



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**
La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**MODELO INFORMATIVO DE LOS NOTICIEROS ESTELARES DE MEDIOS
DE COMUNICACIÓN DE GESTIÓN PÚBLICA Y PRIVADA: ECUAVISA,
TELEAMAZONAS, GAMA TV, ECTV**

Tesis previa a la obtención del
Título de **Licenciado en
Comunicación Social**

AUTORAS: Silvia Verónica Rodríguez Morales
Ángela Lara Viteri

DIRECTORA DE TESIS: Mgs. Catalina Mier

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO - 2011

ii
CERTIFICACIÓN

Magister
Catalina Mier
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por las señoras Silvia Verónica Rodríguez Morales y Ángela Lara Viteri, sobre el tema: **“Modelo informativo de los noticieros estelares de medios de comunicación de gestión pública y privada: ECUAVISA, TELEAMAZONAS, GAMA TV, ECTV”**, ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 11 de Septiembre del 2011

f_____

C.I.#

iii

AUTORÍA

Todos los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad del autor.

Loja, 11 de Septiembre del 2011

f _____

Silvia Verónica Rodríguez

C.I. # 1706833926

f _____

Ángela Lara Viteri

C.I. # 1705846325

CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotras, Silvia Verónica Rodríguez Morales y Ángela Lara Viteri, declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f _____

Silvia Verónica Rodríguez

C.I. # 1706833926

f _____

Ángela Lara Viteri

C.I. # 1705846325

v

DEDICATORIA

A Dios y a la Santísima Virgen.

A mi familia y amigos por su cariño y apoyo incondicional y a esa persona especial en mi vida.

Ángela

En primer lugar a Dios que está presente en todos mis actos. A mi hermana Jacqueline, por su apoyo absoluto en mis logros, a mi padre por su cariño, a mi madre que desde el cielo me cuida, a mis sobrinos por sus ideas y el tiempo para explicarme las materias que me fueron complicadas. Al doctor Vicente Peralta León, por el impulso para siempre seguir adelante aunque la situación fuera adversa.

Verónica

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja, de manera especial a los medios y empresas de comunicación por su colaboración en el levantamiento de datos en la presente investigación.

De igual manera nuestro reconocimiento y gratitud a nuestra Directora de Tesis, Catalina Mier, por su apoyo incondicional, dedicación y orientación invaluables, para la elaboración del presente trabajo de investigación.

LAS AUTORAS

**MODELO INFORMATIVO DE LOS NOTICIEROS ESTELAES DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DE GESTION PUBLICA Y PRIVADA: ECUAVISA,
TELEAMAZONAS, GAMA TV, ECTV**

Índice general.....	7
Resumen	13
1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	13
1.1 <u>Presentación del objetivo y su contenido</u>	16
1.2 <u>Justificación</u>	17
1.3 <u>Oportunidad</u>	18
1.4 <u>Finalidad</u>	19
CAPÍTULO II	
2. <u>MARCO TEÓRICO</u>	
2.1 <u>La televisión</u>	20
2.1.1 <u>Antecedentes</u>	20
2.1.2 <u>La televisión privada</u>	21
2.1.3 <u>La televisión pública</u>	23
2.1.4 <u>La televisión gubernamental</u>	26
2.2 <u>Características de la televisión pública y privada</u>	26
2.3 <u>Noticiero televisivo</u>	29
2.3.1 <u>Concepto de noticias</u>	31
2.4 <u>Estructura organizativa de las salas de redacción</u>	32
2.4.1 <u>Personal de producción de noticias</u>	35
2.4.2 <u>Informativos de la televisión</u>	36
2.4.3 <u>Funciones de los noticieros de televisión</u>	36
2.4.4 <u>Quién, cómo y de qué forma ordena la gestión del noticiero televisivo</u>	39

2.4.5 Agenda setting	40
----------------------------	----

CAPÍTULO III

3 Breve historia de la creación de los canales de televisión.....	43
3.1 Ecuavisa	43
3.2 Teleamazonas.....	44
3.3 Nacimiento de la televisión pública en el Ecuador:	
Ecuador TV	45
3.4 Medios de comunicación incautados por el Estado:	
Gama TV	46

CAPÍTULO IV

4 Marco Jurídico referente a la propiedad de los	
canales de Tv.....	50
4.1 Análisis de propiedad (pública y privada)	53
4.2 Estatutos de los canales de televisión (Ecuavisa,	
Teleamazonas , Gama TV y ECTV.....	56
4.3 Análisis de la integración del capital de los canales	
analizados.....	63
4.3.1 ¿De quién es el capital?.....	63
4.3.2 Ecuavisa	63
4.3.3 Teleamazonas	64
4.3.4 Ecuador TV	64
4.3.5 Gama TV	65

CAPÍTULO V

5. MARCO METODOLÓGICO

5.1 Objetivo general.....	66
5.2 Objetivo específico.....	66

5.3 Preguntas de la investigación.....	66
5.4 Hipótesis.....	67
5.5 Diseño de la investigación	67
5.6 Ubicación asignado a la noticia.....	68
5.7 Fuentes abordadas y cómo se legitiman.....	68
5.8 Número de fuentes consultadas.....	69
5.9 Tipos de fuentes.....	70
5.10 Comentarios.....	70
5.11 Origen del comentario.....	70
5.12 Instrumentos de investigación.....	71
5.12.1 Ficha de análisis.....	73
5.12.2 Variables que se considerarán en el análisis de los noticieros	75
5.12.3 Entrevistas a directivos de canales analizados	77

3. **CAPÍTULO VI: RESULTADOS**

6.1 Número de fuentes consultadas.....	79
6.2 Origen del Comentario.....	86
6.3 identificación de la pieza.....	87
6.4 Procedencia geográfica.....	97
6.5 Fuentes de información.....	108
6.6 Producción informativa.....	115
6.7 Tratamiento de los géneros.....	119
6.8 Publicidad institucional y comercial.....	126

CAPÍTULO VII ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

7.1 Contenido de las noticias.....	137
7.2 Conducción de los noticieros: presentadores.....	139
7.3 Tratamiento de imágenes.....	142

<u>7.4 Responsabilidad social.....</u>	<u>142</u>
<u>7.5 Preguntas de la investigación.....</u>	<u>144</u>
<u>7.6 Comprobación de hipótesis.....</u>	<u>148</u>

<u>CAPÍTULO VIII CONCLUSIONES.....</u>	<u>152</u>
---	-------------------

<u>CAPÍTULO IX RECOMENDACIONES.....</u>	<u>156</u>
--	-------------------

<u>CAPÍTULO X BIBLIOGRAFÍA.....</u>	<u>156</u>
--	-------------------

XI ANEXOS

Anexo 1 Fichas de análisis

Anexo 2 Documentos de respaldo

Índice de cuadros

<u>Cuadro No. 1 fuentes consultadas.....</u>	<u>80</u>
<u>Cuadro No. 2 tipo de fuentes ECTV.....</u>	<u>81</u>
<u>Cuadro No. 3 tipo de fuentes Ecuavisa.....</u>	<u>82</u>
<u>Cuadro No. 4 tipo de fuentes Teleamazonas.....</u>	<u>83</u>
<u>Cuadro No. 5 tipo de fuentes Gama TV.....</u>	<u>84</u>
<u>Cuadro No. 6 identificación de la pieza Ecuavisa.....</u>	<u>88</u>
<u>Cuadro No. 7 Identificación de la pieza ECTV.....</u>	<u>89</u>
<u>Cuadro No. 8 identificación de la pieza Teleamazonas.....</u>	<u>91</u>
<u>Cuadro No. 9 Identificación de la pieza Teleamazonas.....</u>	<u>93</u>
<u>Cuadro No. 10 Porcentaje por secciones.....</u>	<u>94</u>
<u>Cuadro No. 11 condensado canales analizados.....</u>	<u>95</u>
<u>Cuadro No. 12 Noticias nacionales Ecuavisa.....</u>	<u>98</u>
<u>Cuadro No. 13 Noticias internacionales Ecuavisa.....</u>	<u>99</u>
<u>Cuadro No. 14 Noticias nacionales ECTV.....</u>	<u>100</u>
<u>Cuadro No. 15 Noticias internacionales ECTV.....</u>	<u>102</u>
<u>Cuadro no. 16 Noticias nacionales Gama TV.....</u>	<u>103</u>
<u>Cuadro No. 17 Noticias internacionales Gama TV.....</u>	<u>104</u>
<u>Cuadro No. 18 Noticias nacionales Teleamazonas.....</u>	<u>105</u>
<u>Cuadro No. 19 Noticias internacionales Teleamazonas.....</u>	<u>107</u>
<u>Cuadro No. 20 Fuentes de información Teleamazonas.....</u>	<u>109</u>
<u>Cuadro No. 21 Fuentes de información ECTV.....</u>	<u>110</u>
<u>Cuadro No. 22 Fuentes de información Gama TV.....</u>	<u>111</u>
<u>Cuadro No. 23 Fuentes de información Ecuavisa.....</u>	<u>112</u>
<u>Cuadro No. 24 Condensado fuentes privadas.....</u>	<u>113</u>
<u>Cuadro No. 25 Condensado fuentes públicas.....</u>	<u>113</u>
<u>Cuadro No. 26 Condensado fuentes políticas.....</u>	<u>114</u>
<u>Cuadro No. 27 Producción informativa Teleamazonas.....</u>	<u>116</u>
<u>Cuadro No. 28 Producción informativa ECTV.....</u>	<u>117</u>
<u>Cuadro No. 29 Producción informativa Ecuavisa.....</u>	<u>118</u>
<u>Cuadro No. 30 Producción informativa Gama TV.....</u>	<u>118</u>

<u>Cuadro No. 31 Tratamiento de los géneros ECTV.....</u>	<u>121</u>
<u>Cuadro No. 32 Tratamiento de los géneros Gama TV.....</u>	<u>123</u>
<u>Cuadro No. 33 Tratamiento de los géneros Teleamazonas.....</u>	<u>124</u>
<u>Cuadro No. 34 Tratamiento de los géneros Ecuavisa.....</u>	<u>125</u>
<u>Cuadro No. 35 Publicidad comercial e institucional ECTV.....</u>	<u>130</u>
<u>Cuadro No. 36 Publicidad comercial e institucional Gama TV.....</u>	<u>131</u>
<u>Cuadro No. 37 Publicidad comercial e institucional Ecuavisa.....</u>	<u>133</u>
<u>Cuadro No. 38 Publicidad comercial e institucional ECTV.....</u>	<u>130</u>
<u>Cuadro No. 39 condensado Publicidad comercial e institucional....</u>	<u>134</u>
<u>Cuadro No. 40 condensado Publicidad comercial</u>	<u>135</u>

Resumen

En sus inicios, la televisión en Ecuador era un servicio privado, por lo tanto, la información que se recibía hasta el 2007 provenía de medios de comunicación con una línea editorial definida por los dueños de los medios.

Se ha considerado en esta investigación realizar un análisis de los noticieros emitidos en 4 canales de televisión: Ecuador TV, (medio público), GAMA TV, (incautado y manejada por el Estado); Teleamazonas y Ecuavisa, que son empresas privadas.

Palabras claves: Televisión pública, televisión privada, televisión gubernamental, informativos

1. INTRODUCCIÓN

En Ecuador la televisión se remonta a la década de 1960 con la primera empresa comercial, el entonces canal 4 hoy Red Telesistema (RTS). Hasta ese momento, hubo intentos de hacer emisiones pero es la Compañía Ecuatoriana de Televisión la que inicia una nueva era en la comunicación masiva, con resultados novedosos por entonces y muy rentables hasta la actualidad. Al amparo de su emergencia pronto se fundan otros canales como Canal 2, Telecentro y Canal 10 en Guayaquil y el Canal 8 (Ecuavisa) en Quito. García Luarte, Alfredo (2009, p.101)

Por otro lado, los medios de comunicación públicos no existían hasta el 2007, su creación es una iniciativa del gobierno actual. En ese año nace Ecuador TV como una cadena de televisión ecuatoriana de servicio público, establecida el 26 de octubre, gracias a una provisión de fondos no-reembolsables de USD \$ 5 millones del Banco de Desarrollo Social y Económico de Venezuela (BANDES).

Su inauguración y puesta al aire se la hizo coincidir con la instalación de la Asamblea Constituyente, cuya finalidad era la de transmitir las sesiones en vivo a todo el país.

Con la aparición de un medio de comunicación público, era necesario realizar una investigación que permita poner en evidencias las similitudes y diferencias en el tratamiento de la información.

En tal virtud, el análisis debía iniciar con la conformación de los canales de televisión, para lo cual era necesario analizar los estatutos y distribución de capitales y quien o quienes son las personas que ordenan la gestión para la puesta en marcha de los canales analizados.

Una vez revisada la parte operativa se hará una investigación del noticiero. Para esto se procederá a la grabación de los mismos y el diseño de las herramientas necesarias para desmenuzar cada noticia emitida.

Este estudio se inicia por el interés de conocer el manejo de las agendas informativas, si éstas se hallan en relación directa con afinidades políticas o hacia las necesidades del ciudadano común; para esto se seleccionó a dos canales privados, Ecuavisa y Teleamazonas, un canal incautado Gama TV y un canal público, ECTV, de reciente creación, buscando con esto conocer la existencia de similitudes y diferencias en el manejo de los noticieros, lo que es tratado en el capítulo 1.

El marco teórico abarca los capítulos 2, 3, 4, en los que engloba desde los orígenes de la televisión, sus inicios en el Ecuador, el manejo de agenda setting. Es necesario conocer los la historia de la creación de los canales de televisión privados, del canal incautado así como la creación de la televisión pública, así como el marco jurídico referente a la propiedad de los medios.

En el capítulo 5 se encuentra el marco metodológico con el objetivo de analizar los contenidos de los informativos estelares de los canales de televisión de gestión privada y pública e incautada: Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV, para lo cual se procede a efectuar una investigación cualitativa y cuantitativa, ya que es significativo conocer la perspectiva en el manejo de la noticia en cada medio.

Es importante la revisión bibliográfica previa a la investigación así como de la ficha análisis, con la que se obtiene resultados a través de diferentes variables, sumado a esto las a los directivos de los canales, información que ayudará en este proyecto.

Los resultados cuantitativos de las distintas variables, están presentados en gráficos para una mejor comprensión, esto se encuentra en el capítulo 6.

El capítulo 7 contendrá el análisis de los resultados, se podrá comprobar las preguntas e hipótesis planteadas en el capítulo 5 fueron contestadas, también existirá un análisis a la conducción de los noticieros por parte de los anchors, se evidenciará las diferencias que existen entre los canales de televisión públicos y privados en el tratamiento información así como el manejo de la línea editorial de los medios analizados.

Las conclusiones de este estudio están en el capítulo 8, ¿la mayor cantidad de noticias son a nivel nacional en los noticieros estelares? ¿Cuál es el porcentaje de las noticias emitidas por los canales analizados son realizadas por su personal?

El capítulo 9 tiene varias recomendaciones, que pueden aportar para el mejoramiento en la calidad de los noticieros, abriendo además la posibilidad de nuevos temas para estudios.

1.1 Presentación del objetivo y su contenido

Cuando la Agencia de Garantías de Depósitos, firmó la resolución mediante la cual se incautaron los bienes de los hermanos Isaías, ex propietarios del Banco Filanbanco, el Estado se hizo cargo de todos los medios de comunicación que dependían de este grupo empresarial, entre ellos estaban, Gama TV y TC Televisión.

Esta decisión ha significado un reto para el Estado, debido a que la relación existente entre los medios de comunicación y el poder ha sido tirante, así lo han analizado algunos políticos, periodistas, sectores sociales y público en general.

La globalización y las nuevas tecnologías a nivel mundial permiten que la cobertura informativa sea más amplia. Hay mayor penetración en los hogares lo que implica que la difusión de la información sea mayor, esta cobertura ha convertido a los medios de comunicación en el centro del poder contemporáneo.

Los ciudadanos ven a través de la televisión: creen, discuten y aceptan. En este sentido, es importante conocer cómo los medios de comunicación manejan sus agendas informativas, si están relacionadas directamente con tendencias políticas afines o si se acercan más a las necesidades ciudadanas.

Cuando se manejan los medios de comunicación con agendas amplias, rigurosas, claras y transparentes, éstos se consolidan ante los ciudadanos. En este sentido se debe tratar la libertad de expresión como uno de los derechos fundamentales del ser humano, esto implica que se debe permitir la libertad de expresión y de pensamiento, que es la tarea fundamental que se debe desarrollar en los medios de comunicación.

Por la cobertura amplia que tienen los medios ejercen una gran influencia en la opinión pública, además implica la capacidad que tienen de seleccionar la información de acuerdo a los criterios que consideren relevantes para emitir en las noticias. Sin embargo, es prioritario que se manejen pautas éticas en la emisión de la información,

tomando en cuenta los valores, principios morales y constitucionales de una sociedad democrática.

Es necesario además analizar el papel del medio público ECTV, que no está condicionado por la publicidad y su prioridad no es manejar estadísticas de rating a diferencia de los medios privados.

Los canales privados, por su propia naturaleza y las viejas prácticas del periodismo, no han logrado captar la diversidad que tiene el Ecuador, las ideas que tiene el ciudadano común y los diferentes actores políticos.

En el caso de la televisión pública, Pérez (2009) manifiesta que la consideración a este medio tiene que ver con la doble naturaleza de los productos informativos, que son a la vez un bien económico y un bien cultural, social o ideológico.

El propósito fundamental del trabajo de investigación se fundamenta en obtener información sobre las características que tienen los informativos de los medios de gestión pública y privada en el Ecuador, que permita conocer si los ciudadanos están obteniendo testimonios que se aproximen a la realidad y les permitan tener diferentes criterios desde diferentes ópticas.

1.2 Justificación

Al considerar que la materia prima para la subsistencia de los medios de comunicación es la emisión de noticias, nos permitirá comprender como desde hace tiempo atrás se ha generado una lucha intensa por obtener la exclusividad en las noticias, lo que les permite llegar a ser los primeros en emitirlas y captar la atención del público.

Esta búsqueda de exclusividad es la que determina el rating o índice de sintonía, que es el factor determinante para que los programas de televisión se mantengan en

las parrillas programáticas, reflejándose de manera más evidente en la televisión, siendo una premisa no solo el informar, sino alcanzar la mayor cantidad de teleaudiencia.

Este será el punto principal de análisis de las diferencias que existen en el manejo de la televisión pública con la privada, considerando que los medios públicos y los medios privados deben cumplir una función pública.

En primer lugar se considerará que los medios públicos en el Ecuador, al ser un hecho de reciente creación, se encuentran todavía en construcción, a diferencia de los medios privados que llevan muchos años al aire.

Otro punto importante es el manejo de la línea editorial, la misma que responde a intereses diferentes. En los medios privados hay intereses de los grupos de poder, en los públicos hay un interés del estado.

1.3 Oportunidad

Se realizará el análisis de los contenidos informativos de los canales de televisión de gestión privada y pública: Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV. Esto permitirá conocer cómo se estructuran las agendas informativas de los noticieros y que fuentes están presentes en los mismos.

Con esta investigación se logrará reconocer el tratamiento que los canales dan a la información en los medios públicos y privados, que es la materia prima principal de un noticiero.

En este sentido, se realizará un análisis separado del contenido de la noticia, investigación que permitirá comprobar qué tipo de información está presente en los noticieros: política, educativa, económica, divulgativa, social, crónica roja, etc.

1.4 Finalidad

La presente investigación tiene como finalidad estudiar las consecuencias del manejo que se da en el tratamiento de la información los canales de televisión: Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV, desde la perspectiva pública y privada.

Es importante analizar la línea editorial que manejan estos medios y determinar si se adecúa a los intereses de los dueños o directivos de los medios de comunicación o si su línea es independiente, democrática y pluralista.

Se realizará además un análisis comparativo de la estructura de las salas de redacción en los canales de televisión, público, privado e incautado y se trabajará en determinar las similitudes y las diferencias que existen en cada uno.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La televisión

2.1.1 Antecedentes.

Según comprende el sociólogo Manuel Castells, (p.359), referido en Rincón (2005, p.5), los grandes momentos de la historia de la televisión serían:

- Unos 3.000 años de evolución en la tradición oral y la comunicación no alfabética.
- En torno al año 7000 A.C., tuvo lugar en Grecia un gran invento: el alfabético (...) La sociedad alcanzó un nuevo estado mental, “la mente alfabética”, que indujo a la transformación cualitativa de la comunicación humana (...)
- El invento y difusión de la imprenta promovió la infraestructura mental para la comunicación acumulativa, basada en el conocimiento (...)
- La cultura audiovisual aparece en el siglo XX, primero con el cine y la radio, luego con la televisión, superando la influencia de la comunicación escrita en las almas y los corazones de la mayoría de la gente (...)
- La integración de varios modos de comunicación en una red interactiva. O en otras palabras, la formación de un supertexto y un metalenguaje que, por vez primera en la historia, integran en el mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana. Citado en Rincón (2009, p. 16)

La televisión es necesaria para la vida, ya que genera conversación social, mucha *cotidianeidad* simbólica y mundos paralelos para gozar e imaginar. Rincón (2005, p.11)

Señala Rincón (2005, p.11) que la televisión es una invención humana que se ha convertido en parte fundamental de nuestra vida diaria, de nuestras formas de construir el símbolo y de nuestras maneras de crear comunidades de sentido.

Las relaciones entre los medios se transformaron después de la Segunda Guerra Mundial. La televisión se convirtió en el eje de funcionamiento de los medios. Rincón (2009, p.16 y 17)

De acuerdo a Rincón (2009, p. 16) la televisión se convierte, entonces, en el más auténtico medio de comunicación de masas, ya que llega de igual manera a todos, el contenido y la forma de los mensajes se corta por el común denominador, la participación de la audiencia es afectiva y cercana al modelo de conversación.

En la actualidad la televisión es un gran factor de valor dentro de la sociedad, se le considera un agente socializador por la influencia que tiene en el comportamiento, pensamiento, cultura, valores y la formación personal de cada individuo. Sus principales funciones son: la educativa, el entretenimiento, la promoción de productos, el aprendizaje y la información.

2.1.2 La televisión privada.

La televisión privada es una empresa televisiva manejada como un negocio. Está dividida en dos grandes grupos: uno que se refiere a la producción televisiva, incluyendo en este segmento la compra y venta de programas; y, el otro grupo que se refiere a la venta de tiempo en la difusión de publicidad de sus anunciantes.

Para Pasquali: (107:290) la “televisión significa negocio, su función vital es difundir mensajes comerciales, más otros mensajes de relleno, como música, novelas, noticias, dirigidos a hacer más digeribles el pesado bolo publicitario (...)”

El objetivo de la televisión privada, abierta y gratuita reside en obtener la máxima inversión publicitaria, o en términos empresariales, maximizar sus beneficios. Que el ingreso publicitario sea elevado reside fundamentalmente en que la cadena tenga una elevada audiencia, ya que la publicidad paga a priori por audiencias lo más garantizadas y posibles y ello, a su vez, consigue mediante la oferta de la programación que se genera la mayor fidelización posible en el número de espectadores. (Sánchez Tabernero, A. (1997) referido en Cristina González Oñate (2008 p. 74)

La televisión comercial debe buscar constantemente el equilibrio entre la capacidad productiva interna y el nivel previsto de la demanda de la publicidad.

Los rasgos permanentes en la economía y la gestión práctica de una empresa de televisión comercial son:

Que la oferta domina sobre la demanda, ya que los telespectadores se ven obligados a elegir entre una oferta muy amplia pero muy similar a la vez, por lo que la situación del consumo televisivo en muchas ocasiones es sustituido por otro tipo de consumo de ocio.

La incertidumbre de resultado de audiencia es elevada: aunque la cantidad de consumidores es relativamente predecible influyen en ella otros factores externos al medio.

Según Landeira Prado (2006 p.370), el concepto de televisión privada es: “la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión (v.) cuya titularidad corresponde al Estado, realizado por sociedades anónimas en régimen de concesión administrativa”.

