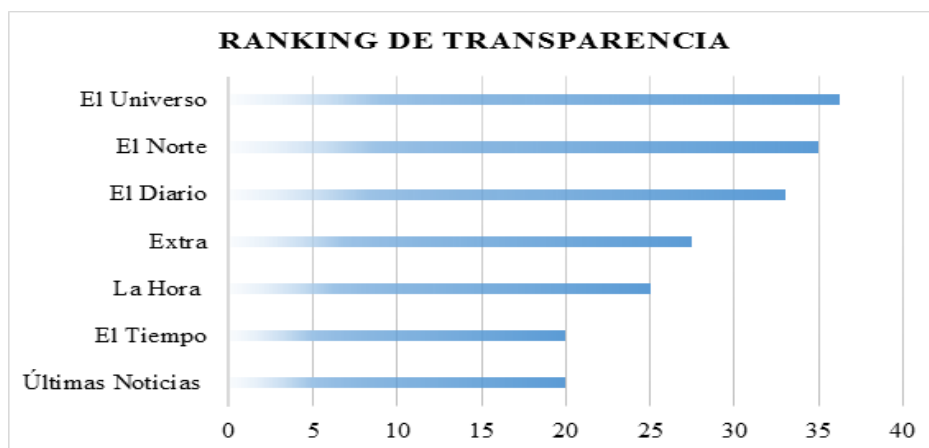


Gráfico 4. Ranking de transparencia de los medios impresos analizado.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 7
 Ranking de transparencia de los siete medios impresos analizados

| Puesto | Medio impreso | Bloque 1 Puntos (%) | Bloque 2 Puntos (%) | Bloque 3 Puntos (%) | Total (Puntos) |
|--------|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| 1 | El Universo | 11.3 (32.3%) | 5 (28.6%) | 22.5 (47.4%) | 38.8 |
| 2 | El Norte | 7.5 (21.4%) | 0 | 27.55 (57.9%) | 35 |
| 3 | El Diario | 10 (28.6%) | 2.5 (14.3%) | 21.3 (44.7%) | 33.8 |
| 4 | Extra | 2.5 (7.1%) | 2.5 (14.3%) | 22.5 (47.4%) | 27.5 |
| 5 | La Hora | 7.5 (21.4%) | 0 | 17.5 (36.8) | 25 |
| 6 | El Tiempo | 5 (14.3%) | 0 | 15 (31.6%) | 20 |
| 7 | Últimas Noticias | 2.5 (7.1%) | 0 | 17.5 (36.8%) | 20 |

Fuente: Elaboración propia.

6.4 Discusión

La discusión de la investigación se basa en dos pilares fundamentales, primero, en que resulta imposible comparar los resultados obtenidos con un trabajo del mismo tema anteriormente realizado, ya que es la primera vez que se analiza la transparencia de la información pública en los medios impresos del Ecuador; en segundo lugar, podemos discutir los resultados tomando en cuenta otros trabajos sobre la transparencia de la información pública de otros medios de comunicación del Ecuador como es el caso de la televisión.

Como ya se mencionó anteriormente, ningún medio impreso analizado llegó a la media de puntos totales, lo que comprueba la falta de transparencia en estas empresas. Este resultado es análogo al obtenido por López, Márquez, Molina y Ramos (2018) en su investigación sobre la transparencia de la información pública en dos canales televisivos del Ecuador, Ecuavisa y TC Televisión, ya que “la información que se dispone en las páginas web es insuficiente en todos los ámbitos analizados y la calidad de la información pública es deficiente.”

Otro punto en común con la investigación antes señalada es la ausencia “de la estructura organizacional a través de un organigrama donde se estipulen los departamentos existentes y las funciones de cada uno.” (López, Márquez, Molina y Ramos 2018) Una diferencia sustancial es que ambos medios televisivos (Ecuavisa y TC Televisión) publican sus rendiciones de cuentas, pero además la socializan y hasta se difunde de manera audiovisual, caso contrario a los medios impresos analizados ya que solo cuatro, como mostró el instrumento número dos cumplen con la divulgación de sus rendiciones de cuentas. Además, como señala Jiménez (2017) en su investigación, en el Ecuador, las rendiciones de cuentas “no cuenta con una participación protagónica de los diversos grupos sociales, los cuales deben ser los encargados de aplicar este mecanismo, así como de sancionar los incumplimientos de los servidores públicos encargados de ejecutar su plan de trabajo.” En nuestro trabajo se comprobó dicha afirmación, ya que solo El Norte y El Universo proponen un sistema para socializar con la ciudadanía y los trabajadores, como se demostró a través del instrumento de investigación número uno.

Tanto la presente investigación, como la realizada por Campos (2019) sobre la transparencia en las televisiones públicas europeas y la aplicada en el Ecuador por López, Márquez, Molina y Ramos (2018) concuerdan en que los niveles más bajos de transparencia se encuentran en la información de carácter económica y los más altos en la producción de información, participación e inclusión.

Por último, otro elemento importante es el conocimiento que tienen los profesionales de los medios sobre las leyes que regulan la transparencia. Los resultados de esta investigación corroboran lo antes demostrado por López, Márquez, Molina y Ramos, los profesionales no conocen sobre sus obligaciones derivadas de la LOTAIP o de la LOPC.

7. CONCLUSIONES

Todos los objetivos de la investigación fueron cumplidos y en correspondencia a ellos podemos concluir primero que el medio impreso que más transparenta su información pública es El Universo, aunque con varias deficiencias como la falta de estatutos, un código de buenas prácticas empresariales, las cuentas anuales, la inversión en tecnología, mecanismos de participación, un archivo histórico de contenidos, entre otras. Por otro lado, la investigación concluyó que los medios que realizan un trabajo más deficiente en cuanto a la transparencia de la información pública y cumplen menos indicadores son El Tiempo y Últimas Noticias (ambos solo cumplen solo 8 de los 40 indicadores). En el caso de El Tiempo no existe justificante porque como medio público debería contar en su página web con toda la información que demanda la ley y no en otras plataformas, como es el caso de su rendición de cuentas. Por otra parte el medio impreso Últimas Noticias, al estar anclado a otro más amplio en forma y fondo como es El Comercio, se acoge a sus códigos y estatutos, lo que explicaría por qué su página web no cumple con los indicadores del instrumento de investigación número dos.

Relacionado directamente con la primera conclusión, determinamos que los medios impresos del Ecuador cumplen parcialmente el principio de transparencia en la difusión de su información pública, ya que aunque la ley es rígida y extensa en la materia no se aplica a cabalidad en los medios impresos de comunicación, lo que da respuesta también a la primera pregunta de investigación.

Se constató además, que la práctica de transparencia de la información pública funciona como un mecanismo que garantiza el ejercicio del derecho de participación ciudadana y se ejerce a través de las herramientas que utilizan los medios en sus páginas webs para propiciar una retroalimentación constante con los usuarios, como son los canales de quejas y consultas, las encuestas *on-line* y la valoración de contenidos.

En cuanto a la pregunta de investigación que pone en duda si son las leyes de transparencia informativa suficientes, podemos concluir que si bien el Ecuador se ha esforzado por contar con un buen marco legislativo en la materia como ya se mencionó en varias ocasiones, existen fallas en la regulación de las normas legales para facilitar a los ciudadanos el acceso a la información. A pesar de que el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social cuenta con una Secretaría de Transparencia y Lucha contra la corrupción, cuya función es velar por el cumplimiento de la normativa, diario El Tiempo, de carácter público, no cumple ni con la mitad de literales que señala el Art. 7 de la LOTAIP (2004). Además, no hay un sistema sancionatorio fuerte para las empresas que no permitan acceder a la ciudadanía a los datos públicos, lo que se convertiría en un incentivo significativo para favorecer la transparencia en estas empresas.

El presente trabajo de investigación, nos permitió también validar las hipótesis planteadas. Por un lado y corroborando la hipótesis número uno, se demuestra que el cumplimiento de las normativas sobre transparencia de la información pública en el Ecuador conlleva a un grado más elevado de calidad de la información y de participación ciudadana. Se comprobó que el bloque número tres, que es el que se corresponde con estos datos, todos los medios obtuvieron las mejores puntuaciones, incluso fue el único caso donde un diario, El Norte, sobrepasó la media. Esto demostró que en los medios impresos del Ecuador, aunque aún no al 100%, se está vinculando al ciudadano en los procesos de deliberación, gestión y evaluación de la información pública de los mismos.

Por otra parte, se comprobó la segunda hipótesis que hace referencia a que los medios impresos no son lo suficientemente transparentes en su información de carácter institucional y económico. En primer lugar, los medios analizados cumplieron parcialmente ambos principios el institucional y el económico, además de mostrar muchas falencias sobre todo en la información de carácter económico, siendo el bloque relativo a este tema el menor puntuado. Los diarios El Norte, La Hora, El Tiempo y Últimas Noticia no cumplieron ningún indicador de este bloque, lo que significa que no cuentan con una cultura de transparencia fortalecida y estable.

La revisión bibliográfica que se llevó a cabo en esta investigación demostró que existen leyes estrictas en América Latina en cuanto al ámbito del acceso a la información pública y Ecuador es un ejemplo paradigmático ya que su legislación puede compararse con las existentes en Europa.

Pese al empeño de los gobiernos por normar a la transparencia y aunque exista un desarrollo de las herramientas de control gracias a las nuevas tecnologías, el panorama de corrupción en la región no es favorable y por lo tanto no se construyen sociedades democráticas que aboguen por la participación de sus ciudadanos.

Por otro lado, a partir de las entrevistas realizadas a los profesionales de los medios impresos se constató que a pesar del riguroso respeto del Ecuador por los derechos de acceso a la información pública, los profesionales de los medios impresos no los dominan, lo que dificulta el correcto ejercicio de los mismos y de la empresa. Además, se demostró que no conocen los procesos de socialización de las rendiciones de cuentas y como se hacen operativos a través de las tecnologías en cada una de sus empresas.

Adicionalmente, a partir de este mismo instrumento se concluyó que la información de índole económica es la que más desconocen los periodistas. Temas como remuneraciones por puestos de trabajo, facturación, etc. están totalmente ocultos incluso a nivel interno de la empresa. Se determinó que muchos profesionales no se preocupan por saber dichos datos o también podría ser el caso de que no quieren perjudicar sus puestos de trabajo solicitándolos.

El análisis de las entrevistas también evidenció que los periodistas no tienen reconocida correctamente la figura del Defensor del Lector e incluso la tendencia es a pensar que su trabajo no es requerido en las empresas de comunicación porque puede ser realizado por cualquiera de los profesionales que ya están en la plantilla del diario.

El análisis de las fichas de observación como segundo instrumento de investigación, reforzó que el bloque de información económica e infraestructura es el más deficiente en el área de transparencia porque no constan los datos relacionados con este bloque en las páginas webs de los medios analizados, lo que resultó predecible teniendo en cuenta que no se maneja ni siquiera a nivel interno. Esta problemática puede estar dada por el marco de competencia que tienen los medios impresos. Al hacer pública sus cifras le están dando de forma indirecta oportunidades al resto de empresas que ofrecen los mismos servicios, pero esto es solo una especulación.

También a partir de este ejercicio de observación se concluyó que los medios impresos no explotan las redes sociales como herramienta útil para difundir su información pública porque las relacionan con un espacio informal, y las utilizan solamente con fines noticiosos.

Por último, tanto la construcción de la encuesta para las entrevistas como los indicadores para la ficha de observación permitieron establecer que la información pública que difunden los medios es de carácter técnico, sobre todo las rendiciones de cuentas, lo que la hace incomprensible para los usuarios. Esto hace necesario que se genere un sistema más adecuado y accesible, que posibilite a cualquier persona comprender dichos datos. La única forma de comprobar si este principio se cumple es que el ciudadano la pueda utilizar.

8. RECOMENDACIONES

En correspondencia con el objeto de estudio de la presente investigación, se recomienda en primer lugar realizar capacitaciones para los profesionales de los medios de comunicación, donde se socialicen las leyes que regulan la materia de transparencia y acceso a la información pública en el Ecuador, para de esa manera erradicar el desconocimiento de la misma. Además, se deberían implementar los directorios en las páginas webs donde se detallen quienes conforman las empresas informativas y al mismo tiempo que estos se ubiquen de forma accesible. De la misma forma, se recomienda hacer más hincapié en la información de carácter económico tanto a nivel interno como público, ya que de esta forma se está contribuyendo a la transparencia y participación ciudadana. De la mano con ello está mejorar los procesos de rendición de cuentas y buscar las maneras de ponerlos en común con la sociedad de forma clara para todos.

Se recomienda también a los medios impresos de comunicación, completar los datos que transparentan la información pública en sus páginas webs, crear una sección de derechos ciudadanos e incluir en sus nóminas la figura del defensor del lector con el fin de educar correctamente a los lectores en el consumo crítico de los medios.

A los futuros investigadores se les recomienda hacer un análisis pormenorizado y detallado sobre las leyes que regulan la transparencia en el Ecuador y proponer un sistema para socializarlas con los profesionales de los medios de comunicación.

En este mismo sentido, se recomienda realizar una investigación más exhaustiva sobre las herramientas de participación ciudadana que se incluyen en el bloque número tres de este trabajo y tienen incorporadas parcialmente las páginas webs de los medios de comunicación, ya que a través de la participación se puede llegar a una democracia real y efectiva.