La titularidad estatal del servicio público no implica, sin embargo, un régimen de exclusividad o monopolio, sino que por el contrario, la gestión del servicio puede ser

realizada en forma directa, por el propio Estado, y de una manera indirecta, por los particulares que obtengan la oportuna concesión administrativa.

Ya nuestro Tribunal Constitucional (SS. De 31-3-1983 y 7-12-1982) declaró que la llamada “televisión privada “no estaba constitucionalmente impedida y que su implantación no era una exigencia jurídico-constitucional sino una decisión política que podía adoptarse siempre que, al organizarlas respetasen los principios de libertad, igualdad y pluralismo.

La Ley sobre televisión privada establece que la actividad de las sociedades concesionarias de dicha gestión indirecta se inspirara en los principios de objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones, en la separación entre informaciones u opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión con los límites del artículo 20.4 CE, el respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico, el respeto al honor, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce el artículo 14 CE, así como la protección de la juventud y la infancia.

2.1.3 Televisión Pública

Según Valerio Fuenzalida (Fuenzalida, 2000, pág. 14): “(...) se entenderá por TV Pública aquella estación que no tiene una finalidad prioritaria de lucro, sino otros objetivos”.

“En América Latina, bajo el nombre de Televisión Pública se engloba una gran cantidad y variedad de televisoras. Un estudio de Alfonzo estimaba que en 1990 América Latina y el Caribe totalizaban 571 estaciones de TV, de las cuales 105 (18,30%) se consideraban públicas. En estas estaciones públicas, 41 eran estatales (39,0%) y 64 (61,0%) estaciones educativas o culturales sin fines de lucro (Alfonzo, 1990), *como promedio existe una estación pública por cada cuatro comerciales.* Fuenzalida (2000 p.14)

Las estaciones públicas presentan diferente estatuto de propiedad, diferentes formas de financiamiento y diferentes énfasis en su programación: propiedad estatal con dependencia o con autonomía del gobierno, propiedad del gobierno estadual (Brasil, México), propiedad del Estado pero administración superior por parte del gobierno regional (Colombia), propiedad universitaria, de Iglesias; financiamiento total o parcial con fondos públicos, autofinanciamiento total o parcial. También el caso cubano es excepcional, ya que la TV – como todos los medios de comunicación – es controlada por el Gobierno a través del Instituto Cubano para la Radio y la Televisión (ICRT), y no compite con otras televisoras. (Fuenzalida, 2000, p, 7)

Según Rafael Roncagliolo (1996, p.177), en América Latina las estaciones públicas de radio y televisión “ante todo han sido instrumentos políticos más que estar orientadas al servicio público y han fallado en tener un impacto socio-cultural importante”

Para Valerio Fuenzalida, (2000, p.38) “La razón por la cual se justifica y se *legitima la existencia de una TV Pública general* es porque puede ofrecer una programación:

- *“relativamente diferente* a la de otras estaciones
- *pero masivamente apreciada y sintonizada* por la audiencia “

Fuenzalida (2000, p.39) señala que “(...) *no existe un modelo esencialista y único de servicio público televisivo, ni de programación de utilidad pública.*

(...) una TV Pública hoy en día ya no resiste su dependencia del gobierno de turno, ni la función propagandística que se le asignaba, y complementariamente de descalificación de la oposición política” (Fuenzalida, 2000, p, 58).

Como señala Portales (referido en Rincón (2005 p.115) “Las empresas de televisión pública se deben al propietario del Estado, que son los ciudadanos y, por tanto, tendrán legitimidad social cuando cumplen sistemáticamente con el principio del pluralismo. “

Si bien es cierto que el concepto de Valerio Fuenzalida es el que más se acerca a nuestra realidad, posiblemente sea una utopía el concepto de Portales, pero es el concepto al cual debería llegar la televisión pública.

Portales (2005, p.110) señala que: (...) un aspecto que en la televisión pública es crucial: el *estatuto jurídico*; en especial, las normas que regulan la generación, control y remoción de sus autoridades. En la televisión privada se entiende que el propietario o el grupo de accionistas mayoritario tienen la plena soberanía para decidir sobre la marcha de la empresa. En la televisión pública, el propietario es un ente impersonal que requiere reglas claras de asignación de la soberanía: en ausencia de ellas, el poder se ejerce *de facto*.

Un ejemplo del financiamiento de la televisión pública es el caso de la BBC que obtiene sus recursos sustantivamente con un impuesto a la tenencia de receptores de TV (licence fee o canon). El informe *The BBC Beyond 2000* estima que entre los años 1993-2008 la BBC tendrá ingresos por conceptos de licence fee estabilizados en alrededor de 2.000 millones de libras anuales. Pero en ese lapso de tiempo la industria televisiva británica acrecentará sus ingresos desde 4.000 millones de libras hasta unos 11.700 millones, obtenidos de suscripciones, pay per view y otros servicios. (Fuenzalida 2.000 P.73)

Milnes (director general de la BBC durante la década de los ochenta), señala que la televisión pública debe hacer que lo popular sea valioso y que lo valioso se haga popular.

2.1.4 Televisión gubernamental

Según Canclini (2008), América Latina bajo la influencia de Estados Unidos desarrolló de manera paralela al sistema comercial, un modelo que combina las características del modelo estadounidense donde se otorgan licencias al sector privado con el fin de que sean ellas las que las administren y el modelo europeo que planifica las políticas de emisoras que son gestionadas públicamente y sin fines de lucro.

En tal virtud, se diseñaron las políticas culturales de la radiodifusión pública afines al populismo de Estado y con la ideología de una democratización cultural. Canclini (2008) observa que el modelo populista favoreció el desarrollo de las culturas subalternas y de las industrias culturales, mientras el Estado ocupaba el lugar de condensación de los valores nacionales sin cuestionar las estructuras ideológicas de dominación.

Es así que el paradigma democratizador concibe a las políticas culturales como un programa de distribución y popularización de la alta cultura que corregirá las desigualdades en el acceso a los bienes simbólicos.

Golding y Murdock (1986) señalan que la organización social de los sistemas de comunicación puede ser correctamente entendida sólo si se analiza la estructura de inequidad social y el consecuente acceso diferencial a los principales recursos comunicativos entre la población¹.

Este concepto tiene su argumento en el pensamiento de que es factible el ofrecer a los ciudadanos, sin importar su localización geográfica, la igualdad de acceso a una cadena amplia de entretenimiento, información y educación de alta calidad. Esto

¹ Peter Golding y Graham Murdock, "Unequal information: access and exclusion in the new communications market place", en Marjorie Ferguson (ed.) *New communication technologies and the public interest*, Sage, Londres, 1986.

crea la posibilidad al programador para que pueda satisfacer los diversos gustos de la audiencia.²

En este contexto la televisión pública debería brindar programación de calidad que le permita entrar en igualdad de condiciones con las estructuras estéticas y culturales impuestas por los servicios privados. Un factor importante será el crear un espacio para que los actores sociales tengan la posibilidad de exponer sus ideas, con el afán de que los ciudadanos conozcan su trabajo.

Por la mala interpretación de estas ideas, América Latina se ha distanciado completamente de la idea de acercar la televisión estatal a un modelo de servicio público, basando su idea en una significativa participación de la sociedad civil.

En este sentido Pasquali (1991) afirma: "Una radiodifusión pública se alimenta, al menos en parte, con fondos del erario público, esto es, del contribuyente. Lo cual constituye la fuente de sus responsabilidades y de la noción de servicio que está llamada a prestar... el que financia y el que recibe el producto, el emisor y el receptor se identifican en el mismo usuario"

Lamentablemente este pensamiento ha quedado atrás, la inversión que destina el Estado en América Latina a la televisión pública es cada vez menor lo que impide expandir la esfera pública.

En este contexto, la sociedad civil no ha llegado a identificarse con la radiodifusión pública, pues en términos generales la identifica como un medio de propaganda del gobierno.

² Nicholas Garnham, "Public service versus the market", en *Capitalism and communication. Global culture and the economics of information*, Sage, Londres, 1990.

2.2 Características de la televisión pública y privada

La televisión privada ha tenido gran expansión, en gran parte atribuida al consumo de la clase media de los símbolos producidos masivamente, lo que permite que suba el rating de los medios televisivos privados.

Las principales características de la televisión privada, según Rincón (2009 p. 23) son:

- La televisión se usa para la entretención, como compañía, descanso y goce.
- El televidente es, generalmente, invitado a participar como consumidor y se le interpela emotiva e individualmente.
- La familia es la unidad básica de televidencia.
- Existe una utopía que las audiencias pasemos de ser meros espectadores de la “función televisiva” a una posición de interlocutores.
- Las historias de la tele van creando un tipo de “inteligencia” en las audiencias, una comprensión televisiva del mundo de la vida.
- La televisión por ser un medio masivo, trabaja con base en imágenes masivas sobre temáticas, realidades y personas.
- La televisión de éxito más allá de los contenidos, en la actualidad debe responder al deseo de mirar del televidente.

Para Biaghi (2006, p.174) la televisión comercial (más que ninguna otra industria de medios) existe como un medio de publicidad.

Biaghi (2006, p.174) señala que: los ratings de Nielsen determinan el precio que los anunciantes pagan para que sus comerciales sean transmitidos por televisión.

Las principales características de la televisión pública, de acuerdo a la declaración de principios escrita por Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón³, para la concepción de una *televisión pública, cultural, de calidad* son⁴:

³ Rincón, Omar. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. 2005. Buenos Aires – Argentina

- I. La televisión pública interpela al ciudadano mientras la televisión comercial le habla al consumidor.
- II. La televisión pública debe ser el escenario del diálogo nacional intercultural.
- III. La televisión pública debe promover lo universal que no pasa por lo comercial.
- IV. La televisión pública debe dejar de programarse como secuencia lineal y curricular.
- V. La televisión pública debe hacer programas de gran impacto que se conviertan en hechos sociales y ameriten repetición.
- VI. La televisión pública debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación.
- VII. La televisión pública debe ampliar las posibilidades simbólicas de representación, reconocimiento y visibilidad para la construcción de ciudadanía, sociedad civil y democracia.
- VIII. La televisión pública debe ser una experiencia cultural en sí misma por la expresión sensibilidades y sentidos que promueve.
- IX. La televisión pública debe formar a los televidentes en los ámbitos de la lectura crítica de las imágenes.
- X. La televisión pública debe programarse y producirse por convocatoria pública a través de procesos de asignación de espacios.

2.3 Noticiero televisivo.

Camila Marks y Villagra Yasna, (2005), señala que según la Real Academia Española (2001), el noticiero es definido como un programa de radio, cine o televisión en las que se dan, generalmente ilustradas, noticias de actualidad. (RAE:op.cit:1078).

Por su parte, Raúl Rivadeneira (1995), afirma que noticia es un producto del medio, a través del cual el hombre satisface sus necesidades informativas. “Esta forma

⁴ Barbero, JM; Rey G y Rincón M. 2005 p 26 referido en Rincón (2005, p.26)

de conocimiento se traduce como una natural tendencia a saber qué es lo que está ocurriendo en el ámbito en que uno se desenvuelve. La recolección de datos sobre acontecimientos, su elaboración y transmisión exigen capacitaciones óptimas, comunicadores tecnificados y el conocimiento de los efectos que producen las noticias en los receptores”. (Rivadeneira:op.cit:35).

Para Lorenzo Vilches (1989), un noticiario es en esencia, una representación fragmentaria. Esto partiendo de la base que sus fuentes esenciales corresponden a notas o imágenes sacadas de agencias que a su vez fueron elaboradas en base a otros componentes. Un verdadero “collage que se actualiza diariamente en una constante sin fin, y posee una magnitud temporal difícil de verificar”. (Vilches: op.cit:13).

De acuerdo a Camila Marx y Villagra Yasna, (2005), este es el resultado final de un complejo proceso selectivo, que implica indefectiblemente cierto grado de parcialidad, dado que toda elección conlleva, en alguna medida, la discriminación de ciertas informaciones. Cada noticiario pone el acento en distintos aspectos de la noticia de acuerdo a una serie de factores, comenzando por la línea editorial del medio, la selección estética de las tomas por parte del camarógrafo, la jerarquización que hace el periodista de los datos, etc.

“Gracias especialmente a su ideología del directo y del tiempo real, ha ido imponiendo, poco a poco, un concepto radicalmente distinto de información. Informar es ahora, enseñar la historia sobre la marcha. Se trata de una revolución copérmica, de la cual aún no se han terminado de calibrar las consecuencias y supone que la imagen del acontecimiento (o su descripción) es suficiente para darle todo su significado”. (Ramonet:1998:22), citado en Camila Marks y Villagra Yasna, (2005).

En un noticiario el tiempo real sobra y también la realidad temporal, considerando que en 30 minutos se narra lo que ha sucedido en el mundo durante 24 horas.

El noticiero nació como género en Estados Unidos. Fue en junio de 1941 cuando se produjeron las primeras emisiones regulares de televisión desde el mítico edificio del Empire State Building en Manhattan. El primer telediario se emitió en 1943 en Sheneclady. (Ramonet:1998:86), citado en Camila Marks y Villagra Yasna, (2005).

Según el doctor en Sociología y profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad madrileña de Ciencias de la Información, Miguel de Aguilera (1985), también en 1948 se establecieron en forma simultánea los primeros servicios informativos regulares de TV de cierta importancia: el “Telediario” de la BBC (4 de enero) y “The News With Douglas Edward”, de la CBS, que no lograron una gran aceptación del público. En cambio, los programas informativos de resumen semanal obtendrían una mejor acogida. Ese mismo año, el 29 de junio, la TV francesa emitió su primer “Journal Télévisé” y la cadena NBC, el programa “Newsreal with Jhon Cameron Sayze”. (Aguilera:op.cit:27), citado en Camila Marks y Villagra Yasna, (2005),

Al comienzo, el noticiero era tan sólo un personaje frente a la pantalla que se limitaba a leer las informaciones de la jornada. Luego se agregaron imágenes, fotografías y por último fragmentos filmados de reportajes de actualidad, referido en Camila Marks y Villagra Yasna, (2005),

En el caso de Europa el intercambio de imágenes se fue cristalizando con el paso de los años en una entidad de gran trascendencia para la información, Eurovisión, que se inició el 8 de octubre de 1958 y culminó su proceso de formación el 1° de junio de 1962, fecha en que entró en funcionamiento el Servicio de Intercambio de Noticias (EVN).

2.3.1 Concepto de noticias.

Según Teun A. Van Dijk ⁵(1996:217), apostilla que en el uso diario, el concepto de la noticia en los medios hay que interpretarlo desde los siguientes presupuestos:

⁵ Citado en Cantavela Juan y Serrano José Francisco. Redacción para periodistas: informar e interpretar. 2004, España.

- “1) Nueva información sobre sucesos, objetos o personas.
- 2) Un programa tipo (de televisión o radio) en el cual se presentan ítems periodísticos.
- 3) Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un tipo o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.”

J.M. Casarus ⁶(1988:105), señala que: “El resultado de las distintas operaciones técnicas y de los diversos procedimientos profesionales aplicados en las sucesivas fases del proceso semantizador –cuando se realiza con el único propósito de divulgar, con precisión y fidelidad , los elementos lácticos del acontecimiento- se manifiesta materialmente en forma de unidades redaccionales periodísticas de carácter estrictamente informativo, denominadas ordinariamente con estos o parecidos términos: noticia, información, original, trabajo, material, “papel” o impropriamente, artículo.”

Martín Vivaldi (1987:369)⁷, apuesta por el termino noticia para denominar al género esencial del periodismo informativo: “Noticia es el género periodístico por excelencia que da cuenta de un modo sucinto por completo de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado, y de innegable repercusión humana.” Mientras que J.L. Martínez Albertos considera que la información, en cuanto genero, es la modalidad lingüística textual más escueta para presentar una noticia.

2.4 Estructura organizativa de las salas de redacción de los noticieros televisivos

La estructura organizacional, o sea, la estructura formal de una empresa, es la forma en que los órganos y cargos están distribuidos en los diferentes niveles (grados)

⁶ Ibid.

⁷ Ibid

y en los diversos departamentos de una empresa. La estructura organizacional es compleja y puede ser representada gráficamente mediante el organograma.

De acuerdo con el nivel jerárquico donde están situados, los órganos pueden ser denominados direcciones, Divisiones, Departamentos, Secciones. Cada cargo representa un conjunto de actividades desempeñadas por el empleado que tiene una posición definida por el organigrama.

Esta estructura organizativa en las salas de redacción de la televisión representan las operaciones y responsabilidades que se realizan en el marco del proceso informativo en las salas de redacción de los canales de televisión.

Esta distribución tiene muchas similitudes tanto en los canales privados como en los canales públicos.

A continuación se detalla un organigrama de la estructura general de la dirección y producción de noticieros televisivos. Quien coordina a todo el personal es el director de noticias, le sigue el productor ejecutivo, bajo la dirección del productor ejecutivo se encuentran los jefes de noticias de Quito y Guayaquil.

Bajo esta jefaturas está el asistente de producción, los investigadores, quien elabora el diseño gráfico, los talentos de pantalla, los editores, los camarógrafos, los corresponsales nacionales e internacionales, los redactores de noticias nacionales e internacionales y el encargado de archivo.

Estructura general de dirección y producción de noticieros televisivos



2.4.1 Personal de producción de noticias

Según Herbert Zettl, (2000, p 389) ⁸, estas son las funciones asignadas a cada cargo, para la producción, preproducción, producción y puesta al aire de los noticieros de televisión:

Director de noticias: A cargo de todas las operaciones de noticias. Responsable último de todos los reportajes de noticias.

Productor: Responsable directo de la selección y ubicación de las notas dentro de un noticiario, con el propósito de formar un todo uniforme y balanceado.

Editor asignado: Asigna a los reporteros y camarógrafos (operadores de cámaras grabadoras) una agenda específica de acontecimientos que deben cubrirse.

Reportero: Recopila las historias. Con frecuencia reporta a cuadro desde locación.

Camarógrafo: Opera la cámara grabadora. En ausencia del reportero, decide que partes de la nota se debe cubrirse.

Escritor: Escribe los textos que deben decir al aire los conductores. Los textos se basan en las notas de los reporteros y el material de video disponible.

Editor de video cinta: Edita las cintas de video, con base en las notas del reportero, los guiones del escritor o las instrucciones del productor.

Conductor: Presentador principal de los noticiarios, casi siempre desde el escenario del estudio.

⁸ Herbert Zettl, "Manual de producción de televisión" 2000, España

Reportero de deportes: Aparece a cuadro, lee y comenta notas deportivas.

Como se puede analizar del organigrama que está publicado en la página web de ECTV y el organigrama de los canales de televisión privada, existe mucha similitud en la distribución del organigrama del medio público y privado.

2.4.2 Informativos de la televisión

El informativo de televisión es la principal fuente de información de las actividades políticas, económicas, sociales, culturales y crónica roja, que sucede en el Ecuador y en el mundo, en el transcurso del día.

Según Concha Edo (2009, p. 29) si queremos establecer unas notas diferenciales de la información televisada es necesario partir de la ineludible “carga emocional”, y para Martínez Albertos (1991: 473) la presentación de los mensajes, es el resultado de los tres elementos: la importancia de lo visual, el culto a la personalidad y la presentación de la noticia como espectáculo (...)

En segundo lugar es necesario aludir a la variedad de sistemas de signos que se sintetizan en tres códigos básicos –las imágenes, los sonidos musicales o ruidos y las emisiones verbales- y en una enorme variedad de subcódigos y que tienen en común su casi completa dependencia de lo puramente visual. Concha Edo (2209, p.29)

2.4.3 Funciones de los noticieros de televisión.

El proceso de producción de noticias para televisión es complejo, pues en él intervienen diversos aparatos de captación, tratamiento y almacenamiento de imágenes cuyos recursos y posibilidades tiene que conocer el periodista.

En la televisión la información está condicionada por los recursos para la captación y elaboración de las noticias, de manera que “la producción es un

condicionante de la concepción informativa y de la noticiabilidad” Cebrián Herreros (1988)⁹.

Otro problema añadido es que cada noticia es diferente y requiere una producción específica, de manera que las rutinas del trabajo informativo son más difíciles de establecer que en otros medios. En todo caso se distinguen cinco etapas:

- Preproducción
- Producción
- Edición
- Posproducción
- Integración en la emisión

Un análisis en profundidad de la oferta informativa de las plataformas lleva a la conclusión de que la oferta informativa se posiciona como un elemento clave en la estructuración de la programación (...) Configuración de la televisión informativa.

Para Cebrián Herreros (1988) Los informativos son de alguna manera las “señas de identidad” de un canal de televisión generalista. (...).¹⁰

La principal función del noticiero de televisión es mantener informado al televidente sobre los sucesos acaecidos en el Ecuador y en el mundo en el transcurso del día. Como dice Jorge Melo, Director de Noticias de Teleamazonas (2011) “contamos con noticias importantes y con noticias interesantes, de eso partimos”.

Eventualmente las noticias importantes tienen que estar en el canal y tienen que tener un lugar preponderante, pero como se hace televisión y se basa fundamentalmente en el tema de la imagen, las noticias interesantes ocupan también

⁹ Cebrián Herreros. Manual de Producción Periodística. Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación, Síntesis. Madrid 1988.

¹⁰ Ibid.

un buen espacio. Melo añade: ahora lo que nosotros tenemos que hacer es discernir a la hora de obtener la mejor imagen, cual es la antelación que tenemos para ubicarlas dentro de la pauta. No es que dejamos de poner una si ponemos las otras, simplemente hacemos un balance. Las imágenes son el gancho que tenemos nosotros para que la gente nos pueda seguir viendo.”

Esto quiere decir que la televisión recurre al periodismo audiovisual y su objetivo principal es transmitir los hechos que deben cumplir dos requisitos: ser noticia y afectar a la sociedad. Ahí es cuando nace la necesidad de adaptar el lenguaje, la estructura y los códigos propios combinándolos con las concepciones de imágenes y sonido para llamar la atención de los televidentes, de esta manera se logra mantenerlos en sintonía.

Según el escritor español José Martínez de Sousa (1992.Pp.397), el periodismo audiovisual es aquel “que utiliza las películas para la propagación de noticias. (Comprende los noticieros cinematográficos y de televisión)”.

La información en el periodismo audiovisual, se narra pensando en la diversidad de televidentes que recibirán la noticia o producto informativo.

El poder visual es importante en la televisión, por lo tanto, el periodista debe explicar las imágenes con las que cuenta y solo resaltar las más importantes. Deben prevalecer aquellas que le den valor a la noticia, utilizando un lenguaje simple con palabras cortas.

Oliva, Sitjá, (1996.Pp.22) señala que: “(...) La diferencia fundamental entre el lenguaje de prensa y el audiovisual es que el primero está escrito para la vista y el segundo para el oído”.

La función primordial de los medios de comunicación es la de informar objetivamente los hechos y brindar elementos de juicio para que los individuos conformen una opinión subjetiva al respecto.

Pero, con el paso del tiempo, éstos se han convertido en un canal para explicar, denunciar y solucionar conflictos de toda índole, en el orden judicial, económico y social.

Esta es la razón por la cual se puede deducir que en la actualidad los medios de comunicación tienen dos variantes: las que difunden las noticias y aquella variable que permite la expresión de sus opiniones.

En tal virtud, se puede decir que los medios de comunicación que difunden las noticias deben mantener su independencia, ser ecuanímes en la presentación de las mismas y aplicar la ética con mayor rigor.

En el caso de los medios que expresan su opinión ante la sociedad, pasan de ser exponentes objetivos de una información a ser miembros activos de ella.

2.4.4 ¿Quién, cómo y de qué forma se ordena la gestión del noticiero televisivo?

En los canales de televisión analizados tanto públicos como privados fueron constituidos de la misma manera, y dentro de sus Estatutos consta que “serán gobernados por la Junta General de Accionistas.