Sería interesante además, aplicar los instrumentos de investigación al resto de medios de comunicación tradicionales en el país que se visualicen a través de páginas web, no solo a los diarios sino también a los canales televisivos y de radios, para comprobar sus niveles de transparencia y acceso a la información pública.

De una forma más general, se recomienda ampliar el estudio a los países de América Latina para poder realizar una comparación más extensa sobre la aplicación de la materia en los medios impresos y en el resto de medios comunicacionales de la región.

Y por último se recomienda a la carrera de Comunicación de la Escuela de Comunicación de la PUCE-SI incorporar una materia sobre transparencia y acceso a la información pública en sus mallas. Esto contribuiría a educar correctamente en el ámbito de la transparencia y acceso a la información pública desde la universidad a los futuros profesionales de la comunicación.

9. REFRECIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*. 9 (3) 195-204

Arena, G. (1993). Transparencia Administrativa y Democracia. *Revista Vasca de Administración Pública*, (37), 9-20.

Ares, M. (2013). Transparencia y mejora de la educación. *Revista del Consejo Nacional del Estado*, (2), 15-23

Blanes, M. (2013). La transparencia informativa de las administraciones públicas el derecho de las personas a saber y la obligación de difundir información pública de forma activa. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante

Cajas, A. (2014). El Incumplimiento de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública limita el ejercicio del derecho de participación ciudadana y control social. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3084/1/T-UCE-0013-Ab-47.pdf>

Campo, G. & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Recuperado el 25 de junio de 2019, de <file:///C:/Users/Humberto/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972.pdf>

Campos Freire, F (2019). Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos.

Choragwicka, B & Moscoso, S. (2007). Content validity of a Structured Behavioral Interview. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. 23 (1) 75-92.

Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (s.f.). Estadísticas de Discapacidad. Recuperado el 28 de junio de 2019, de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>

Convención Americana sobre Derechos Humanos. (1987). Recuperado el 13 de octubre de 2018, de <http://www.tce.gob.ec/jml/bajar/CONVENCION%20AMERICANA%20SOBRE%20DERECHOS%20HUMANOS.pdf>

Criado, J & Rojas, F. (2013). Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto. Recuperado el 28 de junio de 2019, de http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/criado_redes_sociales_digitales.pdf

De León, P. (2008). Hacia un Concepto de Transparencia: Orígenes e Importancia. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de <https://studylib.es/doc/4640318/%E2%80%9Chacia-un-concepto-de-transparencia--or%C3%ADgenes-e-importancia%E2%80%9D>

D. Wolton (1997): *Penser la communication*. Paris: Flammarion.

Fuenmayor, A. (2004). El derecho de acceso a los ciudadanos. Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_desarrollos_otros_unesco_propuesta_ley_modelo.pdf

Gutiérrez, B. Rodríguez, M. & Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/129645/3/Puestaenescena_arts.10-16.pdf

Gutiérrez, P. (2008). El derecho de acceso a la información pública. Una herramienta para el ejercicio de los derechos fundamentales. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de <http://www.infodf.org.mx/capacitacion/publicacionesDCCT/ensayo7/ENSAYO7.pdf>

Herrera, S. (2007). El defensor de la audiencia como instrumento para la educación en medios. Recuperado el 28 de junio de 2019, de <file:///C:/Users/Humberto/Downloads/Dialnet-ElDefensorDeLaAudienciaComoInstrumentoParaLaEducac-2553192.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª edición). México: McGraw-Hill Education.

Jiménez, E. (2017). La afectación del principio de transparencia por la indebida aplicación del mecanismo de rendición de cuentas. Tesis de posgrado. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.

Ley de Acceso a la Información Pública (2011). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_ES_2.pdf

Ley de Acceso a la Información Pública de Guatemala (LFTAIPG, 2008). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_G_2.pdf

Ley de Acceso a la Información Pública de Nicaragua. (2008). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_N_2.pdf

Ley de Acceso a la Información de Uruguay (2008). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_U_2.pdf

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. (2002). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_MX_2.pdf

Ley General de Libre Acceso a la Información Pública, No. 200-04. (2004). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_RD_2.pdf

Ley Para la Transparencia de la Gestión Pública. (2002). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_P_2.pdf

Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional (2014). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de <http://www.oas.org/es/sap/dgpe/acceso/docs/Colombia2014.pdf>

Ley de Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la Información del Administración del Estado. (2008). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_CH_2.pdf

Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública de Ecuador. (2004). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_E_2.pdf

Ley Orgánica de Participación Ciudadana. (2010). Recuperado el 2 de junio de 2019, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org6.pdf

López, M. Rodríguez, M. & López-López, P. (2018). La comunicación de la rendición de cuentas en las radiotelevisiónes públicas europeas. *Revista Prisma Social*, (22), 184-208

López-López, P. & Medranda, N. (2016). “Transparencia, comunicación institucional e información pública: análisis de las prefecturas de Pichincha, Guayas e Imbabura”. En VV.AA., *De los Medios y la Comunicación de las Organizaciones a las Redes de Valor. Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación*, XESCOM (Eds. J. Rúas Araújo, V.A. Martínez Fernández, M.M. Rodríguez Fernández, I. Puentes Rivera, J. Yaguache Quichimbo y E. Sánchez Amboage). Quito (Ecuador): Universidad Técnica Particular de Loja, páginas 1004 a 1018. Recuperado el 6 de diciembre de 2016 de <https://xescom2016.wordpress.com/libro-de-actas/>

López-López, P. Puentes, I. & Rúas, J. (2017). “Transparencia en televisiones públicas: desarrollo de indicadores y análisis de los casos de España y Chile”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 253 a 272.

López-López, P. Vaca, A. & Rodríguez, P. (2017). La transparencia en las televisiones del Ecuador: una revisión legal de la información pública. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 137-158.

López-López, P. Márquez-Domínguez, C. Molina Rodríguez-Navas, P. & Ramos-Gil, Y. (2018): “Transparencia e información pública en las televisiones del Ecuador: el caso de Ecuavisa y TC Televisión”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1307 a 1332. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1308/67es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2018-1308

López-López, P. & Morales, N. (2016). De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor. Recuperado el 1 de mayo de 2019 de https://www.researchgate.net/profile/Paulo_Carlos_Lopez-Lopez/publication/324828181_Transparencia_comunicacion_institucional_e_informacion_publica_en_Ecuador_analisis_de_las_prefecturas_de_Pichincha_Guayas_e_Imbabura/links/5ae535a7458515760ac0850e/Transparencia-comunicacion-institucional-e-informacion-publica-en-Ecuador-analisis-de-las-prefecturas-de-Pichincha-Guayas-e-Imbabura.pdf

López-López, P.C, Coronado, X. Rodríguez, M. Navas, P. & Medranda, N. (2018). Transparencia y gobierno abierto: La información pública en las televisiones nacionales del Ecuador. 403–414. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*

Martín, F. (1990). Democracia y transparencia. Sobre poder, secreto y publicidad. *Anuario de filosofía del derecho*, VII, 131-145.

Mendel, T. (2009). El Derecho a la Información en América Latina. Recuperado el 16 de octubre de 2018, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001832/183273s.pdf>

Maciá, C. (2006). Un modelo de Defensor del Lector, del Oyente y del Telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio del periodismo en España. *Comunicación y Sociedad*, XIX, 47-66

Medranda, N. (2017). Calidad y Transparencia de la Información y Comunicación que se emita a través de las páginas webs de los Municipios: Comparación de caso Ecuador España. Recuperado el 15 de octubre de 2018, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/458654/njmm1de1.pdf?sequence=1>

Morales, M. (2008). Transparencia y Medios de Comunicación. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de <http://www.infodf.org.mx/capacitacion/publicacionesDCCT/ensayo8/ENSAYO8.pdf>

Organización de los Estados Americanos. (s.f.). Leyes e Acceso a la Información. Recuperado el 25 de mayo de 2019, de <http://www.oas.org/es/sap/dgpe/acceso/mandatos.asp>

Orme, B. (2017). Acceso a la información: Lecciones de la América Latina. Recuperado el 20 de octubre de 2018, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002498/249837S.pdf>

Oszlak, O. (s.f.). Gobierno Abierto: Promesas, Supuestos, Desafíos. Recuperado el 25 de mayo de 2019, de <http://repositorio.cedes.org/bitstream/123456789/2720/2/10665.pdf>

Peruzzotti, E. (2007). Rendición de cuentas, participación ciudadana y agencias de control en América Latina. Recuperado el 25 de mayo de 2019, de <http://acij.org.ar/wp-content/uploads/2010/12/peruzzotti-rendicion-de-cuentas-participacion-ciudadana-y-agencias-de-control-en-america-latina.pdf>

Puentes-Rivera, I. y López-López, P.C. (2018). Políticas y estrategias de transparencia para las radiotelevisiónes públicas europeas. E Rodríguez-Castro, M., Pérez-Seijo, S. y Campos-Freire, F. (Eds.). La TV Pública en Europa: Innovación, Retos y Tendencias (175-191). Cuadernos Artesanos de Comunicación, cac 146. La Laguna (Tenerife): Latina. DOI: 10.4185/cac146.

Reglamento General de Acceso a la Información Pública para el Ejecutivo Federal. (2003). Recuperado el 25 de mayo de 2019, de http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_A_5.pdf

Rodríguez, D. & Valdeoriola, J. (s.f). Metodología de la investigación. Recuperado el 12 de junio de 2019, de http://formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documentos/02%20Metodologia%20de%20la%20Investigacion.pdf

Schedler, A. (2008). ¿Qué es la rendición de cuentas?. Recuperado el 1 de mayo de, http://www.iepcjalisco.org.mx/sites/default/files/que_es_la_rendicion_de_cuentas.pdf

Sorrentino, V. (2015). Discusión pública y transparencia del poder en Hobbes y Kant. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/4304/L_36_%282015%29_02.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Transparencia Internacional (2017): Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) 2017. Recuperado el 1 de mayo de 2019 de https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017

Villafranco, C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias.
Andamios, 2(3)

Villanueva, E. (2003). El Derecho de la Información. Recuperado el 28 de junio de 2019, de
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=46874>

Whittingham, M. (2010). ¿Qué es la gobernanza y para qué sirve? *Revista Análisis
Internaciona*, 2, 219-235

10. ANEXOS

Anexo I: Entrevista a Gabriela Yáñez, periodista El Diario

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Si tenemos una ley de transparencia en el Ecuador. Afecta el ámbito de la información pública.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Ahora todos estamos obligados a colgar la rendición de cuentas en la página web del medio, así que de alguna manera si ha beneficiado, pero la rendición es un papel en frío, muchas personas no lo comprenden.

No hay pienso yo ningún problema para acceder a los datos.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Pues deberíamos ser un ejemplo para todas las demás. Nuestro medio, tal como exige la ley, tiene su rendición de cuentas anual publicada en su sitio web. Ahí se detalla toda la información concerniente.

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No.

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos

de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

En la información que exige la ley si, depende mucho si son medios privados o públicos. Como ya le dije en nuestro medio publicamos la rendición de cuentas, el código deontológico y la política editorial.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

No.

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Como ya le dije el medio debe dar la información que por ley se le exige. En nuestro medio publicamos la rendición de cuentas y ahí va todo detallado.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si los conozco. Claro que sí, siempre buscamos la información veraz y transparente. En nuestro medio no funciona diferente. Toda la información que ofrecemos es verificada, basada en amplia cantidad de fuentes para que sea contrastada.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Respecto a las quejas de los lectores, principalmente son opiniones contra los gobiernos de turnos o falencias en las ciudades, más no contra nuestro medio o actividad profesional.

Anexo II: Entrevista a Carla Aguas, subdirectora del diario El Norte

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Aquí tenemos una que es la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Bastante, ahora cada institución tiene su página web donde se puede ver que ha realizado, en qué han invertido, tendríamos que revisar si todas lo están cumpliendo. Yo no he ingresado a ver cómo se organiza internamente un medio, tampoco creo que tienen esa información a vista de todo el mundo.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Nosotros tenemos aquí un sistema muy interesante, invitamos a la gente de diferentes sectores, hacemos mesas de trabajo y todos los que asisten tienen voz y voto, por ejemplo además de lo que presentamos, preguntamos a la ciudadanía qué es lo que nos falta.

No usamos las redes para esas cuestiones sino para información, solo publicamos misión y visión.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no sé. No, no difundimos esa información.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No. Yo pienso que si, por ejemplo nosotros somos una empresa privada, si fuéramos una empresa pública estaríamos obligados a publicar todo el tema de transparencia, pero por no hacerlo no pienso que dejemos de ser transparentes.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, justamente ahora lo estamos reformando. Si son transparentes. En El Norte publicamos por ejemplo el tiraje exacto y en cuestión de la información volvemos al tema de la ética, se debe contrastar las fuentes.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si recibimos quejas, estamos en contacto directo con las personas y a través de ellos podemos colaborar con la ciudadanía. Por ejemplo nos escribieron sobre la falta de atención en el IEES, y rápidamente fuimos a ver qué pasaba para dar una respuesta a la gente. Esa figura no está en ningún medio ahorita, no está creada todavía, pero más allá de eso nosotros tenemos una relación directa con los lectores, no hace falta esa figura prácticamente. Si utilizamos las redes para interactuar, como ya le mencioné una de nuestras estrategias es tener un contacto directo a través de whatsapp.