En el caso de Ecuador TV será administrada por el Directorio, el Presidente Ejecutivo y Vicepresidente Ejecutivo. La compañía tendrá como órgano de administración un directorio conformado por 5 miembros principales con sus respectivos suplentes. La Junta General formada por los accionistas designará los miembros principales y suplentes del directorio.

En Teleamazonas la Junta General está compuesta por los accionistas. El directorio está compuesto por el Presidente ejecutivo y 4 vocales principales, será presidida por el Presidente Ejecutivo.

Ecuavisa de igual manera está regida por la Junta General que es el órgano supremo de la sociedad y tiene la potestad de nombrar al Presidente, Vicepresidente, Gerente General, Gerente de Sucursal, Directorio y Comisarios, así como removerlos cuando lo crea pertinente.

En el caso de Gama TV y Ecuador TV se tiene un administrador que es el que toma todas las decisiones de carácter administrativo, económico y legal y se llama Francisco Arosemena Robles.

2.4.5 Agenda setting

En el espacio público contemporáneo los que ponen los temas son los medios de comunicación, también en combinación con los hechos que producen los políticos. En los años setenta la sociología de la comunicación y la ciencia política de los Estados Unidos se preocuparon por el tema de la función de fijación de agenda por parte de los medios – agenda setting -, entendida como el repertorio y la jerarquización de los temas que configuran la agenda en la esfera pública. El poder de los medios de comunicación es realmente el que se ha llamado primer nivel de la agenda setting; decirnos sobre qué pensar, más no cómo pensar sobre estos temas – segundo nivel de la agenda setting -.

Múltiples investigaciones han demostrado de manera sucesiva la influencia que tienen los medios en el establecimiento de los temas y de las prioridades de atención en el espacio público. Entonces los criterios de selección de la información se convierten en el aspecto central: cómo, con qué criterios, con la intervención de quiénes, se seleccionan cotidianamente en los medios los asuntos que de todo el acontecer van a ser considerados noticia, qué participación tiene la ciudadanía al

menos en poner temas en ese espacio público. Los criterios periodísticos para la selección de la información se dirigen más claramente hacia lo publicable que hacia lo público, y el interés informativo no coincide necesariamente con el interés público definido políticamente.

La noticia responde a los criterios de notoriedad, de lo inédito, lo impactante, lo espectacular, fuera de lo común, la prominencia y la emoción, entre otros. Por el contrario, los criterios sobre lo público no son tan claros y desde luego no son tan operativos.

Para Miralles A.(2001) “Los debates en los consejos de redacción se dirigen a determinar los temas a partir de los criterios tradicionales y a una que otra discusión sobre la trascendencia de algunos temas sobre otros. Por lo tanto, aceptar el primer nivel de la agenda setting es reconocer el formidable poder de los medios sobre la opinión pública, justamente en lo que la opinión debería tener un mayor rol: la prioridad de los temas con miras a la construcción de la agenda pública.

La agenda setting se refiere a la cobertura que realizan los medios de comunicación de los acontecimientos actuales, en la cual se realiza una jerarquización en la presentación de las noticias. Es así que la teoría de la agenda setting dice que esta cobertura de las noticias de actualidad, de manera inevitable tiene impacto en los televidentes”.

La utilización del término agenda setting se debe a los comunicólogos Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972, quienes realizaron una investigación de las campañas electorales en Estados Unidos en los años 1968, 1972 y 1976, llegando a la conclusión de que los temas que recibieron mayor atención mediática, eran los temas que los votantes consideraban primordiales en la campaña presidencial.

Izurieta (2002) dice que: “una buena estrategia de comunicación debe buscar ante todo poner la agenda de la discusión política. Delimitar el terreno de batalla

supone discutir los temas que el gobierno quiere que se discutan cuando esto es mejor para su estrategia de comunicación”.

En tal virtud, la teoría radica en la idea o la percepción de que los medios de comunicación al emitir las noticias, pueden llegar a tener una profunda influencia en el proceso de la formación de la opinión pública.

Bernard Cohen afirma que “la prensa quizás no tenga éxito diciéndole a la gente como tiene que pensar, pero sí que triunfa maravillosamente diciéndole a sus lectores sobre que tiene que pensar”. Según Miralles A. (2001) “los medios pueden decirnos sobre que pensar, más no cómo pensar sobre esto temas”.¹¹

La base principal de esta teoría es que los medios actúan como filtro de la realidad. Sin embargo, esta realidad no es un reflejo de la realidad, pues al exponer las noticias se debe realizar una selección de unos datos u otros, razón por la que se adopta una perspectiva subjetiva.

Esta elección de datos ejerce una influencia en la audiencia, pues el televidente siempre considerará que la noticia que ocupa la primera plana es más importante que la de la tercera. Al ser masivos los medios de comunicación, podremos decir que su exposición llega a un público mayoritario, el mismo que puede llegar a ser manipulable.

En este contexto, podemos decir que en la sociedad en que vivimos, el conocimiento que tienen los televidentes de los hechos sociales, tiene mucha relación con los mensajes mediáticos y la interpretación que los medios dan a los mismos.

¹¹ Miralles A. (2001), Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana, pág. 46

CAPITULO III

3 Breve historia de la creación de los canales de televisión: Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV.

La televisión ecuatoriana se ha convertido en uno de los sistemas de medios más requeridos, luego de la radio en el país. Si bien su incidencia es urbana, a través del cable también llega a otras regiones del país. La televisión si bien es la ventana a la modernidad, a su vez es el espacio del debate y la confrontación política, tal como se ha visto en las últimas décadas, cuando alguno de los canales y sus periodistas, han sido protagonistas de las tensiones sociales y políticas, llevando a que finalmente alguno de los gobiernos en Ecuador tenga que dimitir. García Luarte, Alfredo (2009 p. 101)

3.1 ECUAVISA.

Ecuavisa es una de las cadenas de televisión más importantes del Ecuador. Fue fundada por Xavier Alvarado Roca, en el año de 1967. Sus estudios en la ciudad de Guayaquil se ubicaron en el Cerro del Carmen. Inicia sus transmisiones el 1 de marzo de 1967.

Junto con el periodista Jorge Mantilla Ortega, el 22 de junio de 1970, fundan Televisora Nacional Canal 8 en Quito, cuyo objetivo era transmitir los programas de Ecuavisa en la capital y otros lugares de la sierra, siendo parte de la organización de Diario El Comercio hasta 1985, fecha en la cual Televisora Nacional Canal 8, fue vendida.

Gracias a convenios con cadenas multinacionales como la cadena estadounidense ABC, Ecuavisa se convierte en una de las televisoras más grandes del país y de Latinoamérica.

Un hecho fundamental en el progreso de este canal, es el lanzamiento de su señal internacional “Ecuavisa Internacional” la cual se transmite en Estados Unidos por el sistema satelital DirecTV, en España se transmite por la cadena ONO y en Europa transmite en forma digital sin codificación a través del satélite Hispasat.

3.2 TELEAMAZONAS.

Teleamazonas tiene sus inicios a partir de la compra que realiza el empresario quiteño, Antonio Granda Garcés, en el año 1972, de los equipos y frecuencia de HCJB, radioemisora evangélica en la ciudad de Quito, fundada en 1961. Con estos equipos conformó la televisora del Amazonas, que al pasar el tiempo se convirtió en Teleamazonas. Inició sus transmisiones el 22 de febrero de 1974.

No fue el primer canal de televisión en el Ecuador, pero sí el primero en transmitir imágenes en color, su cobertura fue nacional, llegando su transmisión hasta el norte del Perú.

Inicia sus transmisiones de prueba el 5 de noviembre de 1973, pero el 22 de febrero de 1974 es cuando empezó su programación regular desde su propia sede ubicada en la avenida Antonio Granda Centeno 529 y Brasil, convirtiéndose en la primera televisora con red de repetidoras a nivel nacional con imagen a color en el Ecuador y tercero a nivel sudamericano, luego de Brasil y México.

Desde el inicio utilizaron los equipos más sofisticados para la producción, transmisión y el control de programación.

Es importante señalar que fue el primer canal que en los años 70 instaló la repetidora de microondas más potente del Ecuador. Además de adquirir la primera unidad móvil del país y la instalación de la antena auto soportada más grande del Ecuador, en la ciudad de Guayaquil.

Su directorio se mantuvo estable hasta la muerte de su fundador, Antonio Granda Garcés, pasando la administración a ser manejada por sus hijos, a partir el 6 de noviembre de 1988.

En el año 1977, el banquero quiteño Fidel Egas, accionista principal del grupo Pichincha, adquiere mediante fideicomiso el 50 por ciento de las acciones en Quito y el 100 por ciento en Guayaquil. Bajo el nuevo nombre CRATEL-Teleamazonas se mantuvo la administración Granda- Egas hasta el año 2001, año en el cual Fidel Egas adquirió la totalidad de las acciones.

En 1984, el canal invierte en tecnología de punta, naciendo la televisión satelital, siendo el primer canal en adquirir una antena parabólica.

3.3 Nacimiento de la televisión pública en Ecuador. ECTV

En el pasado no era factible hablar de medios públicos en el Ecuador. El único medio de comunicación con el que contaba el Estado era Radio Nacional del Ecuador, creada en 1940, la misma que durante un tiempo tuvo gran relevancia en el medio comunicacional.

A más de transmitir las cadenas del gobierno, tenían grandes programas de producción nacional como radioteatros que se transmitían en vivo, en su sede, donde había un auditorio abierto al público en general. Se brindaba oportunidad a nuevos artistas para que sus canciones sean conocidas. Los radioteatros eran representados por reconocidos comunicadores nacionales, quienes no solo actuaban sino que elaboraban los guiones para dichas producciones.

En este contexto, en el año 2007, el Presidente de la República, Rafael Correa Delgado, es cuando se habla de medios públicos y se empieza a generar el proyecto gubernamental de crearlos.

En el 2007 nace Ecuador TV como una cadena de televisión ecuatoriana de servicio público, con una provisión de fondos no-reembolsables de USD \$ 5 millones del Banco de Desarrollo Social y Económico de Venezuela (BANDES).

Su escritura de creación indica que las acciones del canal están divididas entre el Ministerio de Educación, quien maneja el 95% y Andinatel con un 5%.

Las primeras emisiones se las realizó desde Montecristi con la cobertura de las sesiones de la Asamblea Nacional Constituyente.

En tal virtud, la característica principal con la que se los crea es la de ser propiedad estatal, para difundir las obras del gobierno.

3.4 Medios de comunicación incautados por el Estado: GAMA TV

Gama TV fue fundado por Marcel Rivas Sáenz, comienza sus transmisiones de prueba en 1976 y sale al aire en 1977. Se concibe como eje de programación los noticieros y la producción nacional. Uno de los programas con mayor audiencia fue “Ante la opinión” bajo la dirección de Diego Oquendo.

En el año de 1985, los directivos deciden cambiar el nombre del canal por el de Gamavisión. En 1985 el grupo económico Red Comunicaciones compra el 50% de las acciones. En 1997 se nombra a Nicolás Vega como gerente de la Gamavisión, cargo que ocupó hasta el día de la incautación por parte del Estado.

En la historia del Ecuador existe un momento económico nefasto. Durante el gobierno del ex presidente de la República, Jamil Mahuad Witt, se produce un feriado bancario en el año de 1999, que llevó a muchos bancos del Ecuador a cerrar sus puertas definitivamente, siendo afectados miles de ecuatorianos.

Este es el caso del Banco del Progreso, propiedad de Fernando Aspiazu Seminario, cuya quiebra fue considerada el detonante para la crisis financiera que vivió el Ecuador en 1999, Filanbanco S.A. propiedad de los hermanos Isaías Dassum, Banco Popular de propiedad de Nicolás Landes, entre los más grandes.

En el caso que vamos a analizar, nos interesa lo sucedido con las propiedades de los hermanos Isaías Dassum, quienes luego de un largo juicio perdieron todos sus bienes, los mismos que fueron incautados por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD), creada mediante Ley No. 98-17 promulgada en el Registro Oficial No. 78 de 1 de diciembre de 1998 y reformada por la Ley no. 2002-60, promulgada en el suplemento del Registro oficial No. 503, de 28 de enero del 2002.

En tal virtud, la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD), como entidad estatal cuya creación obedeció a la necesidad de que las personas perjudicadas por la quiebra de los bancos privados, en la crisis financiera de 1999, tuvieran garantía de que sus depósitos serían devueltos, mediante Resolución No. AGD-UIO-GG-2008-12 de julio 8 de 2008¹², procedió a la incautación de los bienes del ex banco Filanbanco se encontraban algunos medios de comunicación con sede en la ciudad de Guayaquil, a excepción de Gamavisión que está ubicado en Quito.

En dicha Resolución se contempla lo siguiente:

“Artículo 1.- Que por existir y haberse comprobado los caos previstos en el artículo 29 de la Ley de Reordenamiento en Materia Económica, en el Área Tributario-Financiera, se dispone la incautación de todos los bienes de propiedad de quienes fueron administradores de todos los bienes de propiedad de quienes fueron administradores y accionistas de Filanbanco ...”

Artículo 2.- “Particularmente se ordena la incautación de las compañías de su propiedad y las que públicamente se tienen como de propiedad de esos administradores y accionistas, incluyendo todos su activos y más bienes entre ellos los siguientes:

“PROTAGONISTAS DE TELENOVELAS”, CADENA ECUATORIANA DE TELEVISIÓN S.A. CANAL 10, CETV, ELIMINATORIAS AL MUNDIAL DE FÚTBOL DOS MIL DIEZ, NOTICIN CENTRO DE

¹² Resolución No. AGD-UIO-GG-2008-12 de julio 8 de 2008.

En vista de que dentro de la resolución administrativa No. AGD-UIO-GG-2008-12 expedida en julio 8 de 2008, en el artículo 2 no constaban varias firmas que se encontraban inmersas dentro de lo estipulado en el artículo 29 reformado de la Ley de Reordenamiento en Materia Económica en Aérea Tributario-Financiera; resuelven en él:

ARTÍCULO 1.- Incorporar en la parte que corresponda de la antes citada resolución a las firmas:

CABLEVISIÓN S.A.; SURAMERICANA DE TELECOMUNICACIONES S.A. SURATEL; y SETEL S.A.

ARTÍCULO 2.- Para la empresa CABLETV3I actuará en calidad de administrador el señor Enrique Arosemena o su delegado.

Para las firmas SUDAMERICANA DE TELECOMUNICACIONES S.A. y SETEL S.A., actuará en calidad de administrador el señor Jorge Glas o su delegado.

RESOLUCIÓN No. AGD-UIO-GG-2008-18-A

Dentro de la resolución administrativa No. AGD-UIO-GG-2008-18 expedida en julio 8 de 2008, en el artículo 1 se omitió hacer constar empresas que se hallan inmersas dentro de lo que estipula el artículo 29 reformado de la Ley de Reordenamiento en Materia Económica en Aérea Tributario-Financiera; resuelven en él:

ARTÍCULO 1.- Incorporar en la parte que corresponda de la antes citada resolución a las compañías:

- *EDITORIAL UMINASA DEL ECUADOR S.A.,*
- *RADIO BOLÍVAR S.A.,*
- *ORGANIZACIÓN RADIAL C.A.*

En el inicio de la incautación se anunció la venta de estos bienes, sin embargo, hasta la presente fecha estos medios siguen en manos del Estado y sus administradores han sido designados por el Gobierno.

Este tipo de administración determina que tengan un estatus legal indefinido, con una línea editorial que resulta muchas veces ambigua.

Al mirar la emisión de los noticieros informativos, se tiene una percepción muy clara sobre su línea editorial, pues muestran inclinación hacia fuentes y posiciones gubernamentales, en contraposición a su programación diaria, la misma que no ha tenido cambios significativos que logren que sean posicionados como canales alternativos, que permitan observar transformaciones en sus objetivos de transmisión

Capítulo IV

4 MARCO JURÍDICO REFERENTE A LA PROPIEDAD DE LOS CANALES DE TELEVISIÓN

Es importante el empezar este análisis, revisando la Constitución Política del Estado ecuatoriano que señala en la:

“SECCIÓN TERCERA

Comunicación e Información

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

3.-La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas”¹³

“Artículo 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2) Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada”.¹⁴

En lo referente a la asignación de frecuencias, debemos examinar la Ley de Radiodifusión y Televisión.

¹³ Constitución de la República del Ecuador (octubre 2008) P.33

¹⁴ Constitución de la República del Ecuador (octubre 2008)

“Artículo 1.- Los canales o frecuencias de radiodifusión y televisión constituyen patrimonio nacional”.¹⁵

“Artículo 2.- El Estado a través del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), otorgará frecuencias o canales para radiodifusión y televisión, así como regulará y autorizará estos servicios en todo el territorio nacional, de conformidad con esta Ley, los convenios internacionales sobre la materia ratificados por el gobierno ecuatoriano, y los reglamentos”.

En lo que se refiere a la propiedad de los canales de televisión, la Ley de Radiodifusión lo siguiente:

“Artículo 3.- Con sujeción a esta Ley, las personas naturales concesionarias de canales o frecuencias de radiodifusión y televisión, deben ser ecuatorianas por nacimiento. Las personas jurídicas deben ser ecuatorianas y no podrán tener más del 25% de inversión extranjera”.

Para la ejecución adecuada de los artículos de la Ley de Radiodifusión y Televisión es preciso consultar su Reglamento el mismo que en lo pertinente al tema que estamos estudiando señala:

“Artículo 1.- Los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión se registrarán por las disposiciones de la Ley de Radiodifusión y Televisión, el convenio Internacional de telecomunicaciones vigente, el presente Reglamento, los demás reglamentos y Normas técnicas y Administrativas que expida el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión sobre la materia, los que tendrán el carácter de obligatorios”.¹⁶

¹⁵ Ley de Radiodifusión y Televisión (18-04-1975)

¹⁶ Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión (17-01-1996)

“Artículo 2.- El control técnico y administrativo de las estaciones de radiodifusión y televisión están a cargo de la Superintendencia de Telecomunicaciones y tienen por objeto determinar el correcto funcionamiento de dichas estaciones y cumplimiento de las características autorizadas en la concesión. El CONARTEL podrá solicitar informes sobre estos controles”.

En este contexto y para determinar cómo se realizan las concesiones del espectro radioeléctrico, es necesario revisar lo siguiente:

“Artículo 9.- El Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión autorizará a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones exclusivamente las concesiones de frecuencias para los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión, determinadas en el Capítulo III Art.5 del presente Reglamento, de acuerdo a las normas técnicas, administrativas, planes de uso de frecuencias y los convenios internacionales ratificados por el país...”

“Artículo 10.- La concesión de frecuencias se otorgará mediante contrato elevado a escritura pública, que será suscrito por el Superintendente de Telecomunicaciones y el concesionario...”. En el mismo artículo en su inciso cuarto se especifica que: “para la operación temporal de las frecuencias o canales de radiodifusión o televisión se requerirá únicamente de la solicitud escrita dirigida al CONARTEL y el estudio de ingeniería previsto en el literal e) del artículo 16 de este reglamento”.

La Constitución de la República del Ecuador garantiza la creación de medios de comunicación social y el uso de frecuencias del espectro radioeléctrico estableciendo la existencia de radio y televisiones de canales públicos, privados y comunitarios y bandas libres para la ubicación de redes inalámbricas, así como establece que se deberá facilitar el examen y fortalecimiento de dichos medios y el acceso de las personas y colectividades que carezcan de él.

Esto quiere decir que para el funcionamiento de las estaciones de televisión es necesario solicitar una frecuencia al Consejo Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, quien luego de revisar el espectro magnético, otorgará el permiso para el funcionamiento de un nuevo canal de televisión. Pero debe quedar claro que la frecuencia es de propiedad del Estado, el mismo que puede revocar la misma si se llega a incumplir cualquiera de los artículos de la ley o el reglamento arriba mencionado.

4.1 Análisis de propiedad (pública y privada)

Es importante clarificar los términos, en razón de que el Derecho Civil en su artículo 618 habla de: *“dominio (que se llama también propiedad) que es el derecho real en una cosa corporal, para gozar y disponer de ella, conforme a las disposiciones de las leyes y respetando el derecho ajeno, sea individual o social”*.

En tal virtud, la definición del Código considera sinónimos los términos dominio y propiedad. En realidad, estas dos palabras se utilizan para designar el mismo concepto, pero, la elección de una o de otra generalmente depende del campo científico en que se la considere.

La palabra propiedad pertenece al terreno económico-jurídico, mientras que la palabra dominio tiene un valor exclusivamente jurídico.

Según Planiol (2005, pág. 53), debe preferirse la siguiente definición: “Es el derecho en virtud del cual una cosa se halla sometida, de modo perpetuo y exclusivo, a la acción y a la voluntad de una persona”. Y para Dusso (año, pág.), el dominio “es el señorío unitario, independiente y cuando menos universal, sobre una cosa corporal”.¹⁷

¹⁷ Curso de Derecho Civil de los Bienes, Eduardo Carrión Eguiguren. Ediciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (1987)

Sin embargo, el término propiedad es muy antiguo. Debemos remontarnos a la historia, en Roma se conocieron diversas formas de propiedad: la colectiva, la familiar y la individual.

Los pueblos germánicos, en una etapa anterior a la recepción de derecho romano, mantuvieron formas de propiedad variada y compleja. La propiedad individual se podía ejercer sobre los muebles, pero en el caso de los inmuebles era distinto pues, según se presentaran los casos, la propiedad era familiar o colectiva.

Después de la recepción del concepto de derecho humano, se procedió a una transformación de la noción romana de la propiedad a los principios económicos y sociales.

En este contexto, podemos decir que la propiedad privada, o un cierto dominio sobre los bienes externos, es lo que nos permite tener una autonomía personal y familiar, por lo tanto deben ser considerados como una ampliación a la libertad humana.

Sin embargo, el derecho a la propiedad privada no es incompatible con las diversas formas de propiedad pública existentes.

En tal virtud, cuando es necesario realizar alguna afectación de bienes a la propiedad pública, esta afectación solo puede ser hecha por una autoridad competente y en razón de las exigencias del bien común y dentro de sus límites. Uno de sus preceptos fundamentales es que siendo autoridad pública, debe impedir que se abuse de la propiedad privada en contra del bien común.

Aplicando estos conceptos al tema de análisis de los medios de televisión, es necesario retomar la Ley de Radiodifusión, que dice:

“Artículo 6.- Se reconoce dos clases de estaciones de televisión y radiodifusión: las comerciales privadas y las de servicio público”.

“Artículo 7.- Son estaciones comerciales privadas las que tienen capital privado, se financian con publicidad pagada y persiguen fines de lucro”.

“Artículo 8.- Son estaciones de servicio público las destinadas al servicio de la comunidad, sin fines utilitarios, las que no podrán cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza”.

Sin embargo, en el mismo artículo 8 de la ley, en su inciso segundo aclara que “están incluidas en el inciso anterior, las estaciones privadas que se dediquen a fines sociales, educativos, culturales o religiosos, debidamente autorizados por el gobierno”.

Una vez revisada la Ley y como ya se ha señalado anteriormente, es preciso revisar el Reglamento de la Ley de Radiodifusión y Televisión, el mismo que dice:

Artículo 5.- en el inciso a):

“a) ESTACIONES PÚBLICAS.- Son las derivadas al servicio colectivo, sin fines de lucro y no pueden cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza. Estas estaciones transmitirán programación cultural, educativa y asuntos de interés general, tales como conferencias de índole pedagógico, agrícola, industrial, económico, de desarrollo social, de servicio a la comunidad, de orientación al hogar, es decir que tales programas propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana. Dentro de esta definición se encuentran las estaciones de radiodifusión de servicio comunal. Pueden ser estación pública, las de televisión codificada, de televisión por cable, por satélite y de circuito cerrado, de audio, video y datos”.

“b) ESTACIONES COMERCIALES PRIVADAS.- Son las que tienen capital privado, funcionan con publicidad pagada y persiguen fines de lucro”.