Anexo III: Entrevista a Christian Barreto, periodista El Norte

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Las leyes de comunicación

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

A través del uso del canal digital la última rendición de cuentas del diario se realizó en vivo. Pienso que no hay problema alguno siempre y cuando el uso que se le dé a esos datos sea el adecuado

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Yo creo que se debe hacer más sociable, sería la mejor manera. No utilizamos las redes con esos fines es más informativo.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no sé. No se da ese tipo de información a través de las redes la verdad.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información

económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No. No creo que se abran ese tipo de datos a cualquiera, sobre todo porque somos un medio privado.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si lo conozco. Si son transparentes en ese ámbito. En diario el Norte tenemos estatutos de redacción sobre el cual se debe guiar cada periodista.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si recibimos quejas, generalmente más que quejas son solicitudes para atender problemas específicos que les preocupan a las personas. No, no tengo reconocida esa figura. Si se utilizan las redes para interactuar, incluso yo les ofrezco mi número whatsapp de una forma más personal.

Anexo IV: Entrevista a Melisa Bravo, periodista El Norte

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Ley de Libre Acceso a la Información, para el acceso a los datos, las cuentas en el área empresarial.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

En una gran medida, ya que somos quienes exigimos la información a las organizaciones para llevarla al público. No existe un problema para acceder a estos datos. Pienso que cada organización o empresa se ha dedicado a que cada año entregar los trabajos o proyectos que se han desarrollado esto permite corregir los errores y mejorar los problemas, las TIC si han mejorar está rendición de cuenta porque se cuenta con más tecnología.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Creo que deben ser ejemplo. Claro publicamos en las redes y también en nuestro impreso cualquier actividad que hagamos, siempre dándole un buen espacio apoyando a la empresa y de estar forma llegar a muchos más usuarios.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No sé cuánto cobra nuestro director, pienso que no es importante saberlo... y en cuanto a la información institucional muy poco publicamos porque lo que más nos interesa es contar las historias de nuestros lectores.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No tenemos acceso a nada de eso, pero si lo pidiéramos si nos dieran... pero hay momentos en que si nos informan de la situación económica y que hay que hacer para mejorar.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Algunas veces hemos discutido esos temas... pero más estamos enfocados en informar a la ciudadanía las noticias que se generan día a día.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Claro si decimos quejas de alguna persona que se sintió aludida o molesta por alguna noticia, cuando recibimos eso tratamos de publicar (si es que hay un error) una rectificación o aclaración... Siempre estamos interactuando con nuestros lectores en redes es una estrategia muy buena para estar más cerca de la gente.

Anexo V: Entrevista a Santiago Ponce, periodista web El Norte

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Ley de Libre Acceso a la Información, para el acceso a los datos, las cuentas en el área empresarial.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

La disposición está, pero aún es un inconveniente el tema de la solicitud para acceder a la información, es un trámite engorroso, ese es el principal problema, son pocas las empresas públicas que transparentan la información y que la publican.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Yo creo que contando, informando, siempre buscando y obligando entre comillas a que se transparenten los datos. Si utilizaos las redes sociales para explicar cómo funciona esta nueva dinámica que tiene Diario El Norte.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no tengo la información.

De lo que yo tengo entendido existe una información en el medio de cuál es la base salarial por cada directivo, pero no me he tomado el tiempo para revisarla, pero si sé que es de conocimiento público.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, pero conocemos por nuestra posición en Redes Sociales dentro del medio cual es la tabla para pautar en digital y conocemos el tema de lo que factura el diario por clasificados.

En el ámbito de la información económica hay un inconveniente y es que este tema es algo sumamente complejo de entender, yo pensaría que es un deber de todos los medios el poder transparentarse en eso y ser los primeros, porque uno sabe en términos generales por ejemplo cuanto se invierte en papel pero no se ha explicado de forma correcta.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, de hecho está publicado en la web el código deontológico.

Si creo que son transparentes, en Diario el Norte siempre contrarrestamos la información, por ejemplo ahora cuando vamos a hacer una entrevista guardamos la grabación y el texto sin alterarlos, eso nos permite como medio blindarnos y a la fuente la certeza de saber que no se va a modificar su comentario.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si constantemente, la principal es un tema de inconformidad con la manera de escribir, actualmente estamos entrando a un ambiente político delicado como el de mascarilla, donde

nos hemos topado con censura, incluso autocensura. Por ese lado si hemos tenido esos inconvenientes.

Si tenemos una idea clara de en qué consiste la defensoría del lector, no tenemos la figura como tal, pero intentamos en lo posible nosotros mismos rectificar y autocriticarnos sobre lo que estamos haciendo.

Si utilizo las redes sociales para interactuar con los lectores, hemos llegado a identificar que las mujeres entre 25 y 35 años son las que más nos miran en redes sociales.

Mantenemos una interacción a través de las landing page y en el tema informativo estamos implementando las new leader para saber a través de los correos electrónicos que quiere la gente, para planificar los temas de los titulares

Anexo VI: Entrevista a Liliana Anchundia, Editora de Opinión El Universo

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

La Ley Orgánica de Comunicación expedida en el 2013 fue elaborada con la intención de restringir la libertad de expresión y coaccionar a los medios de comunicación independientes. En 2018 ya se encuentra en segundo debate el Proyecto de Reforma a la Ley Orgánica de comunicación que modifica un 40% a la ley original. Próximamente se remitirá al Consejo de Telecomunicaciones un Proyecto de Ley sobre la transmisión de datos personales, que, se ha anticipado, no será restrictiva de la práctica periodística. En lo concerniente al espectro de transmisión de internet y sobre las redes sociales aún no se ha legislado en Ecuador.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

La rendición de cuentas no se cumple a cabalidad por falta de mecanismos de control. Muchas instituciones tienen un sitio web muy pobre o desactualizado, y el apartado de rendición de cuentas no contiene información; un ejemplo es la Federación Deportiva del Guayas. Otras organizaciones hacen su rendición de cuentas de manera desprolija. Los periodistas se estrellan con un muro alto (burocracia) cuando quieren hacer uso del recurso de acceso a la información pública garantizado en la Lotaip (Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública) que data del 2004.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de

publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

La rendición de cuentas de los medios de comunicación privados son supervisados por la Secom (Secretaría de la Comunicación). Se realizan anualmente con invitación al público, se publica en el sitio web y se remite a la autoridad de control.

En el caso de El Universo, el informe tiene cuatro componentes: Definición del medio de comunicación, con los datos respectivos, entre ellos el nombre del representante legal; los objetivos del medio de comunicación y las acciones implementadas para su cumplimiento, información financiera, cumplimiento de obligaciones laborales, tributarias y de existencia legal, mecanismos para facilitar la participación ciudadana y el control social, el nivel de acogida a los planteamientos ciudadanos recogidos en el anterior ejercicio de rendición de cuentas, informe de los reclamos y réplicas presentados al medio, y procesos legales seguidos contra el medio.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

La ley no dispone que se haga pública la nómina de las empresas dueñas de medios de comunicación privados, como no lo están las demás empresas privadas. La información relativa a los directores del medio de comunicación, como su gerente general y editor general consta en la página de Lectores.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Anualmente la empresa convoca a los empleados al informe de la situación financiera para dar a conocer la información económica. Las remuneraciones no entran en ese informe.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de

información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

En nuestro medio, cuando ingresé, en el 2001, ya existía el Manual de Estilo y era entregado a cada periodista al contratarlo. Se estaba preparando una actualización de dicho manual cuando entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 y quedó en suspenso dicha actualización porque la referida Ley contraría el derecho a la libertad de expresión y libertad de prensa. En relación a transparencia en la producción de información, nuestro medio cumple a cabalidad con la exigencia de la Ley y adicionalmente mantiene abierto al público el programa Hablemos de Periodismo, con varias ediciones anuales.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

En noviembre del 2014 el titular del Cordicom (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación) aclaró aspectos del recientemente creado Reglamento de Defensores de Audiencias y Lectores, figura que se creó a partir de la Ley Orgánica de Comunicación del año previo. 61 medios de comunicación de carácter nacional estaban debían incorporar al nuevo funcionario, quien deberá acceder a espacios que promuevan la participación de los usuarios y se recojan quejas o sugerencias de las audiencias. Con el reglamento, el Consejo de Participación debía convocar al concurso, que estaba previsto para el 4 de noviembre de ese mismo año. Los interesados en ser defensores de las audiencias deben contar con título de tercer nivel registrado en el Senescyt y ser ecuatorianos, acreditar experiencia laboral, de al menos 2 años, en áreas de comunicación, información o defensa de derechos; probidad notoria; desempeño eficiente en la función privada o pública, requisitos que estarán en una declaración juramentada. El organismo designaría un equipo técnico que daría apoyo logístico en este proceso. Sin embargo no hubo acogida.

En mayo del 2017, The New York Times eliminó el cargo del defensor del lector. Su presidente Arthur Sulzberger, escribió en un memorándum que el papel del Defensor del Lector “ha rebasado ese cargo” y que el periódico va a crear un “centro de lectores” para

interactuar con el público. “Nuestros seguidores en las redes sociales y lectores en Internet se han unido para servir colectivamente como un defensor del lector moderno, más vigilante y enérgico que lo que una persona puede ser”, dijo Sulzberger.

En nuestro caso, a través de nuestra edición web, en todas las notas, mantenemos la opción "reporte de errores", adicionalmente, tenemos el acceso específico para la interacción con nuestros lectores y usuarios vía correo electrónico, y una página de Cartas de Lectores en la que se publican todos los días del año las cartas enviadas al Director. Algunas de ella son solicitudes de réplica o de ampliación de información cuando alguien considera que no se le ha dado la debida cobertura o espacio a su postura, pero la gran mayoría trata temas de interés de los lectores, la comunidad y comenta el acontecer noticioso.

Anexo VII: Entrevista a Jamie Marín, Periodista Extra

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

No hay ninguna, porque la transparencia viene dada desde la interioridad de cada institución.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Consideremos que la rendición de cuentas no es más que una simple redacción de todo lo que se ha hecho, nada más, ahí todo es bonito y no dan la oportunidad de hacer un trabajo a profundidad e incluso se podrían dar ahí datos que no son reales, pero si es verdad que a través de las páginas web podemos encontrarlas colgadas en línea y eso facilita un poco el trabajo.

El principal problema es básicamente la negativa de los directivos de entregar la información veraz

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas?

Dando paso a que la sociedad, no el periodista promueva sus inquietudes.

¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

No

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Me limito a responder.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No he tenido razón para verificar, o en todo caso no se ha dado la oportunidad para conocer esos datos del medio en que trabajo.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si. No soy la voz oficial como para referirme a eso.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben?

No de mi trabajo, tampoco digo que sea perfecto, hay personas que están de acuerdo y otras que no.

¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar?

No

¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

No utilizo mis redes personales con ese fin.

Anexo VIII: Entrevista a Yessenia Guevara, Periodista Extra

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Si las conozco, pero yo considero que solo están en el papel, porque en la práctica se deben hacer muchos trámites y no dejan que la información sea transparente. Afecta al ámbito de la información pública sobre todo.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones?

El proceso de rendición de cuentas yo creo que está mucho mejor, sobre todo en instituciones, ya que no tenemos que esperar al final de año, sino que vamos elaborando la información poco a poco, lo que nos posibilita ir formulando las preguntas y saber lo que nos interesa. Yo creo que si es una buena fomentación de transparencia.

¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

El principal problema sería que no quieren facilitar la información.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas?

Yo creo que siendo ejemplo, de esa manera se puede entonces exigir.

¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

La empresa se maneja en la ciudad de Guayaquil, hay una página en redes sociales, y yo creo que poco a poco ha ido crecido la empresa y vamos teniendo un mejor desempeño a través de las tecnologías. No estoy segura de qué información ofrece.

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Dependiendo del periódico como se maneje. En nuestro medio si son transparentes con respecto a ese tipo de información. No nos han negado tener ese tipo de información, aunque no la solemos solicitar, estamos centrados en nuestro trabajo de ayudar a la sociedad.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

No he tenido la necesidad de saber ese tipo de información.

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad)

Creo que cada medio se maneja de forma diferentes, sobre teniendo en cuenta los públicos y privados.

¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No conozco

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen?

Si tengo nociones, me actualizo cada vez que puedo, además tenemos seminarios.

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Yo considero que si, en nuestro medio también. Esa información debe estar en la página web del diario.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben?

Si, sobre todo lo que está relacionado con fotos fuertes en la sección de sucesos, hay personas que no están preparadas para eso.

¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar?

No la verdad.

¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Pues no directamente pero si tengo conocimiento de que hay compañeros que se encargan de contestar a los lectores.

Anexo IX: Entrevista a Daniela Fonseca, Periodista La Hora

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

No, no sé

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones?

Bueno ahora a través de las redes sociales las empresas e instituciones publican en sus redes las rendiciones de cuenta y las personas pueden estar más informados al respecto.

¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

No creo que hayan ningún problema, son datos públicos.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Siendo las primeras en publicar los suyos con total transparencia. No manejamos esto desde la sede Ibarra, pero sí creo que publican información interna en las redes.