En el caso que nos compete en el análisis de este tema, tomaremos en consideración el literal 1 que dice:

1. Estaciones de Radiodifusión o Televisión Libre Terrestre.- Son estaciones para difusión unilateral de audio, video y datos. Utilizan ondas electromagnéticas cercanas a la superficie de la tierra y se destinan a ser escuchadas por el público en general.

4.2 Estatutos de los canales de televisión (Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV)

Se entiende por estatuto aquel conjunto de leyes que se redactan y se hacen públicas en una sociedad para ser respetadas y tomadas en cuenta por todos los ciudadanos de la empresa a la que se haga referencia. En el caso específico de los canales de televisión, el estatuto es una forma menor de leyes que por lo general se redacta en un canal de televisión para que sea la normativa que rija a las personas que laboran en esa empresa.

El estatuto está organizado de tal manera que sirve solamente para legislar cuestiones específicas de determinadas empresas o instituciones, no siendo válido fuera de ellas. Además busca plantear legislación sobre aspectos particulares y característicos de la empresa, en pos de favorecer la resolución de conflictos o evitarlos, de manera más concreta y clara.

Una vez que puntualizamos el concepto de estatuto, procederemos al análisis de los estatutos de los canales de televisión, que son parte de esta investigación. Por cuestión de espacio se los ha dividido en 2 partes.

	ECTV	TELEAMAZONAS
Fecha constitución	11 de octubre, 2007 Televisión Nacional del Ecuador TEVECUADOR S.A.	22 de mayo, 1993 Centro de radio y televisión Cratel C.A. 1977, Fidel Egas, accionista principal del grupo Pichincha, adquiere mediante fideicomiso el 50 por ciento de las acciones en Quito y el 100 por ciento en Guayaquil. 2001, Fidel Egas adquirió la totalidad de las acciones.
Domicilio principal	Cantón Quito, Provincia Pichincha, pero podrá abrir sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del territorio nacional o extranjero, cumpliendo los requisitos y formalidades exigidos por la ley,	Cantón Quito, Provincia Pichincha, sin perjuicio de que la compañía pueda establecer sucursales, agencias u oficinas de representación, dentro o fuera del país.
Nacionalidad	Ecuatoriana	Ecuatoriana
	Decreto 193, 29 de diciembre, 2009 Artículo 1.- Crease la empresa pública Televisión y radio de Ecuador E.P., RTVECUADOR, de derecho público, con personalidad jurídica, con patrimonio o publico, con personalidad jurídica, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, con domicilio principal en el cantón Quito, provincia de Pichincha, con competencia a nivel nacional, como el operador del canal y radio públicas de Ecuador.	
Capital social	10.000 dólares	492.000.000 sucres
Fundadores	Ministerio de Cultura, Ecuador Andinatel	María Eloísa Garcés Vda. de Granda Soledad Granda Vda. de Del Alcázar Eduardo Granda Garcés

		Susana Granda Garcés de Molina Carla Granda Forster
Plazo duración	Cincuenta años, contados a partir del otorgamiento de la escritura de constitución, plazo que podrá ser ampliado o reducido por resolución de la Junta General de accionistas	Cien años contados desde la fecha de inscripción de la escritura de constitución en el registro mercantil.
Las acciones	Son ordinarias y nominativas, llevaran la firma del Presidente Ejecutivo	Son iguales, acumulativas e indivisibles
Administración	Será gobernada por la Junta General de accionistas y administrada por el Directorio, el Presidente Ejecutivo y Vicepresidente Ejecutivo La compañía tendrá como órgano de administración un Directorio, que estará conformado por cinco miembros principales con sus respectivos suplentes.	Estará gobernada por la Junta General de accionistas. La administración de la compañía estará a cargo del Directorio, Presidente Ejecutivo y Gerente General.
Representación legal	Presidente Ejecutivo	Presidente Ejecutivo
Junta General	Formada por los accionistas Designará los miembros principales y suplentes del Directorio	Esta compuestas por los accionista El Directorio estará compuesto por el Presidente Ejecutivo de la compañía y cuatro vocales principales, estará presidido por el Presidente Ejecutivo
Atribuciones	Designar a los miembros del Directorio Designar al Presidente Ejecutivo, Vicepresidente Ejecutivo y Presidente del Directorio	Designar a los miembros del Directorio, Presidente Ejecutivo y Gerente General
	El año fiscal de operaciones de la compañía se liquidará el treinta y uno de diciembre de cada año.	
Objeto principal	Instalar, operar y mantener los servicios públicos de radiodifusión y televisión públicas; asimismo podrá	La compañía se dedicará a emitir programas de televisión a nivel nacional e internacional, podrá realizar producciones y proyectar

	realizar la creación, producción, postproducción de programas de radio y televisión con el carácter social que encuadra su objeto principal, según las leyes vigentes de esta materia.	Films, actuando como medio de comunicación, pudiendo arrendar o vender espacios publicitarios, pudiendo importar y comercializar films y producciones vinculadas a su objetivo principal que es la televisión.
Objeto	La empresa pública televisión y radio de Ecuador E.P., RTVECUADOR, tendrá también como objeto todas aquellas actividades que le permitan la Constitución, los Convenios Internacionales, leyes y reglamentos de la República del Ecuador.	

	ECUAVISA	GAMA
Fecha constitución	17 de agosto, 1966 Compañía Anónima Corporación Ecuatoriano de Televisión S.A.	22 de mayo, 1976 Televisión del Pacífico Teledos S.A. Mediante Resolución No. AGD-UIO-GG-2008-12 de julio 8 de 2008 se procedió a la incautación de los bienes del ex banco Filanbanco se encontraban algunos medios de comunicación con sede en la ciudad de Guayaquil, a excepción de Gamavisión que está ubicado en Quito.
Domicilio principal	Ciudad de Guayaquil, podrán establecer discrecionalmente, agencias o sucursales, dentro y fuera del país, por resolución de la Junta General.	Ciudad de Quito, la compañía podrá abrir sucursales o agencias en otros lugares de la República o del exterior.
Nacionalidad	Ecuatoriana	Ecuatoriana
Capital social	17 de agosto, 1966, novecientos mil sucres 2 de septiembre, 1975, aumento de capital a tres millones de sucres 13 de diciembre, 1977, aumento de capital a cinco millones de sucres 15 de septiembre, 1978 aumento capital social a quince millones de	Doscientos mil sucres

	<p>suces (se reformó y codificó el estatuto social de la compañía) 1 de septiembre, 1.980 aumento capital social a treinta millones de suces 3 de septiembre, 1.987, aumento capital social a cien millones de suces 18 de abril, 1.988, se reformó y codificó el Estatuto social de la compañía. 9 de marzo, 1.989, aumento de capital social a quinientos millones de suces 17 de abril, 1.991, aumento de capital social a un mil trescientos millones de suces, 17 de diciembre, 1.998, aumento de capital de la compañía a tres mil cuatrocientos dieciséis millones setecientos noventa y un mil suces 7 de noviembre, 2.000, se efectuó la conversión de las acciones de suces a dólares, aumentó el capital de la compañía a trescientos mil dólares, se reformó el Estatuto Social 26 de agosto, 2002, aumento capital suscrito en ciento cincuenta mil dólares más del existente, hasta alcanzar la suma de cuatrocientos cincuenta mil dólares y la reforma íntegra al Estatuto Social de la compañía.</p>	
Fundadores	<p>Rodrigo Bustamante Granda Xavier Alvarado Roca Francisco Alvarado Olea Miguel Ulloa Figueroa</p> <p>27 agosto 2002</p> <p>Xavier Alvarado Roca Francisco Alvarado Roca Xavier Alvarado Robles</p>	<p>Washington Bonilla Abarca Fernando Berborich Hernández Jacinto Alcocer Chávez Raúl Verdesoto Armijos Guillermo Vaca Carrera</p>

	Silvia Alvarado Robles Ana Cecilia Alvarado Robles Rosa Amelia Alvarado Roca Rodrigo Bustamante Granda	
Plazo duración	Cincuenta años, contados a partir de la inscripción en el Registro Mercantil del cantón Guayaquil de la escritura que contiene el contrato de constitución de la misma. La compañía podrá modificar su plazo con el voto favorable de por lo menos las dos terceras partes del capital social pagado concurrente a la sesión de la respectiva Junta General.	Cincuenta años contados desde la fecha de inscripción de la escritura en el registro mercantil, podrá prorrogarse este plazo por resolución de la Junta General de accionistas, podrá disolverse en cualquier tiempo si así lo considera la Junta General en la forma prevista en la ley y en los estatutos, sin perjuicio de su disolución por las causas determinadas en la ley.
Las acciones	Son ordinarias y nominativas, llevaran la firma del Presidente Ejecutivo	Son ordinarias y nominativas, la acción es indivisible. ¹⁸
	Será gobernada por la Junta General de accionistas y administrada por el Directorio, el Presidente Ejecutivo y Vicepresidente Ejecutivo La compañía tendrá como órgano de administración un directorio, que estará conformado por cinco miembros principales con sus respectivos suplentes.	Estará gobernada por la Junta General de accionistas. La administración de la compañía estará a cargo del Directorio, Presidente Ejecutivo y Gerente General.
Representación legal	Presidente Ejecutivo	Corresponde al Gerente General
Junta General	Formada por los accionistas Designará los miembros principales y suplentes del directorio	La Junta General de accionistas, es el órgano supremo de la compañía, la

¹⁸ La Real Academia define la palabra indivisible como: Del lat. *indivisibilis*).

1. adj. Que no se puede dividir.

2. adj. *Der.* Dicho de una cosa: Que no admite división, ya por ser esta impracticable, ya porque impida o varíe sustancialmente su aptitud para el destino que tenía, ya porque desmerezca mucho con la división.

		<p>integran los accionistas legalmente reunidos y debidamente convocados, quienes resolverán por mayoría de votos del capital pagado concurrente a la reunión, los asuntos que son de su competencia.</p> <p>Las resoluciones de las Juntas Generales son obligatorias para todos los accionistas.</p>
Atribuciones	<p>Designar a los miembros del Directorio</p> <p>Designar al Presidente Ejecutivo, Vicepresidente Ejecutivo y Presidente del Directorio</p>	<p>La administración de la compañía corresponde al Directorio, Presidente y Gerente General.</p> <p>El Directorio de la compañía estará integrado por el Presidente de la compañía y dos o más vocales directores designados por la Junta General.</p> <p>El directorio estará presidido por el Presidente de la compañía y como Secretario el Gerente General.</p>
	<p>El año fiscal de operaciones de la compañía se liquidará el treinta y uno de diciembre de cada año.</p>	
Objeto principal	<p>Dedicarse a la operación comercial de canales de televisión en la República del Ecuador, así como la promoción de negocios afines, pudiendo realizar importaciones, exportaciones, agencias y representaciones, o cualquier otra clase de contratos permitidos por las leyes y relacionados con su objetivo.</p>	<p>La compañía tiene como objeto principal la realización de toda clase de actos y la celebración de toda clase de contratos referentes a las actividades radiales, de televisión, publicitaria y la promoción comercial, artística, cultural y cívica. La compañía podrá realizar, celebrar y ejecutar todos los actos y contratos civiles y mercantiles que tengan relación con el objeto de la compañía.</p>

4.3 ANÁLISIS DE LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL DE LOS CANALES TELEVISIVOS ANALIZADOS

4.3.1 ¿De quién es el capital?

La literatura sociológica ha considerado al capital social como una fuente de control social de apoyo familiar y de generación de beneficios transmitidos por redes extra familiares (Portes, 1999. Referido en Naciones Unidas 2002, p. 142).

En este contexto vamos a analizar la conformación del capital de los canales Ecuavisa, Teleamazonas, ECTV y Gama TV.

4.3.2 Ecuavisa

En el caso de Ecuavisa los fundadores no son los que actualmente constan como accionistas. En la actualidad solo se mantienen Xavier Alvarado Roca y Rodrigo Bustamante Granda.

En agosto del 2002, tuvieron un capital de 450 mil dólares dividido en 45.000 acciones ordinarias y nominativas de 10 dólares cada una. El mismo que está dividido de la siguiente manera:

Inmobiliaria Alcor S.A. que tiene 27.709 acciones ordinarias y nominativas de 10 cada una.

Editores Nacionales S.A. (ENSA) 6.471 acciones ordinarias y nominativas de 10 dólares cada una.

Royan International S.A. 2300 acciones ordinarias y nominativas.

Silvia Alvarado Robles 1.480 acciones ordinarias y nominativas.

Inmobiliaria Rualva S.A. 1.112 acciones ordinarias y nominativas.

Inversiones Nacionales C.A. 1.026 acciones ordinarias y nominativas.

Inversiones B.G. S.A. 697 acciones ordinarias y nominativas.

Ana Cecilia Alvarado Robles 135 acciones ordinarias y nominativas.

Xavier Alvarado Robles 2.070 acciones ordinarias y nominativas.

Como se puede apreciar la empresa es familiar, los accionistas son integrantes de la Familia Alvarado.

4.3.3 TELEAMAZONAS

Teleamazonas se constituyo el 22 de mayo de 1993, con un capital social de 492 millones de sucres, con acciones ordinarias y nominativas de un mil sucres cada una y son libremente negociables y la transferencia se debe efectuar mediante una nota de cesión constante en el título o en una hoja adherida al mismo firmado por quien la transfiere.

Las acciones quedaron distribuidas de la siguiente manera:

50% mediante aportación de bienes María Eloísa Garcés Vda. de Granda.

12.50 % Soledad Granda.

12.50 % Eduardo Granda Garcés

12.50 % Susana Granda Garcés y

12.50 % Carla Granda Forster.

4.3.4 ECUADOR TV

Fue creada el 11 de octubre del 2007, con un capital social de 10 mil dólares, como sociedad anónima. Los socios fundadores son: Ministerio de Cultura del Ecuador y Andinatel. El Ministerio de Cultura tiene el 98 % que corresponde a 9.800 acciones con un valor nominal de un dólar cada una y Andinatel S.A. con el 2%, que corresponde a doscientos dólares.

El 29 de diciembre de 2009, mediante decreto ejecutivo 193, se crea la Empresa Pública Televisión y Radio de Ecuador EP, RTV Ecuador.

4.3.5 COMPAÑÍA TELEVISION DEL PACIFICO TELEDOS S.A.

Inicio con un capital social de 200 mil sucres. De los socios fundadores, ninguno está al frente del canal. En las escrituras que constan en nuestro poder no se encuentra ninguna actualización de capital, razón por la cual procedemos a detallar la distribución de las acciones de acuerdo a la creación:

El 22 de mayo de 1976 se constituye la compañía, con un capital inicial de 200 mil sucres, que consiste en 20 acciones de 10 mil sucres cada una, en el acta de constitución no consta la distribución de las acciones, además que esta información fue requerida en Gama TV pero no fue posible obtener, nos pidieron remitirnos a la Resolución de la AGD, que se encuentra en los anexos de la presente tesis y en la misma no consta el desglose de los capitales de los canales de televisión.

CAPÍTULO V

5 MARCO METODOLÓGICO

5.1 Objetivo general

Analizar los contenidos informativos de los canales de televisión de gestión privada y pública e incautada: Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV

5.2 Objetivo específico

- Conocer cómo se estructuran las agendas informativas de los noticieros y que fuentes están presentes en los mismos.
- Conocer el tratamiento de la información en los medios públicos y privados.
- Comprobar qué tipo de información está presente en los noticieros: económica, política, cultural, social, crónica roja, deportes y farándula.
- Analizar el manejo de la información, tanto en los canales de gestión pública como privada, de esta manera se tendrá una visión objetiva del tratamiento de la información en la cobertura de los mismos temas, y se conocerá los diferentes parámetros que manejan.

5.3 Preguntas de la investigación

- ¿Qué papel juegan los noticieros de televisión en la formación y transformación de la opinión pública?
- ¿Qué diferencias existen entre los canales de televisión públicos y privados en el tratamiento informativo?
- ¿Cuál es la línea editorial que manejan los canales de televisión públicos y privados?

5.4 HIPÓTESIS

El manejo de la comunicación vigente en las prácticas institucionales de los medios en el Ecuador, presentan graves falencias en el manejo de las agendas informativas, al introducir de manera parcializada la visión de los dueños en los medios privados o del gobierno en los medios públicos, lo que impide la creación de condiciones que posibiliten el manejo veraz, oportuno y transparente de la información.

5.5 Diseño de la investigación

El estudio que se utilizará para esta investigación es cualitativo y cuantitativo, a través de una semana compuesta se realizará el análisis de los noticieros estelares (19h00 a 21h00), durante el mes de febrero y marzo del 2011, de los canales: Ecuador TV, Gamavisión, Teleamazonas y Ecuavisa, para determinar el tipo de fuentes que utilizan, cómo es el tratamiento de la información, cuál es la visión de cada medio de comunicación en relación a la misma noticia.

FEBRERO	FEBRERO	FEBRERO	MARZO	MARZO
Lunes 7	Martes 15	Miércoles 23	Jueves 3	Viernes 11

Esta investigación no incluyo los noticieros de fin de semana por que es un resumen de lo acontecido de toda la semana, en segundo lugar se emiten noticias con contexto cultural y actividades de fin de semana propias de la ciudad donde se emite el noticiero

Los meses que se escogieron para el análisis coincidieron con temas políticos y sociales del país: consulta popular, fallecimiento de neonatos y terremoto en Japón y alerta de tsunami en Ecuador. Esto permitirá analizar y explicar como se construyó y se organizó el manejo de la información en los noticieros.

Esta investigación permitirá conocer las tendencias del manejo de la información en cada medio, si existe una tendencia política parcializada con las ideas de los propietarios de los medios de comunicación, si esta presenta el punto de vista del gobierno, o se transmite la información de forma ecuánime.

Cada informativo emitido tiene variación en el número de notas transmitidas así como en los horarios de duración.

Los noticieros de las cadenas privadas, Ecuavisa y Teleamazonas tienen una duración de 45 minutos y se dividen en 4 bloques: el primer bloque con una duración entre 14 y 17 minutos donde presentan las noticias que consideran más relevantes, el segundo bloque con una duración de 12 a 14 minutos un bloque de noticias complementarias donde se incluye el bloque internacional, el tercer segmento que es el de farándula con una duración de 5 a 7 minutos y el cuarto bloque de deportes con duración de 7 a 10 minutos.

5.6 Ubicación asignada a la noticia

De acuerdo a su contingencia será ubicada dentro de la estructura del noticiario. “Las noticias que abren los noticieros y están en todas las portadas son las ‘noticias duras’, las ‘noticias urgentes’”. (Sohr: 1998:91).

Joseph R. Dominick (2006, p.321-322) dice por lo general, las noticias se pueden dividir en 3 amplias categorías:

- 1) noticias duras,
- 2) crónicas o noticias ligeras; y,
- 3) reportajes de investigación.

Noticias duras consisten en hechos concretos quién, queé cuándo, dónde, cómo. Se trata de información sobre sucesos de importancia pública acciones de

gobierno, eventos internacionales, problemas sociales, economía delincuencia, medio ambiente y temas científicos. Las noticias duras son importantes para un vasto número de personas es común que ocupen las primeras secciones de los diarios o las revistas y las notas de entrada de los noticieros de radio o televisión.

Noticias ligeras o crónicas tienen en común su capacidad para captar el interés del público. Las notas ligeras casi siempre recurren a la información de interés humano; su objetivo es atraer la curiosidad, la simpatía, el escepticismo o el asombro de la gente; puede hablar de lugares, personas, animales, temas, acontecimientos o productos.

- 1) Primer bloque
- 2) Segundo bloque
- 3) Tercer bloque
- 3) Bloque final

5.7 Fuentes abordadas y cómo se legitiman: Nos indica la rigurosidad del trabajo periodístico ya que nos entregará un espectro más amplio de lo ocurrido. Sohr indica que “una nota confiable requiere de un amplio espectro de opiniones, con fuentes bien identificadas. Si se identifica apenas una fuente ello revela que sólo hubo una entrevista. Un tema bien reportado requiere, como mínimo, del testimonio de los principales actores”. (Sohr: op.cit:133).

5.8 Número de fuentes consultadas: Se refiere la cantidad de fuentes que se utilizaron para cubrir una noticia y hacer una nota o reportaje.

- 1) 0
- 2) 1
- 3) 2
- 4) 3
- 5) 4 o más

5.9 Tipo de Fuentes: Nos permitirá saber si estos medios cubren las distintas voces que forman una noticia entregando así, las diferentes opiniones sobre un hecho, permitiendo de esta manera entregar la versión más amplia posible. Esto nos va a indicar cómo estos medios tratan la diversidad de discursos a la hora de cubrir un hecho noticioso. “La credibilidad de una noticia a menudo está más ligada a la fuente que la emite que la verosimilitud del acontecimiento. Dicho de otra forma, es más importante quién lo dice, que qué es lo que dice.” (Sohr:op.cit:89).

- 1) Protagonistas
- 2) Familiares
- 3) Oficiales
- 4) Testigos
- 5) Especialistas
- 6) Gobierno
- 7) Otros.

Protagonistas: Se refiere a los principales actores del hecho noticioso.

Familiares: Parientes sanguíneos de él o los protagonistas.

Gobierno: Toda información que provenga del Jefe de Estado o su gabinete.

Oficiales: Corresponden a todas las fuentes que provengan de las instituciones de un país. Por ejemplo: Policías, Fuerzas Armadas u organismos dependientes del Estado.

Testigos: Aquellos que presenciaron el hecho noticioso.

Especialistas: Profesionales que clarifican la información y que ayudan a entregarle un contexto creíble a la misma.

Otros: Cualquiera que no corresponda a los anteriores.

5.10 Comentarios: Permite identificar si periodistas, presentadores o comentaristas especializados entregan una opinión sobre una información o reportaje determinado, poniendo en manifiesto su punto de vista o del medio respecto a un hecho noticioso.

5.11 Origen del comentario: Se refiere a quién realiza el comentario.

- 1) Periodista
- 2) Presentador
- 3) Comentarista especializado

Periodista: Cuando el comentario u opinión es entregado por el periodista que elaboró la información.

Presentador: Cuando el comentario u opinión es entregado por él o los presentadores del informativo.

Comentarista especializado: Cuando el comentario u opinión es entregado por una persona especialista en determinado tema y que puede o no pertenecer al medio.

5.12 Instrumentos de la investigación

Previo a la realización de la investigación se procedió una revisión bibliográfica con el objeto de tener una visión conceptual que permita estructurar de manera clara la observación de los noticieros y su posterior sistematización.

5.12.1 Ficha de análisis.

Con la finalidad de recabar la información necesaria para el análisis de los noticieros que se emiten en el horario estelar, mediante una ficha.

Este instrumento, por sus características, pretende obtener algunos resultados, a través de diferentes variables:

- **Bloque de identificación.-** Este bloque nos permite registrar el canal emisor, la fecha de la puesta al aire de las noticias. La hora de transmisión y el nombre del noticiero.
- **Identificación de la pieza.-** Aquí se lleva un registro del orden de presentación de la noticia, el título y el tema. Cada reportaje se identifica

según la materia o área de interés que trata, esto nos permite registrar la cantidad de veces que el mismo tema se repite en la muestra:

- tema tratado (económico, político, cultural, social, crónica roja),

Económica.- Esta clasificación se utiliza cuando la nota tiene incidencia en el presupuesto general del estado o la economía del país. Por ejemplo cobro de impuestos, incautaciones, el ATPDA, exportación de arroz, comercialización de petróleo, etc.

Política.- Se ubican notas en las cuales se abordan algún aspecto de la política nacional o internacional, como es el caso de elecciones, problemas internos, y todo lo relacionado con la aprobación o inconformidad de las acciones de un gobierno.

Cultural.- Es cuando se refiere a hechos que tengan relación con la cultura de cada país, sean estos hechos folklóricos, o asuntos de educación ligados de manera cercana al mejoramiento de los conocimientos de la comunidad.

Social.- Cuando se cubren los problemas de tipo social. Por ejemplo: salud, pobreza, desempleo, desastres naturales, etc.

Crónica Roja.- Aquí se registran temas relacionados con problemas de: drogadicción, narcotráfico, secuestro, violaciones, accidentes, etc.

- **Crónica Judicial.-** Aborda tema de carácter jurídico. Su historia está dada por los hechos que rodeen delitos, juicios, encarcelamientos.

Deportes.- Cuando los contenidos son sobre sucesos del ámbito deportivo del país e internacional.

Farándula.- Noticias, chismes, fotos sobre personajes conocidos del ámbito artístico, político, nacional e internacional.

- procedencia geográfica,

- producción (medio televisivo, agencia u otro medio)
- fuente de la información,
- género (noticia, reportaje, entrevista, comentario, crónica)
- síntesis de la noticia.

Por otro lado, se realizo entrevistas a directivos de los canales de televisión Ecuavisa, Teleamazonas Gama TV y ECTV

Ficha de análisis

BLOQUE DE IDENTIFICACIÓN					
Canal	Fecha	Hora		Nombre	
IDENTIFICACIÓN DE LA PIEZA					
Número de la Noticia					
Título					
Tema					
	Económica	Política	Cultural	Social	Crónica Roja
Sección					
Género	NOTICIA				
Duración					
Presencia en titulares	SI		NO		
PROCEDENCIA GEOGRÁFICA					
	Local		Nacional		Internacional
País					
Provincia					
Ciudad					
Catón					
PRODUCCIÓN INFORMATIVA					
Medio					
Agencia					
Generación Propia					
Imágenes Robadas					
G					
FUENTE DE INFORMACIÓN 1					
Fuente Privada:			Fuente Pública		
Institución	Partido político		Gubernamental		Institución

Nombre				Nombre			
Cargo				Cargo			
Declaraciones	SI	NO		Declaraciones	SI	NO	
Duración				Duración			
Identificación	Con rótulo	Voz off	Ninguna	Identificación	Con rótulo	Voz off	Ninguna
FUENTE DE INFORMACIÓN 2							
Fuente Privada:				Fuente Pública			
Institución	Partido político			Gubernamental	Institución		
Fuente				Fuente			
Nombre				Nombre			
Cargo				Cargo			
Declaraciones	SI	NO		Declaraciones	SI	NO	
Duración				Duración			
Identificación	Con rótulo	Voz off	Ninguna	Identificación	Con rótulo	Voz off	Ninguna
FUENTE DE INFORMACIÓN 3							
Fuente Privada:				Fuente Pública			
Institución	Partido político			Gubernamental	Institución		
Fuente				Fuente			
Nombre				Nombre			
Cargo				Cargo			
Declaraciones	SI	NO		Declaraciones	SI	NO	
Duración				Duración			
Identificación	Con rótulo	Voz off	Ninguna	Identificación	Con rótulo	Voz off	Ninguna
TRATAMIENTO DE LOS GÉNEROS							
	SI	NO	Descripción		SI	NO	Descripción
N OTICIA				REPORTAJE			
Imágenes propias actuales				Ampliación de una noticia			

Imágenes de archivo				De profundidad			
Locución en off				De investigación			
Sonido propio				Imágenes propias actuales			
Conexiones en vivo				Imágenes de archivo			
Bloque de breves							
Microfalsas				Locución en off			
Pastillas				Sonido propio			
Noticias sin imágenes				Infografías			
Infografías				Musicalización			
Musicalización				Ambientación			
ENTREVISTA				COMENTARIO			
Noticiosa				Propios			
Opinión				Externos			
Semblanza							
CRÓNICA							
Informativa							
Opinión							
Especializadas							
Imágenes propias actuales							
Imágenes de archivo							
Locución en off							
Sonido propio							
Infografías							
Musicalización							
Ambientación							
Dramatizados							
Locaciones							

5.12.2 Variables que se considerarán en el análisis de los noticieros

Cuadro de identificación de la pieza

CANAL	SECCION	%NOTICIAS	CANTIDAD SECCION	TIEMPO NOTICIA	CANTIDAD TITULARES	CANTIDAD NO TITULARES
	ECONOMICA					
	POLITICA					
	CULTURAL					
	SOCIAL					
	CRONICA ROJA					
	DEPORTES					
	FARÁNDULA					

Cuadro de procedencia geográfica

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDENCIA	CANT LOCAL	CANT NACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE

Cuadro de fuente de información

CANA L	PRIVAD A	TIEM PO NOTI CIA	CON RÓT ULO	SIN RÓT ULO	PÚBLI CA	TIEMP O NOTICI A	CON RÓT ULO	SIN RÓTUL O	POLÍT ICA	TIEM PO NOTI CIA	CON RÓT ULO	SIN RÓT ULO

Cuadro de producción informativa

CANAL	TIPO	CANT TIPO	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE

Cuadro de tratamiento de géneros

TIPO	CANTIDAD TIPO	REPORTAJE	CANT REPORTAJE
IMÁGENES PROPIAS ACT		AMPLIACION DE UNA NOTICIA	
IMÁGENES DE ARCHIVO		DE PROFUNDIDAD	
LOCUCION EN OFF		DE INVESTIGACION	
SONIDO PROPIO		IMÁGENES PROPIAS ACTUALES	
CONEXIONES EN VIVO		IMÁGENES DE ARCHIVO	
BLOQUE DE BREVES		CONEXIONES EN VIVO	
MICROFALSAS		LOCUCION EN OFF	
PASTILLAS		SONIDO PROPIO	
NOTICIAS SIN IMÁGENES		INFOGRAFIAS	
INFOGRAFIAS		MUSICALIZACION	
MUSICALIZACION		AMBIENTACION	

Cuadro de publicidad

BLOQUE	publicidad institucional	MINUTOS	publicidad comercial	MINUTOS
1				
2				
3				

5.12.3 Entrevistas a directivos de canales analizados

Según lo citado por Yuni (2206, p.232) (...) el entrevistador tiene que presentarse (quién es y a quién representa, si es el caso): comentar breve y claramente la finalidad de la entrevista; la confidencialidad de la información, así como de los datos identificadores y la duración estimada de la entrevista.

(...) Consiste en el desarrollo de la misma, el cual puede manifestarse como una conversación entre iguales; presentar algún guión en donde se recuerda que temas se desea tratar; o tener el formato de un cuestionario a responder.

En este bloque se abordó una serie de preguntas abiertas donde el entrevistado puede contestar con libertad y exteriorizar su opinión, en cuanto al tema investigado. La importancia de este instrumento es que se puede evaluar la opinión del entrevistado y también que existe la posibilidad de encontrar elementos nuevos, que al principio de la investigación no fueron considerados.

Las preguntas abiertas sirven en situaciones donde se desea profundizar una opinión o los motivos de un comportamiento. En el caso de esta investigación es importante conocer el punto de vista de los directivos de los medios de comunicación para el manejo de la agenda setting, cómo se planifica la cobertura de las noticias que serán presentadas en el noticiero, cuál es la línea editorial que se maneja en el medio y cuál es la justificación para la elección de las personas que serán entrevistadas.

CAPÍTULO VI: RESULTADOS

Inicialmente se levantó la información de los 4 noticieros a través de las fichas para obtener información cuantitativa de cada canal, lo que otorgó datos estadísticos y una perspectiva del manejo que cada medio le da a la información.

Se realizó por segunda vez una revisión que permitió observar detalles o parámetros que no fueron visionados inicialmente porque en la primera revisión se hizo la recolección de información sobre minutos, tipo de fuentes, noticias, etc.

Existen algunos puntos a destacar que surgieron luego de la segunda revisión y fueron: la diferencia en la emisión del noticiero de Ecuador TV que en su parte inferior derecha presenta un recuadro con una persona que realiza traducción gestual de los noticieros para los ciudadanos con capacidades especiales auditivas, con el objeto de que tengan una comprensión exacta de la noticia emitida.

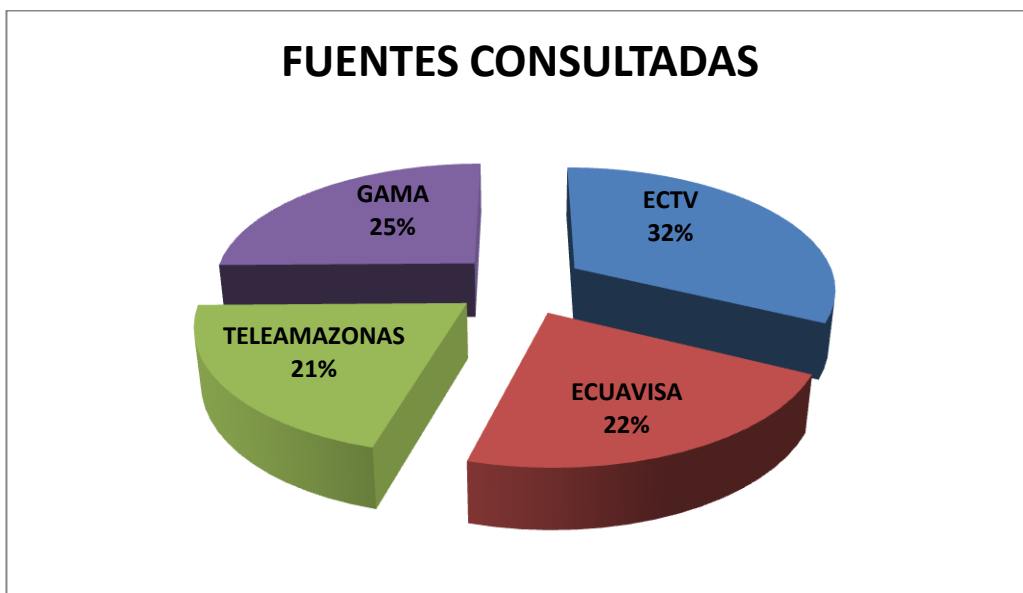
De esta manera dicho canal cumple con lo señalado en la Constitución de la República en la sección tercera de Comunicación e Información en el artículo 16 inciso 4 que habla sobre el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

6.1 Número de fuentes consultadas

A continuación se presenta un condensado del tipo de fuentes utilizadas en los medios de comunicación analizados.

Cuadro No. 1. Fuentes Consultadas

ECTV	ECUAVISA	TELEAMAZONAS	GAMA
50	56	59	53
7	6	2	18
28	15	10	24
84	48	39	36
16	9	0	17
15	5	2	7
14	11	20	14
214	150	132	169

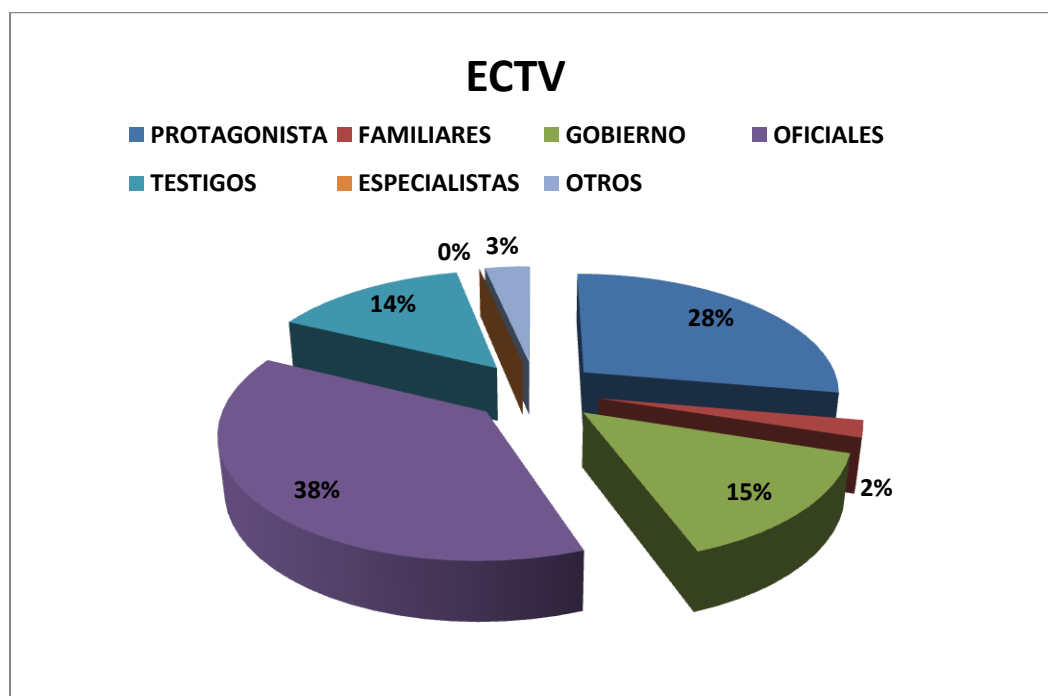


Elaboración propia

Es necesario puntualizar que en los canales analizados el 80% de las fuentes consultadas en cada nota están en el rango 4), esto quiere decir que se consultan de 2 a 3 fuentes, lo que confirma la aseveración de contrastar la información con las fuentes.

Cuadro No. 2 Tipo de fuentes: ECTV

TIPO DE FUENTES	ECTV		PORCENTAJES
	CANTIDAD	TIEMPO	
PROTAGONISTA	50	0:15:18	23.36%
FAMILIARES	7	0:00:51	3.27%
GOBIERNO	28	0:10:12	13.08%
OFICIALES	84	0:23:15	39.25%
TESTIGOS	16	0:02:52	7.48%
ESPECIALISTAS	15	0:04:17	7.01%
OTROS	14	0:03:43	6.54%
	214	1:00:28	100.00%

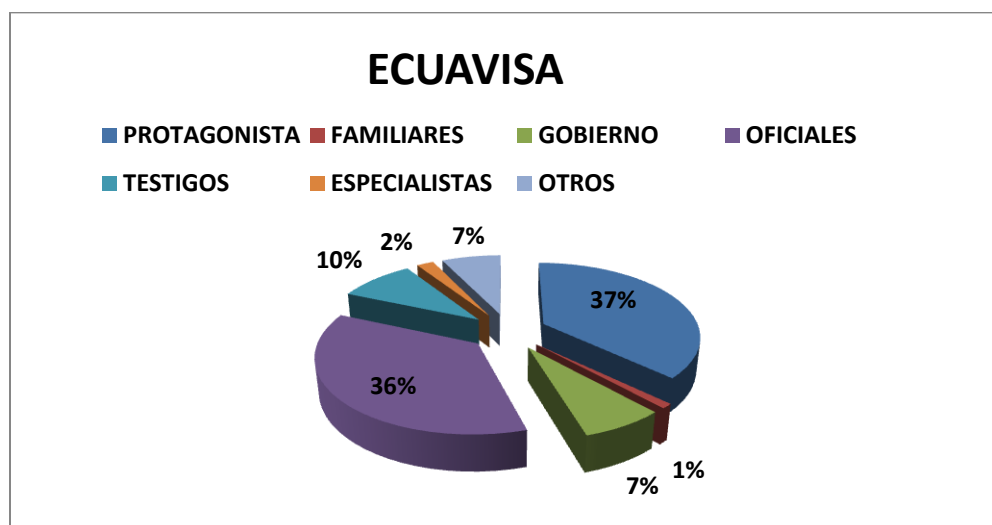


Elaboración propia

En ECTV el mayor peso informativo es en las fuentes oficiales con un 39.25%, siguen los protagonistas con un 23.36%, a continuación las fuentes de gobierno con un 13.08%, luego los testigos con un 7.48%, especialistas con un 7.01%, otros con 6.54% y las familias con un 3.27%.

Cuadro No. 3 Tipo de fuentes: Ecuavisa

ECUAVISA			
TIPO DE FUENTES	CANTIDAD	TIEMPO	PORCENTAJES
PROTAGONISTA	56	0:21:37	37.33%
FAMILIARES	6	0:01:14	4.00%
GOBIERNO	15	0:03:50	10.00%
OFICIALES	48	0:11:04	32.00%
TESTIGOS	9	0:01:10	6.00%
ESPECIALISTAS	5	0:01:09	3.33%
OTROS	11	0:01:35	7.33%
	150	0:41:39	100.00%

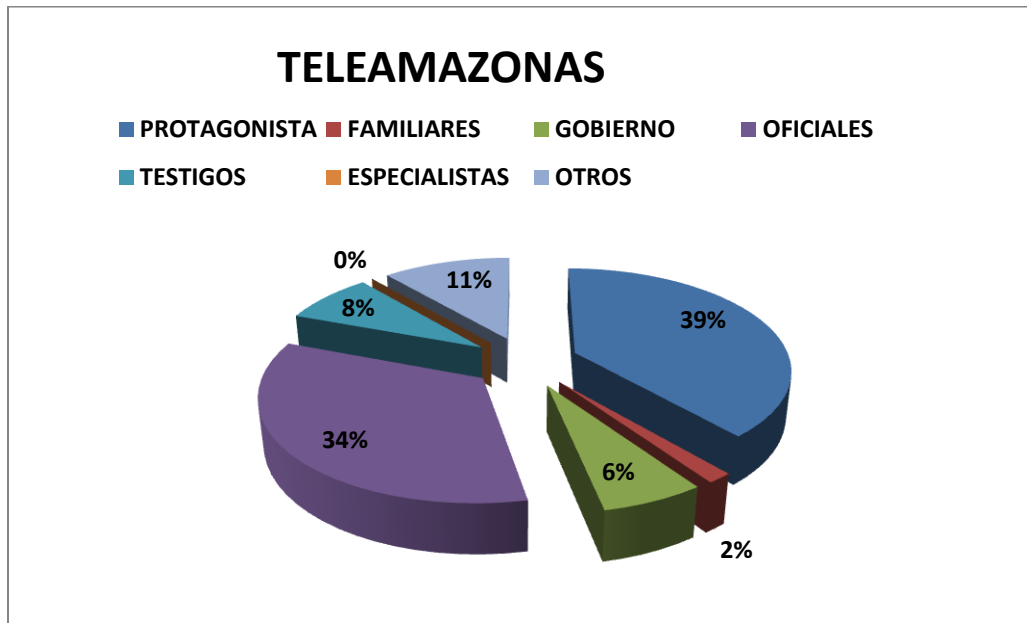


Elaboración propia

En Ecuavisa el mayor peso informativo en las fuentes consultadas es para los protagonistas con el 37.33%, las fuentes oficiales con el 32%, las de gobierno con el 10%, otros con el 7.33%, le siguen los testigos con el 6%, las que son menos consultadas es de familiares con el 4% y especialistas con el 3.33%.

Cuadro no. 4 Tipo de fuentes: Teleamazonas

TELEAMAZONAS			
TIPO DE FUENTES	CANTIDAD	TIEMPO	PORCENTAJES
PROTAGONISTA	59	0:09:15	44.70%
FAMILIARES	2	0:00:10	1.52%
GOBIERNO	10	0:02:49	7.58%
OFICIALES	39	0:01:45	29.55%
TESTIGOS	0	0:00:00	0.00%
ESPECIALISTAS	2	0:00:24	1.52%
OTROS	20	0:02:21	15.15%
	132	0:16:44	100.00%

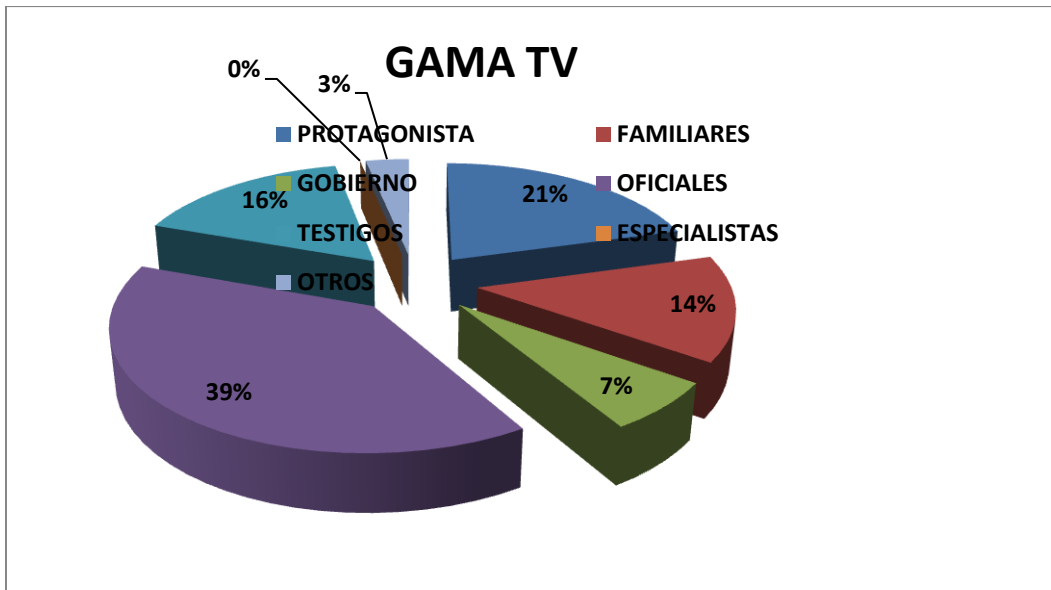


Elaboración propia

En Teleamazonas el porcentaje mayor para fuentes consultadas es el de los protagonistas con el 44.70%, le siguen las fuentes oficiales con el 29.55%, otros con 15.15%, las fuentes de gobierno con el 7.58 y las menos consultadas son las de familiares y especialistas con un 1.5%.

Cuadro No. 5 tipo de fuentes: Gama TV

GAMA			
TIPO DE FUENTES	CANTIDAD	TIEMPO	PORCENTAJES
PROTAGONISTA	53	0:16:41	31.36%
FAMILIARES	18	0:02:29	10.65%
GOBIERNO	24	0:07:10	14.20%
OFICIALES	36	0:20:56	21.30%
TESTIGOS	17	0:02:08	10.06%
ESPECIALISTAS	7	0:02:14	4.14%
OTROS	14	0:01:45	8.28%
	169	0:53:23	100.00%



Elaboración propia

En Gama Tv las fuentes más consultadas son las de protagonistas con el 31.35%, oficiales con el 21.30%, las de gobierno con el 14.20%, familiares con 10.65%, testigos con el 10.06%, otros con 8.28 y las menos consultadas son las de especialistas.

TELEVISTAZO, ECUAVISA Duración: 45 minutos		HORARIO: 20:00 HORAS Noticias emitidas de 19 a 24	
# BLOQUE	DURACION	CONTENIDO	
1	14 a 17 minutos	Noticias duras	
2	12 a 14 minutos	Noticias ligeras, se incluye bloque internacional	
3	5 a 7 minutos	Farándula	
4	7 a 10 minutos	Deportes	

24 HORAS, TELEAMAZONAS Duración: 45 minutos		HORARIO: 20:00 HORAS Noticias emitidas 20 a 24	
# BLOQUE	DURACION	CONTENIDO	
1	14 a 17 minutos	Noticias duras	
2	12 a 14 minutos	Noticias ligeras, se incluye bloque internacional	
3	5 a 7 minutos	Farándula	
4	7 a 10 minutos	Deportes	

GAMANOTICIAS, GAMA TV Duración: 60 minutos		HORARIO: 19:00 HORAS Noticias emitidas 19 a 30	
# BLOQUE	DURACION	CONTENIDO	
1	14 a 17 minutos	Noticias duras	
2	14 a 17 minutos	Noticias ligeras.	
3	5 a 8 minutos	Internacionales	
4	8 a 12 minutos	Deportes	
5	3 a 6 minutos	Farándula	

ECTV, ECTV NOTICIAS Duración: 60 minutos		HORARIO: 19:00 HORAS Noticias emitidas 30 a 36	
# BLOQUE	DURACION	CONTENIDO	
1	14 a 17 minutos	Noticias duras	
2	14 a 17 minutos	Noticias	
3	5 a 7 minutos	Internacionales	
4	5 a 10 minutos	Deportes	

6.2 Origen del Comentario

En 19 noticieros analizados, se encontraron 3 comentarios. 1 comentario en Gama TV del 23 de febrero y 2 de Ecuavisa del 3 de marzo del 2011.

El comentario de Gama TV lo presenta el Director de Noticias y anchor de dicho noticiero y hace referencia al incidente del alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot y el juez segundo de lo civil del Guayas, Wilson Luque, en la audiencia de los ex trabajadores de ECAPAG.