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No lo sé

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Si lo creo, no he preguntado directamente pero si lo hiciera seguramente me darían la información.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?
Creo que si, como ya le dije no he solicitado la información, pero creo que si me la darían.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si los conozco. Si creo que son transparentes en este sentido, en nuestro caso si se puede encontrar en la web el código deontológico.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web?

No directamente, ya que no manejo las redes sociales.

¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben?

Más que quejas se trata de sugerencias o de personas que no están de acuerdo con una postura u otra.

¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar?

No lo sé.

¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos?

¿Qué tipo de estrategia utilizan?

No las utilizo con esos fines.

Anexo X: Entrevista a Francisco Varela, Editor General La Hora

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Por supuesto, tenemos la ley de transparencia y además el artículo 81 de la Constitución nos ampara y da derecho al acceso de la información pública.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

La rendición de cuentas encontró un espacio si en la web, pero sigue siendo un monólogo de las empresas. No hay ningún problema, incluso hay una ley que te obliga a publicar todos los datos de la empresa.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas?

Lo que hacemos como periódico es publicar a rendición de cuentas en una página integra de nuestra edición pero creo que debería ser más participativo.

¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

No, solamente noticias publicamos en redes sociales.

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos

de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Considero que por ley deberían ser transparentes. En La Hora si los somos, como somos un medio opositor al anterior gobierno teníamos que por ley publicar todos los datos, sino nos multaban.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

Por supuesto

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, deberían ser. No es una información que se esconda, si alguien la solicita lo analizamos se la otorgamos si lo consideremos pertinente.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Por supuesto. Si en nuestra página web está colgado nuestro código de ética, nuestro manual de estilo y me parece que también el código deontológico.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web?

¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben?

Si, tanto por redes sociales como personalmente en el periódico. En redes sociales más que quejas vemos ataques de lo que dejó en gobierno anterior como prensa corrupta, vendidos y de ese tipo.

¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si claro. No, no interactuamos con los lectores, salvo cuando hacemos videos en vivos, pero en cuanto a las noticias que publicamos no generamos el debate, no somos jueces ni parte, solo abrimos la ventana para que la gente vea la información lo más apegada a la realidad y ellos son los que debaten.

Anexo XI: Entrevista a Julián Coral, Periodista La Hora

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

La Ley de Acceso a la Libre Información es la más importante, afecta al ámbito de la información pública.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones?

Es relativo porque yo creo que la rendición de cuentas debe ser más humana, hay algunas que no nos interesan mucho, los que tiene que rendir cuentas son los electos en votación popular, pero que cualquier empresa haga rendición de cuentas yo creo que no.

¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Es que los datos internos son cerrados, no se puede acceder a ellos.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Yo no estoy de acuerdo con este proceso, debe ser mejor una convocatoria pública en la que deben asistir personas técnicas que sean capaces de decir lo que está mal. Nosotros estamos utilizando pero muy poco, no es lo que debería hacer, por ejemplo se cuelga en la página los directivos, el código deontológico, etc.

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Ese es otro tema, porque la información oficial también tiene su carga entonces se emite solo lo que ellos quieren que salga, viene a ser como una campaña de la entidad. La Hora no es diferente, se maneja como empresa.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Faltan muchos términos para eso. No sé en nuestro medio, nunca he solicitado esa información.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si los conozco. Estamos limitados muchas veces por el tiempo y los recursos, ya no se hace periodismo investigativo por el miedo, se ha cortado mucho la capacidad de reflexión del periodista. En La hora si intentamos ser lo más transparentes posibles en este sentido.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

No recibo quejas. No sé de qué se trata esa figura. No interactué con los lectores a través de las redes.

Anexo XII: Entrevista a Sara Oñate, Periodista Últimas Noticias

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Que yo conozca la Ley de Transparencia si, que obliga a las instituciones a dar su información sobre sus datos privados, se hacen las rendiciones de cuentas, eso.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Yo creo que si han mejorado el proceso, ahora se pueden utilizar las tecnologías para proporcionar esa información de una manera más rápida. Como toda empresa están obligados los medios a brindar información interna en sus rendiciones de cuentas, pero al ser empresas privadas no se cuál sea su compromiso en este sentido, no sé si se les puede obligar o no a brindar información cada vez que alguien desee.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Yo creo que deben presentarse como ejemplo, para después poder exigir a otras instituciones transparencia y presionarlas por el bien común, las personas necesitan saber esos datos y los medios los hacemos visibles. En nuestro caso no hay información de ese tipo en las redes sociales.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da

información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no sé cuánto cobra. No lo sé en general, pero en nuestro medio esa información no está abierta al público.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no tengo acceso. Creo que es un tema muy complicado y mi respuesta sería a veces. En nuestro medio no.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, si los conozco. No sé si los medios son suficientemente transparentes, se espera que si lo sean.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si recibimos quejas, generalmente por información errada o que el periódico es vendido en el sentido político. No, no tengo reconocida esa figura. Si se utilizan las redes sociales para interactuar, yo no soy la encargada, pero si he visto que hay una respuesta.

Anexo XIII: Entrevista a Betty Beltrán, Coordinadora Últimas Noticias

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Hay un montón, pero a la hora de la verdad son pocas las que se aplican; cuando uno va a una institución X en busca de información, a uno le dan vueltas.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

No sé.

No, no hay ningún problema en el Grupo El Comercio hay apertura para el acceso a la información.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

A través de sus plataformas y productos, además se hace rendición de cuentas una vez al año. No usamos las redes sociales con esos fines la verdad.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Especulamos pero no sabemos. No, 100% no.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no tengo acceso. No creo que sean suficientemente transparentes en ese aspecto.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, sí, eso sí tenemos, cada periodista tiene su manual de estilo. Ahora como tenemos mesas todos conocemos quien está produciendo tal o cual tema y estamos más empapados de todo.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si recibimos quejas, las que habitualmente recibimos tienen que ver con errores en la confección de la información, pero más que quejas son pedidos de que abordemos tal o cual tema.

En nuestro medio no existe esa figura.

Yo no me encargo de interactuar directamente con los lectores pero si hay un departamento que lo hace.