Los comentarios de Ecuavisa del 3 de marzo son emitidos por el vicepresidente de noticias de ese canal y anchor del noticiero, Alfonso Espinosa de los Monteros. El primero tiene relación con la muerte de neonatos en varios hospitales públicos de las ciudades de Loja, Guayaquil y Chone.

El segundo trata sobre la reestructuración de la Función Judicial y la supuesta corrupción existente en dicho organismo.

Cabe acotar que de acuerdo al criterio de las investigadoras, esto comentarios no debieron ser realizados ya que la función del noticiero es informar de manera veraz

y objetiva y no tratar de influir en la opinión del ciudadano. Además se refleja la línea editorial que mantiene cada medio de comunicación.

La ficha de análisis contemplaba algunos parámetros, sin embargo en este estudio se utilizarán 6 unidades:

- 1) Identificación de la pieza (económica, política, cultural, social, crónica roja, deportes, farándula),
- 2) procedencia geográfica,
- 3) procedencia informativa,
- 4) fuentes de información,
- 5) tratamiento de los géneros; y
- 6) publicidad

6.3 Identificación de la pieza

La identificación de la pieza nos permite clasificar a la información emitida de acuerdo al tema expuesto en la nota periodística (económicas, políticas, sociales, culturales, crónica roja, farándula y deportes).

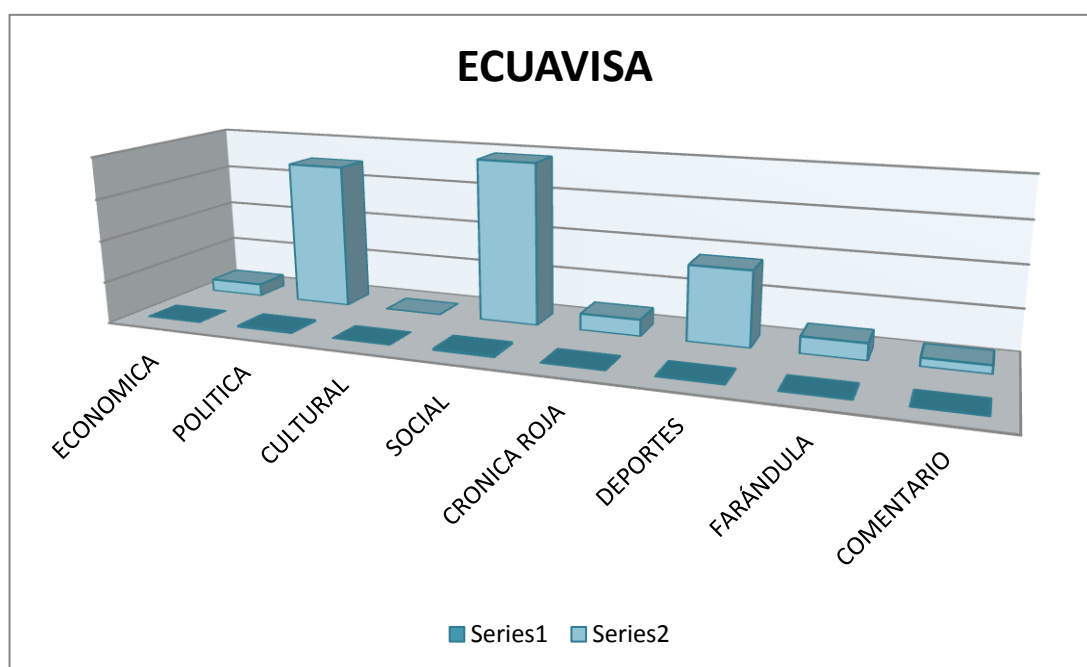
“Todos los medios ofrecen su información en un contexto formal que implica una determinada arquitectura” (Fontecuberta, 1998, pág. 65, citado en Ordóñez 2011). Esto quiere decir que los noticieros se alimentan de los hechos que suceden diariamente y que para llegar a ser noticia deben tener un contexto fuera de lo normal para llamar la atención de los ciudadanos que viven en el entorno.

Esta información al ser clasificada permite visualizar cuales son las notas que los medios de comunicación consideran que son las que cubrirán las expectativas de información del público.

Cuadro No. 6. Identificación de la pieza: ECUAVISA

CANAL	SECCION	%NOTICIAS	CANTIDAD SECCION	TIEMPO NOTICIA	CANTIDAD TITULARES	CANTIDAD NO TITULARES
ECUAVISA	ECONOMICA	2.94%	3	0:05:22	1	0
ECUAVISA	POLITICA	34.31%	35	0:51:05	9	16
ECUAVISA	CULTURAL	0.00%	0	0:00:00	0	0
ECUAVISA	SOCIAL	38.24%	39	1:12:43	11	9
ECUAVISA	CRONICA ROJA	3.92%	4	0:02:52	0	3
ECUAVISA	DEPORTES	17.65%	18	0:23:33	10	10
ECUAVISA	FARÁNDULA	3.92%	4	0:07:28	2	0
	COMENTARIO	1.96%	2	0:01:46	0	2
		100.00%	102	2:39:27	32	40

Elaboración propia.



Elaboración propia.

En Ecuavisa, el noticiero estelar Tevistazo se transmite a las 20h00. Los datos nos indican que el peso informativo se concentra en las secciones social y política. La sección social refleja el mayor volúmen de noticias emitidas con el 38.24%, seguido por el área política con el 34.31% y deportes con el 17.65%. Las noticias de farándula obtuvieron un porcentaje del 3.92% superando la información

económica que apenas llega al 2.94%. El área cultural en la semana compuesta analizada no generó ninguna información, mientras que en crónica roja arrojó un porcentaje de 3.92%.

Dentro del segmento político se analizan temas como la consulta popular y referendo, juicio político al cabecilla del 30-S, habeas corpus a indígenas de la Amazonía, investigación a los jueces de la Corte Constitucional por el caso de la Cervecería Nacional, informes de contratos de Fabricio Correa.

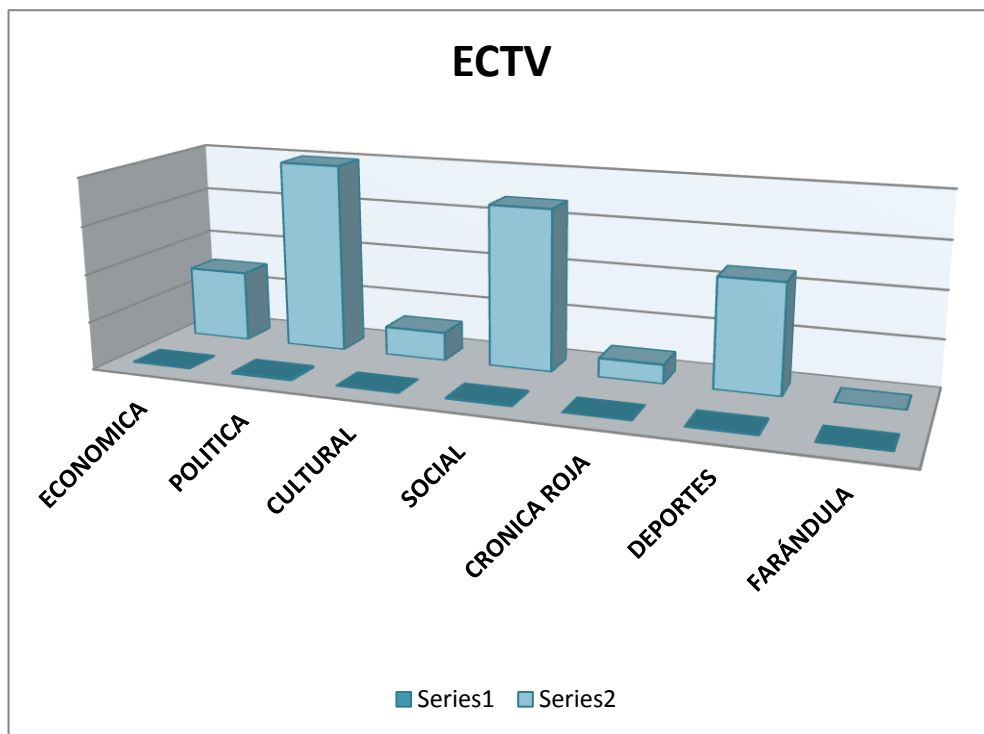
En la parte social se presentan los daños causados por las lluvias en las diferentes provincias del país, la militarización de las cárceles, investigación de los actos de corrupción en el Hospital Guayaquil.

Es importante el resaltar que en este noticiero se emiten comentarios del vicepresidente de noticias, Alfonso Espinosa de los Monteros, cuya duración varía aproximadamente entre 34 segundos a 1 minuto.

Cuadro No. 7. Identificación de la pieza: ECTV.

CANAL	SECCION	%NOTICIAS	CANTIDAD SECCION	TIEMPO NOTICIA	CANTIDAD TITULARES	CANTIDAD NO TITULARES
ECTV	ECONOMICA	12.30%	15	0:22:13	6	3
ECTV	POLITICA	32.79%	40	1:13:54	9	23
ECTV	CULTURAL	4.92%	6	0:11:41	2	2
ECTV	SOCIAL	27.87%	34	1:03:43	7	21
ECTV	CRONICA JUDICIAL	3.28%	4	0:05:54	2	2
ECTV	DEPORTES	18.85%	23	0:31:10	2	15
ECTV	FARÁNDULA	0.00%	0	0:00:00	0	0
		100.00%	122	3:28:35	28	66

Elaboración propia.



Elaboración propia

El noticiero estelar de ECTV se transmite en el horario de las 19h00. En la semana compuesta, se analizaron 122 noticias emitidas, a excepción del día 11 de marzo que no se transmitió el noticiero por la cobertura especial del tsunami en Japón y su incidencia en las Islas Galápagos, haciendo una transmisión en vivo con la intervención del Presidente de la República.

Los datos nos indican que el mayor peso informativo se concentra en las secciones política y social. En la sección política se emitieron 40 notas informativas con el 32.79%. En la sección social 34 notas con un 27.87%. Le sigue el bloque deportivo donde se emitieron 23 notas con un porcentaje del 18.85% y la sección económica donde se emitieron 15 noticias con el 12.30%. Se emitieron 4 notas de crónica roja con un porcentaje de 3.28%. Además 6 notas culturales con un porcentaje de 4.92%, las mismas que no llegan a tener mayor relevancia dentro del noticiero.

Cabe resaltar que en este noticiero no se emiten notas de farándula, que eso es lo que le lleva a distinguirse de los otros noticieros estelares.

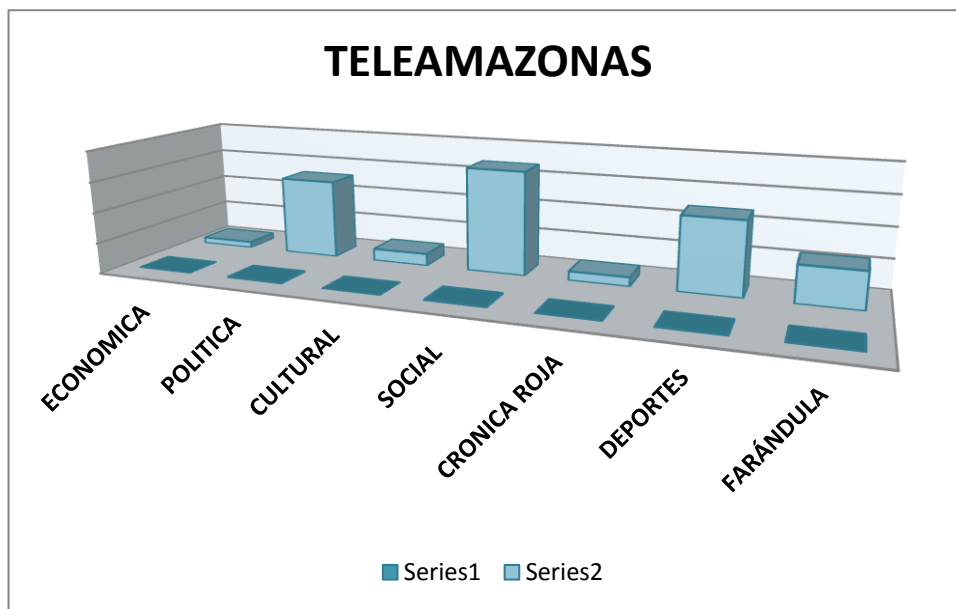
La sección política abarca temas como las preguntas de la consulta popular y el referendo, los hechos acaecidos el 30 de septiembre, investigación a los jueces de la corte constitucional recolección de firmas para revocatoria del mandato del presidente y la revisión de carpetas para la elección de fiscal.

En el área social se revisan noticias como la función judicial en crisis, viviendas en Azuay, respeto a las marchas indígenas, control de las cachinerías, control de las invasiones y la venta de artículos usados en las bahías.

Cuadro No. 8. Identificación de la pieza : TELEAMAZONAS.

CANAL	SECCION	%NOTICIAS	CANTIDAD SECCION	TIEMPO NOTICIA	CANTIDAD TITULARES	CANTIDAD NO TITULARES
TELEAMAZONAS	ECONOMICA	1.90%	2	0:02:11	0	1
TELEAMAZONAS	POLITICA	24.76%	26	0:49:36	13	8
TELEAMAZONAS	CULTURAL	3.81%	4	0:05:54	2	0
TELEAMAZONAS	SOCIAL	32.38%	34	0:10:22	7	7
TELEAMAZONAS	CRONICA ROJA	2.86%	3	0:05:43	0	1
TELEAMAZONAS	DEPORTES	22.86%	24	0:34:48	1	14
TELEAMAZONAS	FARÁNDULA	11.43%	12	0:21:36	3	6
		100.00%	105	2:10:10	26	37

Elaboración propia



Elaboración propia

Teleamazonas emite su noticiero estelar 24 horas a las 20h00. El mayor peso informativo se encuentra delineado en la información social y política. La información social alcanza un 32.38%, mientras que la política obtiene el 24.76%. Las notas culturales y económicas tienen una baja cobertura, es así que lo cultural tiene el 3.81% y la económica 1.90%, mientras que noticias de crónica roja solo tienen un porcentaje de 2.86%. En este espacio las noticias de farándula tiene un 11.43%, y el bloque de deportes con un 22.86%. La noticia que tiene menor relevancia es la económica que alcanza un 1.90%.

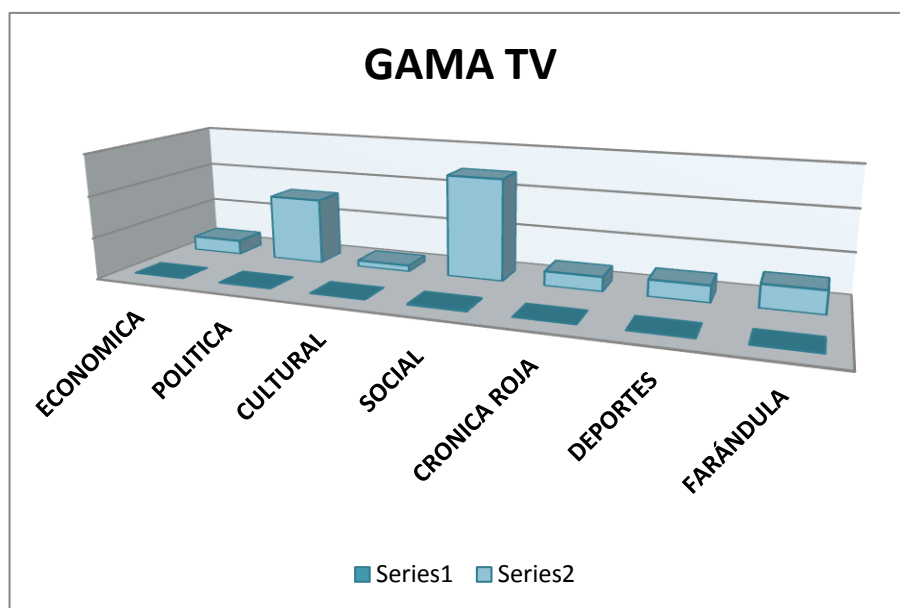
En la semana compuesta se pudo detectar que en el área política se tratan temas como los hechos ocurridos el 30 de septiembre, las preguntas de la consulta popular, el fallo de la Corte Constitucional en el caso de la Cervecería Nacional, los contratos de Fabricio Correa con el Gobierno, la audiencia de habeas corpus de los indígenas.

En el área social se priorizan los desastres ocurridos por el incremento de las lluvias en las diferentes provincias, el reclamo de los agricultores por la falta de urea y la apertura de la atención en el Hospital del IESS de Guayaquil.

Cuadro No. 9. Identificación de la pieza: GAMA TV.

CANAL	SECCION	%NOTICIAS	CANTIDAD SECCION	TIEMPO NOTICIA	CANTIDAD TITULARES	CANTIDAD NO TITULARES
GAMA TV	ECONOMICA	5.98%	7	0:13:21	4	3
GAMA TV	POLITICA	27.35%	32	0:39:37	11	12
GAMA TV	CULTURAL	2.56%	3	0:05:38	0	3
GAMA TV	SOCIAL	41.88%	49	1:25:08	11	16
GAMA TV	CRONICA ROJA	5.98%	7	0:10:02	0	3
GAMA TV	DEPORTES	6.84%	8	0:15:05	1	9
GAMA TV	FARÁNDULA	9.40%	11	0:05:53	1	3
		100.00%	117	2:54:44	28	49

Elaboración propia.



Elaboración propia.

El noticiero estelar de Gama TV se emite en el horario de las 19h00. El mayor peso informativo se encuentra en las noticias sociales y políticas. En la semana compuesta, motivo del análisis, se emitieron 117 noticias, de las cuales 49 son de índole social con un porcentaje de 41.88%. Le sigue la información política donde se emitieron 32 notas informativas dando un porcentaje de 27.35%. Las noticias económicas, culturales, farándula y crónica roja no tienen mayor peso informativo. Es

así que las notas económicas tienen un 5.98%, la cultural 2.56%, crónica roja 5.98% deporte 6.84% y farándula 9.40 %. Las notas con menor relevancia son la económica y crónica roja con un 5.98%.

Es importante resaltar que sin ser diario, presentan un segmento en el cual realizan reportajes sobre las diferentes provincias del país, su duración varía entre 3 y 5 minutos.

Los temas tratados en el área social son: los estragos que causan las lluvias en las diferentes provincias, el caso de los neonatos fallecidos en hospitales, desastres ecológicos por derrame de petróleo, además realizan reportajes sobre personas que se encuentran abandonadas en hospitales psiquiátricos.

Cabe resaltar que se presentan editoriales del director de noticias, que generalmente son de tinte político, por ejemplo el 23 de febrero emitió un editorial respecto a los incidentes acaecidos en el cruce verbal que hubo entre Jaime Nebot, Alcalde de Guayaquil y el Juez 29 que analiza el caso de los empleados de ECAPAG.

En el área política el tema central es la Consulta Popular, el juicio a los involucrados en los hechos del 30 de septiembre, la audiencia de los indígenas y la presentación de los candidatos a fiscales.

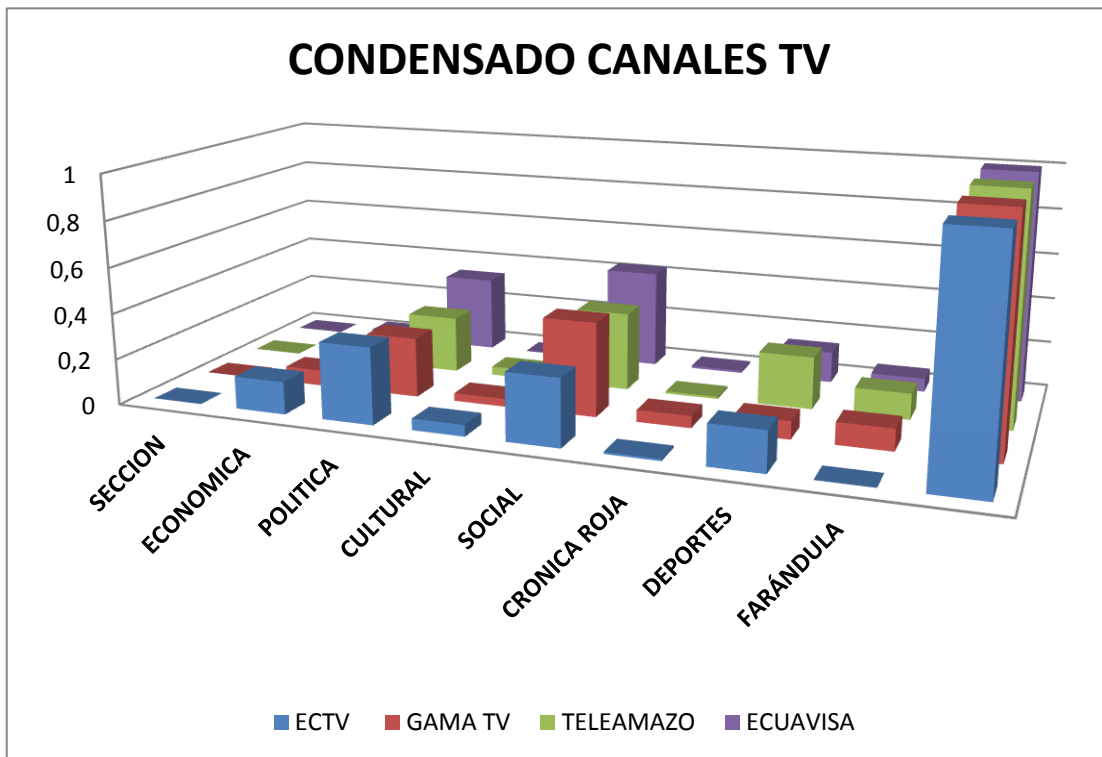
Cuadro No. 10. Porcentaje por secciones

SECCION	ECTV % NOTICIAS	GAMA TV % NOTICIAS	TELEAMAZONAS % NOTICIAS	ECUAVISA % NOTICIAS
ECONOMICA	12,30%	5,98%	1,90%	2,94%
POLITICA	32,79%	27,35%	24,76%	34,31%
CULTURAL	4,92%	2,56%	3,81%	0,00%
SOCIAL	27,87%	41,88%	32,38%	38,24%
CRONICA R/J	3,28%	5,98%	2,86%	3,92%
DEPORTES	18,85%	6,84%	22,86%	17,65%
FARÁNDULA	0,00%	9,40%	11,43%	3,92%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

El tratamiento que los medios de comunicación analizados le dan a las informaciones se ven reflejados en el cuadro mediante el cual se puede determinar que a pesar de que las noticias tienen la misma temática, Ecuavisa y ECTV son los canales que ponen al aire la mayor cantidad de noticias políticas con un 34.31% Y 32.79% respectivamente, le sigue Gama TV con un 27.35% y Telemazonas con el 24.76%. Aquí la diferencia es el contexto que le dan a los temas.

En el área social tiene mayor presencia las noticias emitidas por gama TV con un 41.88%, Ecuavisa con un 38.24%, Telemazonas con el 32.38 % y ECTV con el 27.88%.

Cuadro No. 11. Condensado de los canales analizados



Elaboración propia.

En la entrevista realizada a Freddy Barros Jefe de Redacción del noticiero Televistazo, (Barros, 2011) dice que en el noticiero estelar que emite Ecuavisa en un 90% son políticas, tendencia que no se confirma en este cuadro comparativo, pues

está definido que las noticias que mayor cobertura han tenido son las de tinte social. Esta tendencia se podría explicar por el recrudecimiento del invierno que dejó algunas víctimas, varios heridos y muchos destrozos en viviendas, carreteras y calles. Existe también incidencia en este resultado por el terremoto de Japón ocurrido el 11 de marzo, donde la mayor cobertura de noticias fue de carácter social, lo que varía de manera significativa el resultado de la clasificación de noticias.

Posiblemente en un análisis de un mes que no sea temporada invernal, el resultado confirmaría la percepción de Freddy Barros, (hecho no sustentado por datos estadísticos que demuestren de manera fidedigna lo aseverado por él) que la cobertura mayoritaria de las noticias es en la sección política. Sobre todo porque en la semana compuesta, que se realizó la investigación se difundía información en torno a las preguntas para la consulta popular, tema que pasó a segundo plano por los desastres naturales a nivel local y mundial.

En cambio Alex Mora, director de noticias de Ecuador TV¹⁹ señala que en el noticiero estelar se trata de equilibrar las noticias sociales y las políticas. Se realiza mayor cobertura a los ministerios del área social donde generalmente tienen un reportero asignado para la cobertura de dicha información, versión que de acuerdo a lo analizado en este período tendería a confirmar lo dicho por Mora.

La diferencia porcentual entre unas notas y otras es de apenas el 4.16% y eso se puede explicar por la cobertura que se realiza a la consulta popular en ese período, donde se realizaron encuestas, notas sobre las historias de los referendos en el Ecuador.

En el área política se aborda mayoritariamente asuntos relacionados con el trabajo gubernamental, como la consulta popular, la elección de fiscal, los contratos firmados

¹⁹ Entrevista realizada a Alex Mora, director de noticias de Ecuador TV

por Fabricio Correa, la veeduría ciudadana, esto quiere decir que la agenda setting en un gran porcentaje depende de las actividades del Ejecutivo.

6.4 Procedencia geográfica

La procedencia geográfica nos permite analizar el valor que cada medio de comunicación da al sentido de proximidad y sobre todo el valor asignado a la generación de la información local, nacional e internacional.

Todas las mañanas los canales analizados tienen una reunión previa de planificación, que es donde se escogen los temas de mayor relevancia. Cada director de canal realiza un análisis diferente de la cobertura de los temas que serán presentados al público en los noticieros.

Por ejemplo Freddy Barros (2011) indica que la víspera a la emisión de las noticias, tiene listo el esquema de los temas o el seguimiento de los mismos, que serán tratados en el noticiero el día siguiente. “temas propios o temas de coyuntura se los asigna ya la noche anterior. A la mañana lo único que se hace es confrontar si hay cambios de última hora”.

Carlos Ochoa de Gama TV manifiesta que cada periodista debe traer uno o dos temas que se ponen a consideración en la mesa de redacción. El jefe de información o el director o el productor de noticias compran el tema si es atractivo, caso contrario sacan de los temas de coyuntura que ellos tienen.

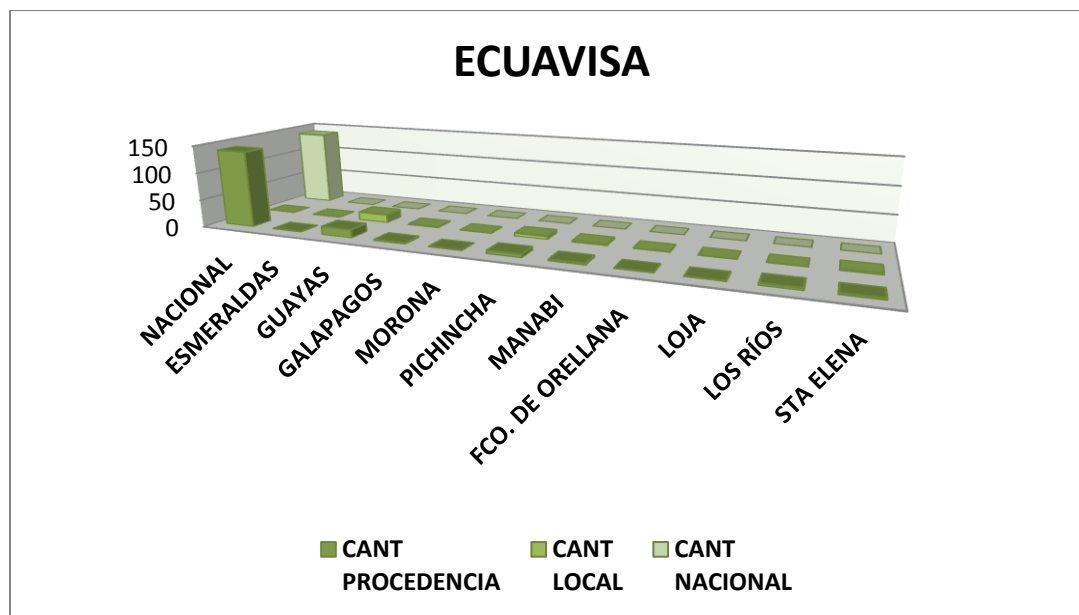
Jorge Melo (2011) manifiesta que en las ciudades de Quito y Guayaquil, existe un responsable de lo que llaman la pauta informativa. El indica que en su mente ya tiene las noticias que serán usadas en el informativo, para eso escucha radio a primera hora de la mañana y lee las noticias de prensa escrita. Eso le permite tener una idea clara de los acontecimientos sucedidos en el país para poder enviar al equipo de Telemazonas a realizar las coberturas.

La investigación de los noticieros es en el horario estelar. La cobertura de las noticias es a nivel nacional. Lo que prevalece en esta cobertura es la proximidad, veracidad y la trascendencia de la noticia dando prioridad a lo nacional, local e internacional.

CUADRO No.12 Noticias Nacionales ECUAVISA.

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDENCIA	CANT LOCAL	CANT NACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
ECUAVISA	NACIONAL	139	0	139	0:39:20	78.98%
ECUAVISA	ESMERALDAS	1	1	0	0:00:21	0.57%
ECUAVISA	GUAYAS	15	15	0	0:22:51	8.52%
ECUAVISA	GALAPAGOS	2	2	0	0:04:51	1.14%
ECUAVISA	MORONA	1	1	0	0:01:42	0.57%
ECUAVISA	PICHINCHA	6	6	0	0:11:20	3.41%
ECUAVISA	MANABI	3	3	0	0:04:19	1.70%
ECUAVISA	FCO. DE ORELLANA	1	1	0	0:04:15	0.57%
ECUAVISA	LOJA	1	1	0	0:02:08	0.57%
ECUAVISA	LOS RÍOS	4	1	0	0:01:31	0.57%
ECUAVISA	STA ELENA	3	3	0	0:05:24	1.70%
		176	34	139	1:38:02	100.00%

Elaboración propia.



Elaboración propia

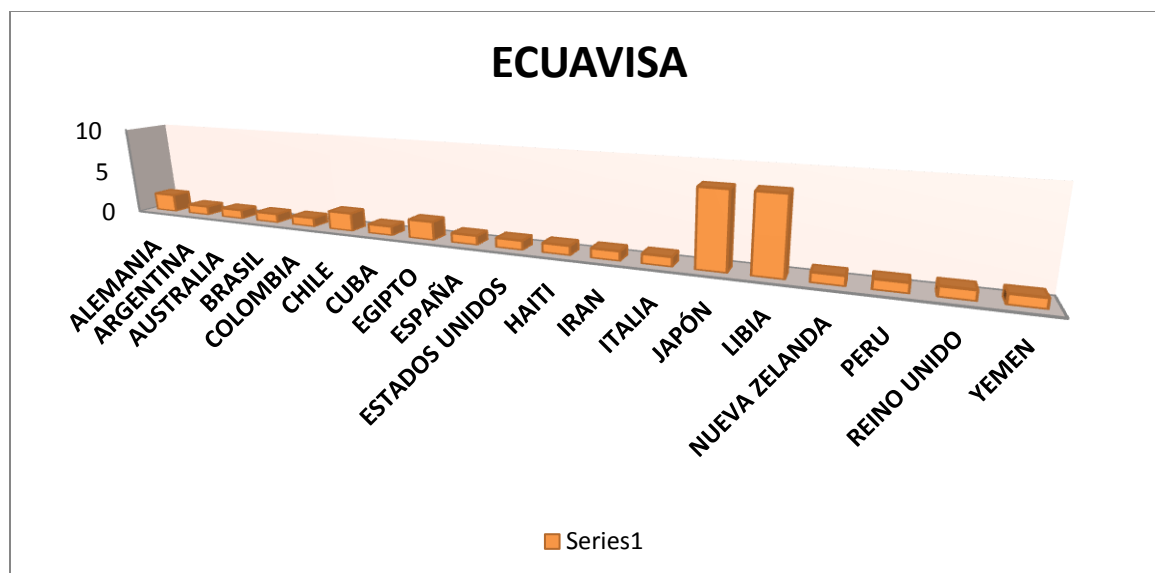
En este cuadro claramente se establece que las noticias en Ecuavisa a nivel nacional ocupan un alto porcentaje en el noticiero, con el 78.98%. Le sigue la provincia del Guayas con el 8.52%, a continuación las provincias de Pichincha con el 3.41%, Manabí y Santa Elena con el 1.70%, Galápagos con el 1.14%, Esmeraldas, Morona Santiago, Francisco de Orellana, Loja y Los Ríos con el 0.57%.

Las noticias con menor peso informativos son las de las provincias de: Esmeraldas, Morona Santiago, Francisco de Orellana, Loja y Los Ríos.

CUADRO No. 13 Noticias Internacionales. ECUAVISA

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCED ENCIA	CANT LOCAL	CANT INTERNACI ONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCE NTAJE
ECUAVISA	INTERNACIONAL	2	0	2	0:01:20	5.26%
ECUAVISA	ALEMANIA	2	0	2	0:01:12	5.26%
ECUAVISA	ARGENTINA	1	0	1	0:00:45	2.63%
ECUAVISA	AUSTRALIA	1	0	1	0:01:15	2.63%
ECUAVISA	BRASIL	1	0	1	0:03:38	2.63%
ECUAVISA	COLOMBIA	1	0	1	0:01:42	2.63%
ECUAVISA	CHILE	2	0	2	0:02:52	5.26%
ECUAVISA	CUBA	1	0	1	0:01:33	2.63%
ECUAVISA	EGIPTO	2	0	2	0:02:45	5.26%
ECUAVISA	ESPAÑA	1	0	1	0:01:29	2.63%
ECUAVISA	ESTADOS UNIDOS	1	0	1	0:00:37	2.63%
ECUAVISA	HAITI	1	0	1	0:00:18	2.63%
ECUAVISA	IRAN	1	0	1	0:00:29	2.63%
ECUAVISA	ITALIA	1	0	1	0:00:28	2.63%
ECUAVISA	JAPÓN	8	0	8	0:18:34	21.05%
ECUAVISA	LIBIA	8	0	8	0:08:10	21.05%
ECUAVISA	NUEVA ZELANDA	1	0	1	0:00:26	2.63%
ECUAVISA	PERU	1	0	1	0:01:05	2.63%
ECUAVISA	REINO UNIDO	1	0	1	0:00:24	2.63%
ECUAVISA	YEMEN	1	0	1	0:00:29	2.63%
		38	0	38	0:49:31	100.00 %

Elaboración propia

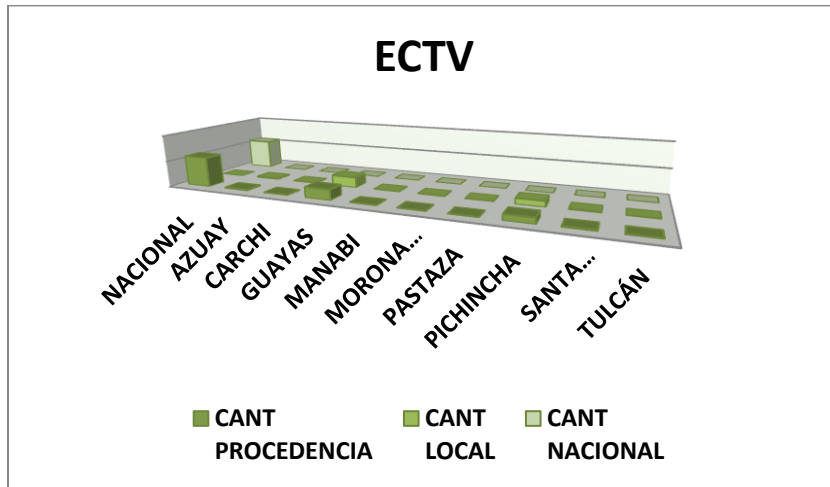


Elaboración propia

En cuanto a las noticias internacionales la mayor cobertura es sobre política. Las noticias de Japón y Libia obtienen el porcentaje más alto con el 21.05%, este porcentaje se debe al tsunami que afectó a ese país y en Libia es la situación política en que los ciudadanos piden la salida de Muhammad Gadafi; Internacional, Alemania Chile Egipto con 5.26%, mientras que Argentina, Brasil, Colombia, Cuba. España, Estados Unidos, Haití, Irán, Italia, Yemen, Reino Unido, Nueva Zelanda obtienen un total del 2.63%.

Cuadro No. 14 Noticias nacionales : ECTV

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDENCIA	CANT LOCAL	CANT NACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
ECTV	NACIONAL	57	0	57	2:28:00	58.76%
ECTV	AZUAY	2	2	0	0:03:07	2.06%
ECTV	CARCHI	1	1	0	00:01:56	1.03%
ECTV	GUAYAS	20	20	0	0:52:07	20.62%
ECTV	MANABI	1	1	0	0:02:16	1.03%
ECTV	MORONA SANT	1	1	0	0:01:29	1.03%
ECTV	PASTAZA	1	1	0	0:01:57	1.03%
ECTV	PICHINCHA	11	11	0	0:23:03	11.34%
ECTV	SANTA ELENA	2	2	0	00:03:46	2.06%
ECTV	TULCÁN	1	1	0	0:01:42	1.03%
		97	40	57	3:59:23	100.00%



Elaboración propia

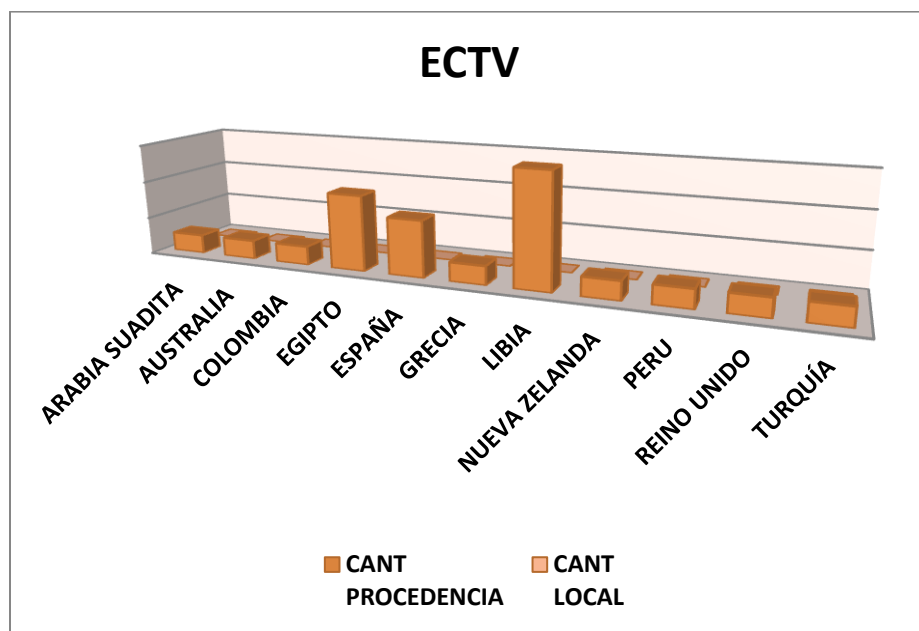
En ECTV se emitieron 96 noticias durante la transmisión de la semana compuesta, motivo del análisis. 57 tuvieron cobertura nacional con un porcentaje del 58.76%, la provincia con mayor peso informativo es Guayas con el 20.62 %, le sigue Pichincha con el 11,34%, Morona Santiago con 6.25% y las provincias de Azuay y Santa Elena con el 2.06%. Las provincias con menor cobertura informativa son: Carchi, Manabí, Morona Santiago, Pastaza y Tulcán con el 1.03%.

Si consideramos que el noticiero estelar tiene un carácter nacional, por lo tanto la mayor cantidad de noticias que se emiten deben ser nacionales, se puede decir que ECTV cumple con esta regla.

Cuadro No. 15. Noticias internacionales: ECTV

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDE NCIA	CANT LOCAL	CANT INTERNACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
ECTV	ARABIA SUADITA	1	0	1	0:02:32	4.76%
ECTV	AUSTRALIA	1	0	1	0:01:16	4.76%
ECTV	COLOMBIA	1	0	1	0:01:13	4.76%
ECTV	EGIPTO	4	0	4	0:04:02	19.05%
ECTV	ESPAÑA	3	0	3	0:06:05	14.29%
ECTV	GRECIA	1	0	1	0:00:25	4.76%
ECTV	LIBIA	6	0	6	0:11:21	28.57%
ECTV	NUEVA ZELANDA	1	0	1	0:02:28	4.76%
ECTV	PERU	1	0	1	0:00:31	4.76%
ECTV	REINO UNIDO	1	0	1	0:00:39	4.76%
ECTV	TURQUÍA	1	0	1	0:00:23	4.76%
		21		21	0:30:55	100.00%

Elaboración propia.



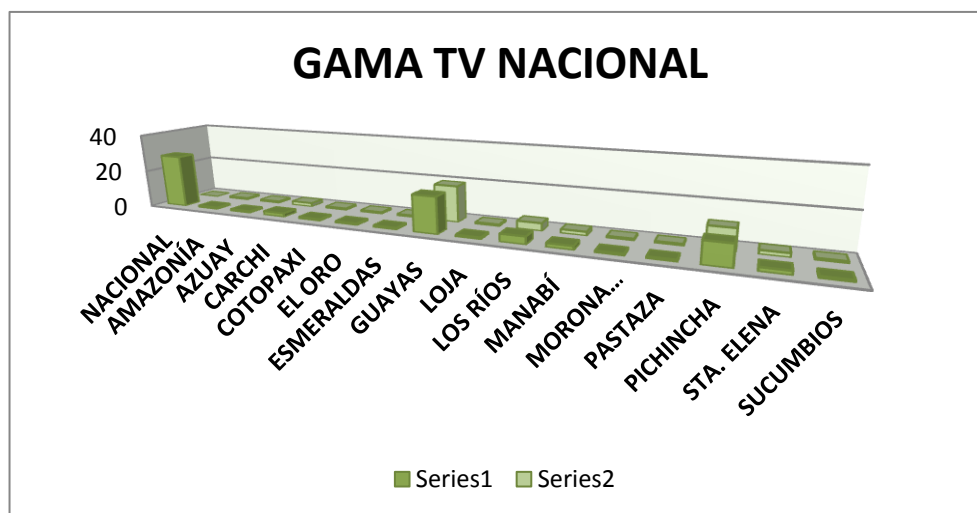
Elaboración propia

21 noticias internacionales presentadas en el noticiero estelar de ECTV. El mayor peso informativo fue Libia con el 28.57%. A continuación le siguen las noticias de Egipto con el 19.05%, España con el 14.29%. Las noticias con el menor peso informativo son de: Arabia Saudita, Australia, Colombia, Grecia, Nueva Zelanda, Perú Reino Unido y Turquía con 4.76%.

Cuadro No. 16. noticias nacionales: GAMA TV

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDE NCIA	CANT LOCAL	CANT NACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENT AJE
GAMA TV	NACIONAL	28	0	28	0:50:00	36.36%
GAMA TV	AMAZONÍA	1	1	0	0:05:07	1.30%
GAMA TV	AZUAY	1	1	0	0:01:24	1.30%
GAMA TV	CARCHI	2	2	0	0:02:31	2.60%
GAMA TV	COTOPAXI	1	1	0	0:01:34	1.30%
GAMA TV	EL ORO	1	1	0	0:01:36	1.30%
GAMA TV	ESMERALDAS	1	1	0	0:00:29	1.30%
GAMA TV	GUAYAS	19	19	0	0:39:27	24.68%
GAMA TV	LOJA	1	1	0	0:02:30	1.30%
GAMA TV	LOS RÍOS	4	4	0	0:06:04	5.19%
GAMA TV	MANABÍ	2	2	0	0:01:05	2.60%
GAMA TV	MORONA SANTIAGO	1	1	0	0:02:10	1.30%
GAMA TV	PASTAZA	1	1	0	0:02:05	1.30%
GAMA TV	PICHINCHA	11	11	0	0:21:00	14.29%
GAMA TV	STA. ELENA	2	2	0	0:03:29	2.60%
GAMA TV	SUCUMBOS	1	1	0	0:00:41	1.30%
		77	49	28	2:21:12	100.00%

Elaboración propia.



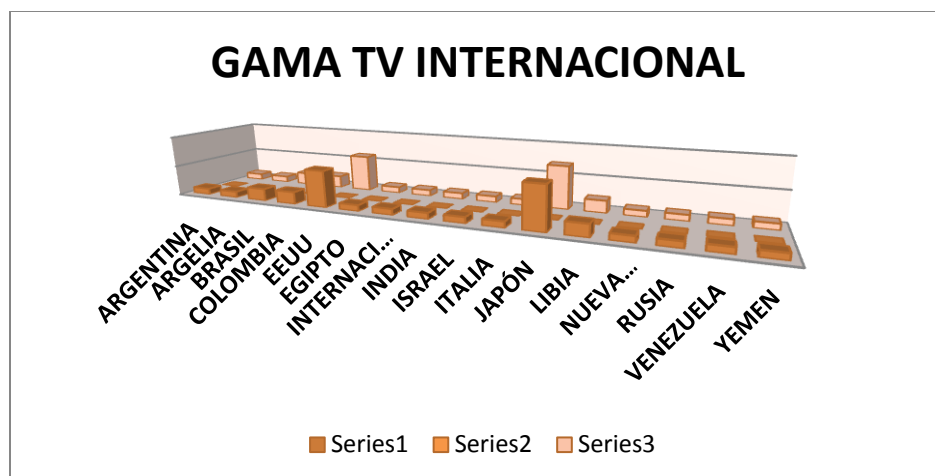
Elaboración propia

En el noticiero estelar de Gama TV se emitieron 77 noticias en el ámbito nacional. El mayor peso informativo está en las notas nacionales, se emitieron 26 con un porcentaje del 36.36%. Le siguen las provincias de Guayas con el 24.68%, Pichincha con el 14.29%, Los Ríos con el 5.19%. Carchi, Manabí y Santa Elena con 2.60%. Las provincias de Manabí, Los Ríos y Santa Elena generaron 2 notas periodísticas con un porcentaje del 3.08%. La Amazonia, Azuay, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Loja, Morona Santiago, Pastaza y Sucumbíos con un porcentaje de 1.30%.