Anexo XIV: Entrevista a Carlos Mora, Editor Ultimas Noticias

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Existe la Ley de Transparencia para que las entidades públicas entreguen información a los ciudadanos en general, muy usada por periodistas pero con respuestas poco efectivas. En Ecuador existe la Ley de Comunicación que, en gran medida, ha sido usada para entorpecer -cuando no impedir- el trabajo de los periodistas y de los medios de comunicación en general. Hay acápites que tienen que ver con pedidos de rectificación, réplicas... que no han sido mayormente usadas por los ciudadanos sino, especialmente, por la institución que, a su vez, tiene la capacidad de sancionar los casos: la Superintendencia de Comunicación.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Rendimos cuentas a los lectores todos los días. Su examen crítico es permanente y ahora hay nuevas maneras de expresarlo. Además, existe la Ley de Comunicación que, desgraciadamente, ha sido mal empleada, manipulada para que desde el poder estatal los funcionarios públicos exijan rectificaciones, modificaciones, sanciones. Se ha llegado al colmo de pedir (y conceder) la rectificación de una caricatura y la sanción a un medio por una noticia que no publicó.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de

publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

La información que se entrega a través de redes sociales es netamente periodística. La Ley de Comunicación exige una rendición anual de cuentas ante los lectores, que cumplimos cabalmente.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

En el caso de la empresa en la que trabajo la información pública de la institución está a disposición de los lectores en el sitio web.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

La información económica de la empresa (incluida la facturación) es pública y se maneja a través de la Superintendencia de Compañías. Y en cuanto a lo interno, todos conocemos las escalas laborales.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Por norma interna, todo periodista que labora en la empresa en la que trabajo debe leer el Manual de Estilo y el Código de Ética. Este último está en la página web.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Se reciben quejas a través de redes sociales, de cartas a nuestro correo electrónico, de cartas físicas (sí, aún nos envían cartas físicas) y de llamadas telefónicas. Normalmente, se deben a algún error cometido a la hora de redactar alguna nota, que contestamos sin falta. Procesos más complejos han nacido del poder estatal a través de la Ley de Comunicación. Esta Ley exige una Defensor del Lector pero hasta ahora, las autoridades nacionales a cargo del asunto no han establecido los mecanismos específicos a los que todos los medios deberíamos regirnos.

Anexo XV: Entrevista a Santiago Guerrero, editor nocturno y periodista Últimas Noticias

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Está la Ley Orgánica de Comunicación que te obliga a hacer riguroso, pero no termino de entender el tema de la transparencia. Hay datos que son públicos y que las instituciones están obligadas a publicar como la rendición de cuentas, pero muchos no lo hacen.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones? ¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Han promovido en el sentido de que han presionado, pero no sé hasta qué punto sea eso transparente, hasta qué punto se cierto lo que dicen y que sea el 100% de lo que tienen que contar.

Teniendo en cuenta que los medios son empresas privadas, no están obligados a darte información como tema sueldos, pero deben publicar la rendición de cuentas, podré decirte que en este país dependería de cada medio. Nunca me he preguntado si los medios te permiten el acceso a sus datos.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas? ¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

Los medios están obligados por ley a hacer rendición de cuentas y a mí me parece que debería ser más transparente y más abierto, porque así se presiona también a que las instituciones públicas lo hagan. No utilizamos las redes sociales con esos fines.

¿Usted sabe cuánto cobra su director? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No, no tengo ni idea. No creo que publiquen ese tipo de información, ningún medio.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

No tengo acceso. Yo creo que a los trabajadores les interesa conocer cómo está el ámbito económico, pero no creo que ningún medio del país posibilite esos datos.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen? ¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si los conozco.

Es un tema muy amplio, hay medios que si luchan día a día por ser transparentes, pero hay otros que no, que tienen una línea editorial muy arcada, que se dedican solo a ciertos temas. En Ultimas Noticias tratamos de ser los más honestos posible.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben? ¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar? ¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos? ¿Qué tipo de estrategia utilizan?

Si recibo quejas, generalmente son salidas desde la afición y desde el fanatismo, como correistas malditos o anticorreistas malditos.

No tengo reconocida esa figura.

No utilizo las redes con esos fines.

Anexo XVI: Entrevista a Dani Galán, periodista El Tiempo

Como sabe, en el ámbito nacional y en el ámbito internacional se están desarrollando leyes de transparencia y recomendaciones que afectan sobre todo a entidades públicas, aunque también a empresas informativas.

¿Qué leyes de transparencia existen en su país? ¿Me podría decir a que ámbitos afectan?

Si tenemos una ley de transparencia que afecta a la información pública.

¿En qué medida cree que las tecnologías de la información han promovido un mejor proceso de rendición de cuentas de las organizaciones?

Yo creo que las tecnologías facilitan los procesos de las rendiciones de cuentas y ahora las tenemos al alcance en las páginas web.

¿Cuál cree que es el principal problema para acceder a los datos que poseen las organizaciones periodísticas?

Yo creo que no hay problema, ahora existe un libre acceso, n las páginas web están todos los datos.

¿Cómo cree usted que las empresas informativas deben promover los procesos de rendición de cuentas?

De una forma clara, para que el lector tenga una visión fresca de lo que se dice y que no sea muy técnico.

¿Ustedes utilizan las redes sociales como mecanismos de publicidad de la información pública de su empresa? ¿Qué tipo de información ofrecen?

No netamente, estamos más enfocados en las necesidades del lector, sus denuncia, etc.

¿Usted sabe cuánto cobra su director?

No

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información institucional? (ejemplos: se da información sobre los directivos, consejos de redacción, sobre legislación aplicada al medio de comunicación) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Si yo creo que sí, también en nuestro medio, es información abierta a todos. No está publicada pero creo que si se necesitara saber no dudarían en propiciarla.

¿Usted tiene acceso a la facturación por publicidad de su medio?

No he necesitado consultarlo.

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la información económica? (ejemplos: se da información sobre remuneraciones, salarios, relación de puestos de trabajo, publicidad) ¿Y su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, como mencioné anteriormente puede que no esté en la página pero son datos a los que podría tener acceso.

¿Usted conoce los libros de estilo y los estatutos de redacción, si tienen?

Si

¿Cree que los periódicos son suficientemente transparentes en el ámbito de la producción de información? (ejemplos: publicidad libros de estilo, tratamiento colectivo de atención prioritaria, mecanismos de valoración de programa, figura del defensor del lector) ¿Y en su medio en particular? ¿De qué forma?

Si, esa información si pueden encontrarla en la página web, para que nuestros lectores sepan bajo que normas nos regimos para realizar los contenidos.

¿Reciben ustedes quejas por partes de sus lectores en Redes Sociales o en su página web? ¿Qué tipo de quejas son la que habitualmente reciben?

Si claro, obviamente sobre todo cuando se trata de temas políticos o deportivos, hay gente que de pronto no está muy a favor o está en contra de un tema.

¿Tiene reconocida la figura de Defensor del Lector o similar?

No

¿Utiliza las Redes Sociales para interactuar con los lectores explicándose sus derechos?

¿Qué tipo de estrategia utilizan?

En lo que podemos sí. Tratamos de ser lo más directos posible con nuestros lectores, muchas veces nos escriben para denunciar situaciones en sus comunidades e intentamos siempre ayuda