Cuadro No. 17 Noticias internacionales: GAMA TV

	PROCEDENCIA	CANT PROCEDENCIA	CANT LOCAL	CANT INTERNACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
GAMA TV	ARGENTINA	1	0	1	0:01:43	3.33%
GAMA TV	ARGELIA	1	0	1	0:00:21	3.33%
GAMA TV	BRASIL	2	0	2	0:02:41	6.67%
GAMA TV	COLOMBIA	2	0	2	0:02:51	6.67%
GAMA	EEUU	6	0	6	0:03:10	20.00%
GAMA	EGIPTO	1	0	1	0:01:24	3.33%
GAMA TV	INTERNACIONAL	1	0	1	0:01:15	3.33%
GAMA TV	INDIA	1	0	1	0:00:28	3.33%
GAMA TV	ISRAEL	1	0	1	0:00:57	3.33%
GAMA TV	ITALIA	1	0	1	0:01:37	3.33%
GAMA	JAPÓN	7	0	7	0:12:38	23.33%
GAMA	LIBIA	2	0	2	0:02:01	6.67%
GAMA	NUEVA ZELANDA	1	0	1	0:00:20	3.33%
GAMA	RUSIA	1	0	1	0:00:24	3.33%
GAMA	VENEZUELA	1	0	1	0:01:26	3.33%
GAMA	YEMEN	1	0	1	0:00:20	3.33%
		30	0	30	0:31:53	100.00%

Elaboración propia



Elaboración propia

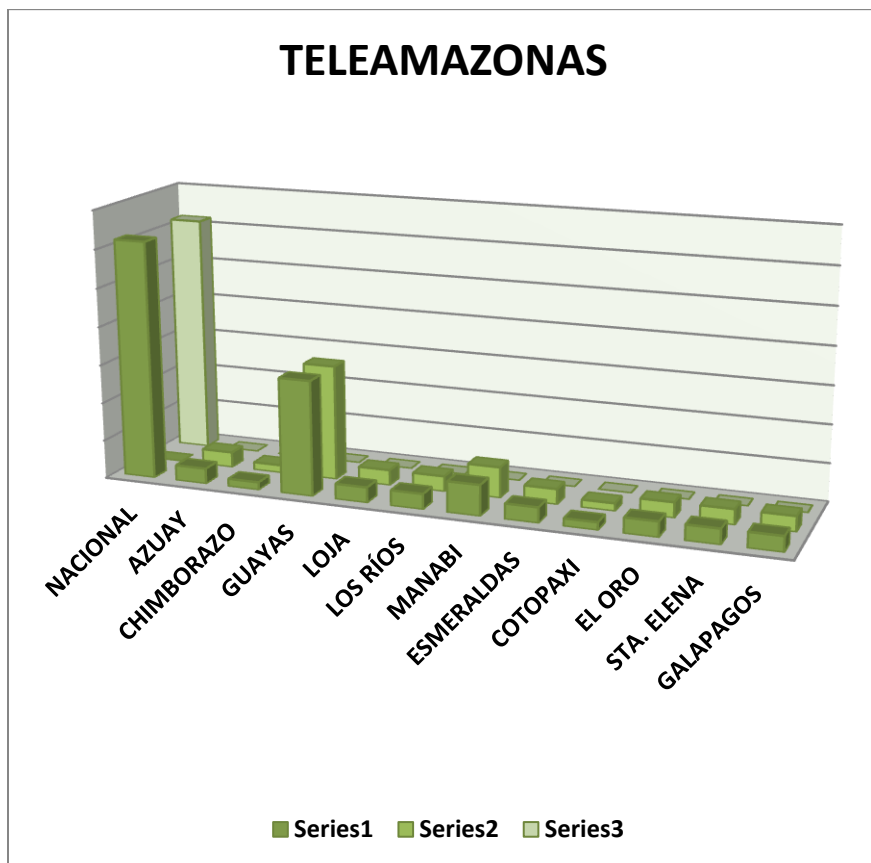
En Gama Noticias se emitieron 30 noticias internacionales durante la transmisión de la semana compuesta, motivo del análisis, esto es del 7 de febrero al 3 del 2011. El mayor peso informativo es para las noticias generadas por Japón con un 23.33%, Estados Unidos con el 20.00% y Brasil, Colombia y Libia con el 6.67%. El resto de países como Argentina, Argelia, Egipto, internacional India, Israel, Italia, Nueva Zelanda, Rusia y Yemen tuvieron el menor peso informativo con un porcentaje del 3.33%.

Cuadro No. 18. Noticias nacionales: TELEAMAZONAS

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDENCIA	CANT LOCAL	CANT NACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
TELEAMAZONAS	NACIONAL	31	0	31	0:51:22	46.97%
TELEAMAZONAS	AZUAY	2	2	0	0:02:45	3.03%
TELEAMAZONAS	CHIMBORAZO	1	1	0	0:02:54	1.52%
TELEAMAZONAS	GUAYAS	15	15	0	0:24:13	22.73%
TELEAMAZONAS	LOJA	2	2	0	0:04:03	3.03%
TELEAMAZONAS	LOS RÍOS	2	2	0	0:02:48	3.03%
TELEAMAZONAS	MANABI	4	4	0	0:06:50	6.06%
TELEAMAZONAS	ESMERALDAS	2	2	0	0:05:26	3.03%
TELEAMAZONAS	COTOPAXI	1	1	0	0:00:55	1.52%
TELEAMAZONAS	EL ORO	2	2	0	0:02:47	3.03%
TELEAMAZONAS	STA. ELENA	2	2	0	0:02:43	3.03%
TELEAMAZONAS	GALAPAGOS	2	2	0	0:06:02	3.03%
		66	35	31	1:52:48	100.00%

Elaboración propia.

TELEAMAZONAS



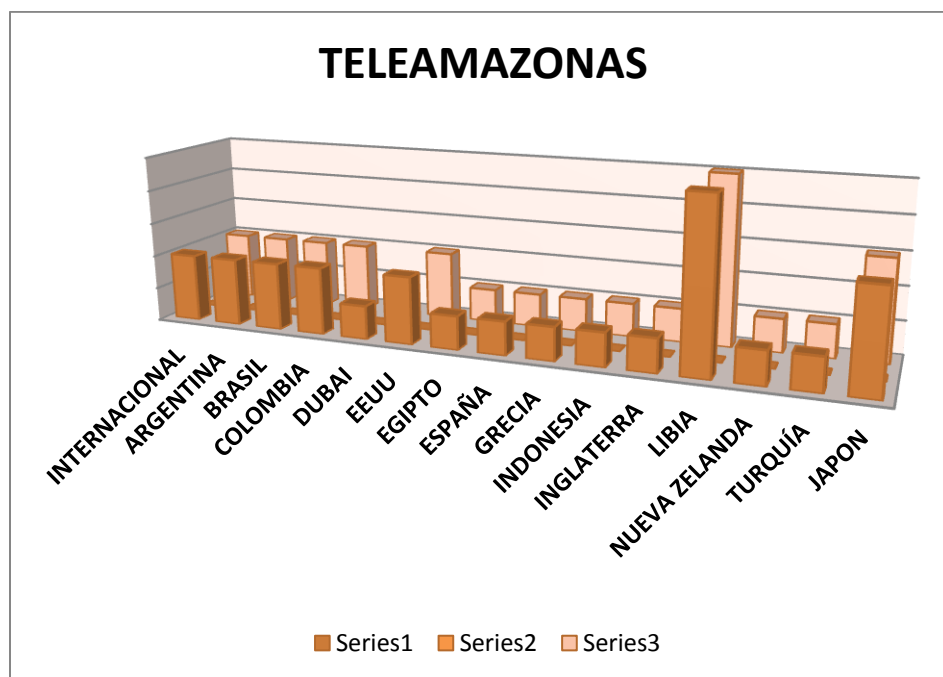
Elaboración propia.

En el noticiero estelar de Teleamazonas, “24 Horas”, se emitieron 66 noticias en el ámbito nacional. El mayor peso informativo está en las notas nacionales, se emitieron 31 con un porcentaje del 46.97%. Le siguen las provincias de Guayas con el 22.73%, Manabí con el 6.06%. Las provincias de Azuay, Loja, El Oro, Galápagos y Santa Elena generaron 2 notas periodísticas con un porcentaje del 3.03%. Chimborazo y Cotopaxi son las provincias con menor peso informativo obteniendo 1.52%

Cuadro No. 19. Noticias internacionales: TELEAMAZONAS

CANAL	PROCEDENCIA	CANT PROCEDENCIA	CANT LOCAL	CANT INTERNACIONAL	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
TELEAMAZONAS	INTERNACIONAL	2	0	2	0:04:38	7.69%
TELEAMAZONAS	ARGENTINA	2	0	2	0:03:41	7.69%
TELEAMAZONAS	BRASIL	2	0	2	0:03:24	7.69%
TELEAMAZONAS	COLOMBIA	2	0	2	0:01:27	7.69%
TELEAMAZONAS	DUBAI	1	0	1	0:01:12	3.85%
TELEAMAZONAS	EEUU	2	0	2	0:04:09	7.69%
TELEAMAZONAS	EGIPTO	1	0	1	0:01:24	3.85%
TELEAMAZONAS	ESPAÑA	1	0	1	0:02:08	3.85%
TELEAMAZONAS	GRECIA	1	0	1	0:00:24	3.85%
TELEAMAZONAS	INDONESIA	1	0	1	0:01:05	3.85%
TELEAMAZONAS	INGLATERRA	1	0	1	0:00:33	3.85%
TELEAMAZONAS	LIBIA	5	0	5	0:09:35	19.23%
TELEAMAZONAS	NUEVA ZELANDA	1	0	1	0:00:27	3.85%
TELEAMAZONAS	TURQUÍA	1	0	1	0:00:22	3.85%
TELEAMAZONAS	JAPON	3	0	3	0:06:47	11.54%
		26		26	0:07:09	100.00%

Elaboración propia.



Elaboración propia.

En el noticiero 26 horas de Teleamazonas se emitieron 24 noticias internacionales durante la transmisión de la semana compuesta, motivo del análisis. El mayor peso informativo es para las noticias generadas por Libia con el 19.23%, seguidas de Japón con el 11.54%. A continuación Argentina, Brasil, Colombia, Estados Unidos y un segmento de noticias de varios países en una sola nota que se les ha codificado como Internacional con el 7.69%. Los países con menor peso informativo internacional fueron: Dubái, Egipto, España, Indonesia, Inglaterra, Nueva Zelanda y Turquía con un porcentaje del 3.85%.

6.5 Fuente de información

La fuente de información es un punto muy importante en el tratamiento periodístico, para el comunicador que realiza diariamente la cobertura de los principales acontecimientos acaecidos en el país y en el mundo. Como dice Barros (2011) ninguna nota debería salir al aire sin tener la versión de las dos fuentes involucradas en la información. Eso es parte de la veracidad y la credibilidad que debe manejar el periodista y el medio de comunicación.

“Lamentablemente en los actuales momentos que el gobierno ha cerrado las puertas al periodista es cada vez más difícil el tener las dos versiones. Cuando no se ha logrado contrastar la información de manera adecuada, con locución en off se indica que insistentemente se solicitó entrevistas pero no fueron aceptados estos pedidos”.(Barros, 2011)

“Las fuentes de información, pues, son personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias. Esta información es de dos tipos: la que busca el medio a través de sus contactos y la que recibe a través de la iniciativa de distintos sectores interesados. La relación entre el medio y las fuentes es una de las más complejas y básicas de todo proceso de producción de noticias. Un medio sin fuentes es un medio muerto”. (Foncuberta, 1998, pág. 58. Citado en Ordóñez 2011).

Es importante puntualizar que dentro de las instituciones privadas se encuentran personas en general involucradas con la generación de la nota, abogados, ex alcaldes, ex funcionarios, etc. Dentro de las fuentes públicas están: Presidente de la República, Ministros y Secretarios de Estado, Fiscales, Asambleístas, Jueces, Contralor del Estado, Corte Suprema de Justicia.

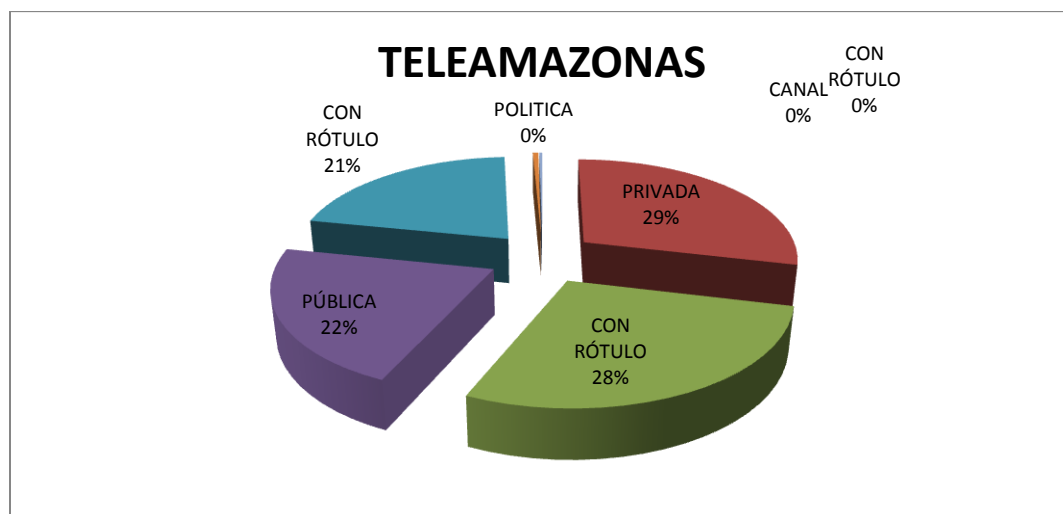
Dentro de la categoría partidos políticos se ha considerado a las personas bajo las cuales se encuentra el rótulo explicativo de a qué partido político pertenecen, no por desconocimiento del actor político sino por la poca o casi inexistente identificación que hacen los canales analizados.

Vamos a examinar el uso que se da a las fuentes de información en estos canales.

Cuadro No. 20 Fuentes de información: TELEAMAZONAS.

CANAL	PRIVADA	TIEMPO NOTICIA	CON RÓTULO	SIN RÓTULO	PÚBLICA	TIEMPO NOTICIA	CON RÓTULO	SIN RÓTULO	POLITICA	TIEMPO NOTICIA	CON RÓTULO	SIN RÓTULO
TELEAMAZONAS	117	0:16:50	114	3	88	0:06:26	86	1	2	0:00:10	1	0

Elaboración propia.

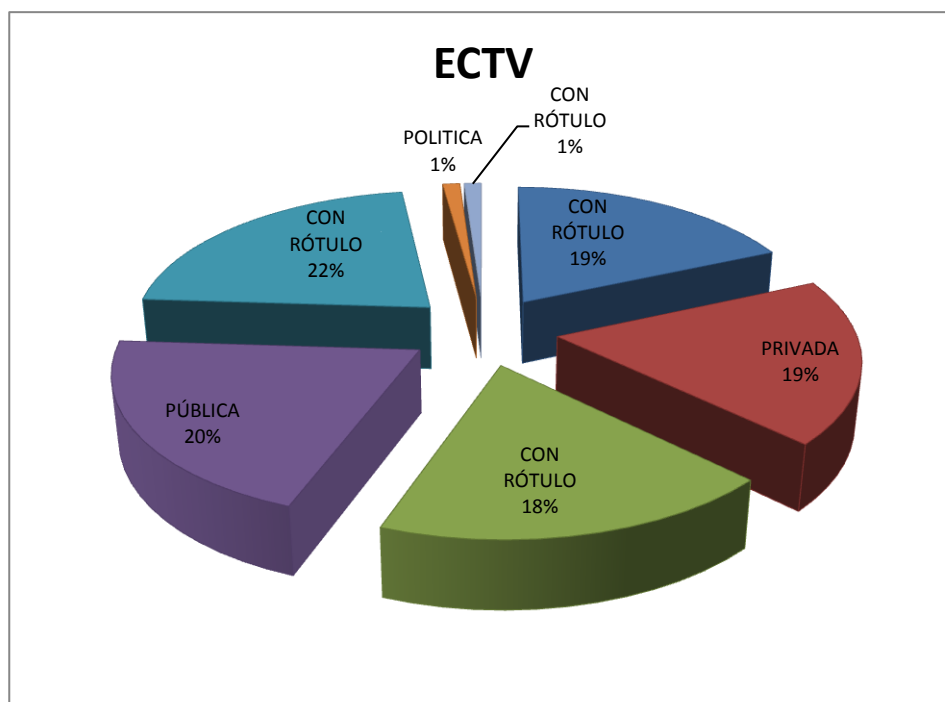


En la emisión del noticiero de Teleamazonas, se consultaron a 117 fuentes privadas con un tiempo total de 16 minutos y 50 segundos, mientras que las fuentes públicas son 114 con 6 minutos y 26 segundos. Aquí además se identifica la presencia de 1 fuentes políticas claramente rotulada.

Esto nos indica claramente que se cumple con la regla de confrontar las fuentes involucradas, cabe indicar que en cada nota generalmente se analizan 2 fuentes en la sección privada y dos o tres fuentes en la sección pública. Todo depende del contexto de la noticia.

Cuadro No. 21 Fuentes de información: ECTV.

CANA L	PRIVAD A	TIEMP O NOTICI A	CON RÓTUL O	SIN RÓTUL O	PÚBLIC A	TIEMP O NOTICI A	CON RÓTUL O	SIN RÓTUL O	POLITIC A	TIEMP O NOTICI A	CON RÓTUL O	SIN RÓTUL O
ECTV	104	0:25:00	102	1	113	0:35:43	121	1	6	0:00:42	6	0



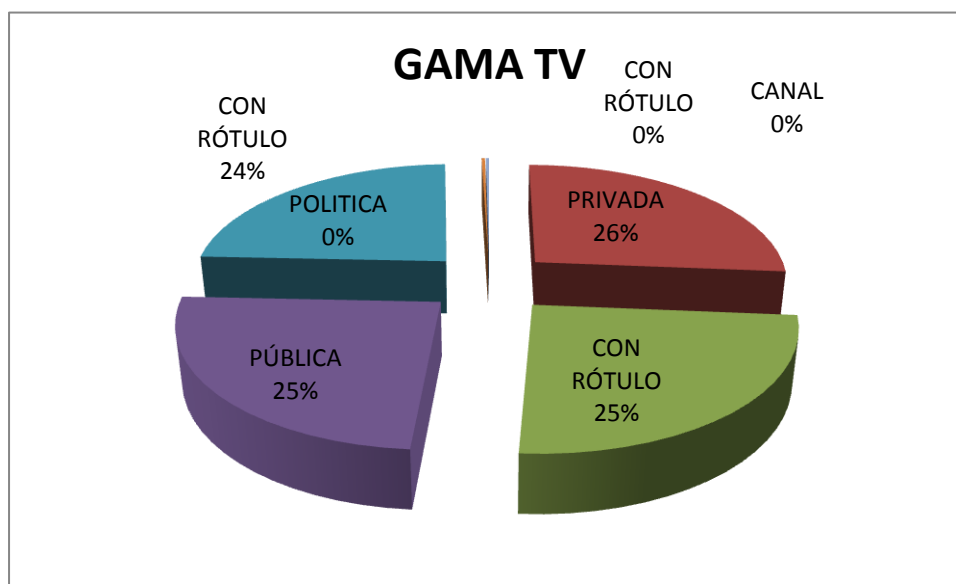
Elaboración propia.

En ECTV se consulta a 104 fuentes privadas con una duración total de 25 minutos y las fuentes públicas son 113 con una duración de 35 minutos con 43 segundos. Las fuentes políticas son 6 con una duración de 42 segundos. El número de fuentes consultadas en el sector privado como en el público es similar, lo que difiere es el tiempo de cobertura que se da a cada fuente existiendo 10 minutos y 43 segundos de diferencia.

Cuadro No. 22 Fuentes de información: GAMA TV

CANA L	PRIVAD A	TIEMP O NOTICI A	CON RÓTUL O	SIN RÓTUL O	PÚBLIC A	TIEMP O NOTICI A	CON RÓTUL O	SIN RÓTUL O	POLITIC A	TIEMP O NOTICI A	CON RÓTUL O	SIN RÓTUL O
GAM A TV	107	0:19:15	101	6	100	0:26:59	96	4	1	0:00:37	1	0

Elaboración propia.



Elaboración propia.

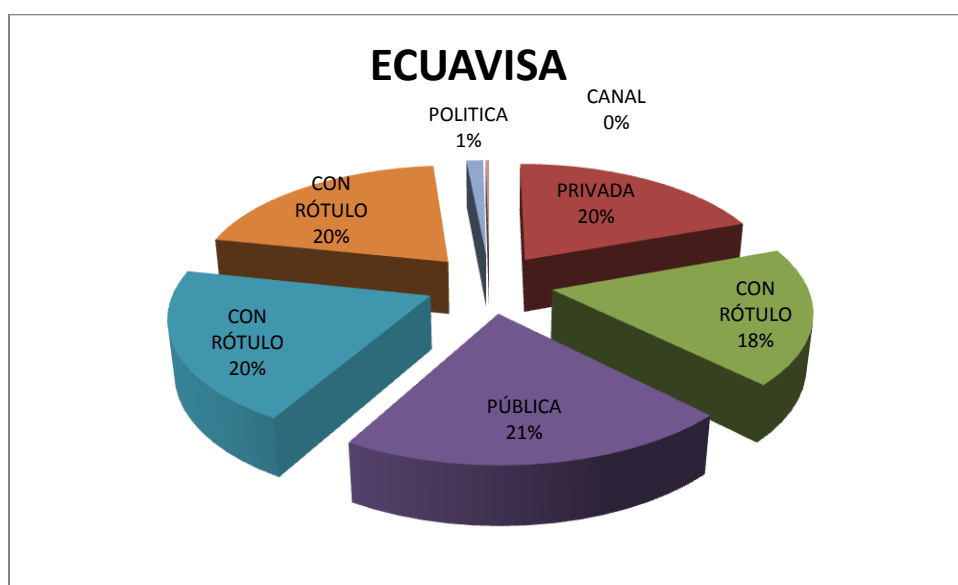
En Gama TV se consultan a 107 fuentes privadas con una duración de 19 minutos y 15 segundos, 100 públicas con una duración de 26 minutos con 59 segundos

cada una y 1 fuente política con duración total de 37 segundos, bien definida con rotulación de Alianza País.

Cuadro No. 23 Fuentes de información: ECUAVISA

CANAL	PRIVADA	TIEMPO NOTICIA	CON RÓTULO	SIN RÓTULO	PÚBLICA	TIEMPO NOTICIA	CON RÓTULO	SIN RÓTULO	POLÍTICA	TIEMPO NOTICIA	CON RÓTULO	SIN RÓTULO
ECUAVISA	77	0:10:08	72	5	82	0:04:10	80	2	5	0:01:34	1	0

Elaboración propia.

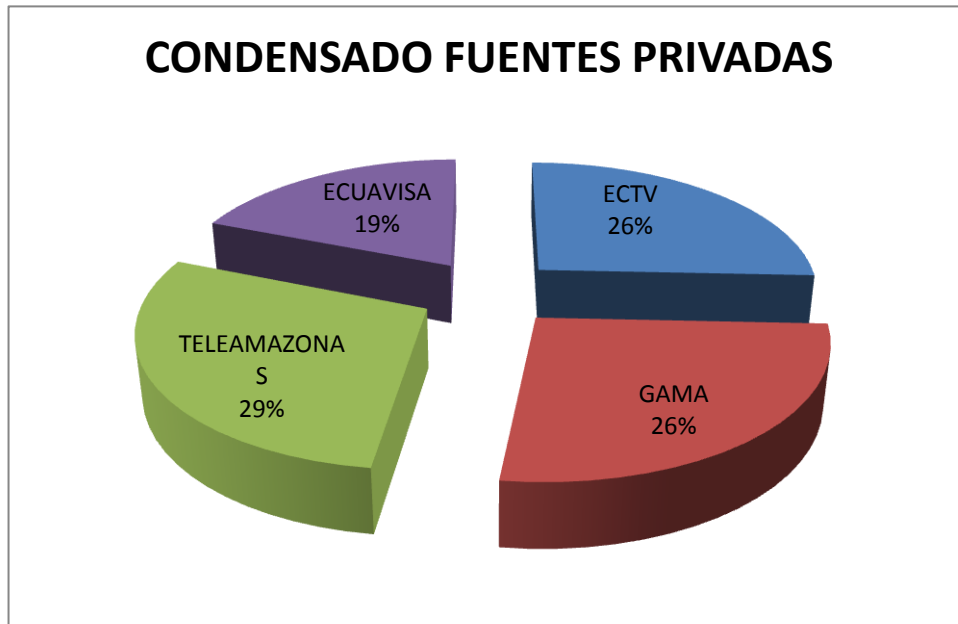


Elaboración propia.

En el noticiero de Ecuavisa, Televistazo, se entrevistaron 77 fuentes privadas con un total de 10 minutos 8 segundos, en contraposición a las 72 fuentes públicas entrevistadas con un total de 4 minutos 10 segundos. Aquí se identifica a 5 actores políticos y su intervención tiene una duración de 1 minuto 34 segundos.

A continuación se presenta un condensado comparativo de los canales analizados donde se puede apreciar el uso de fuentes.

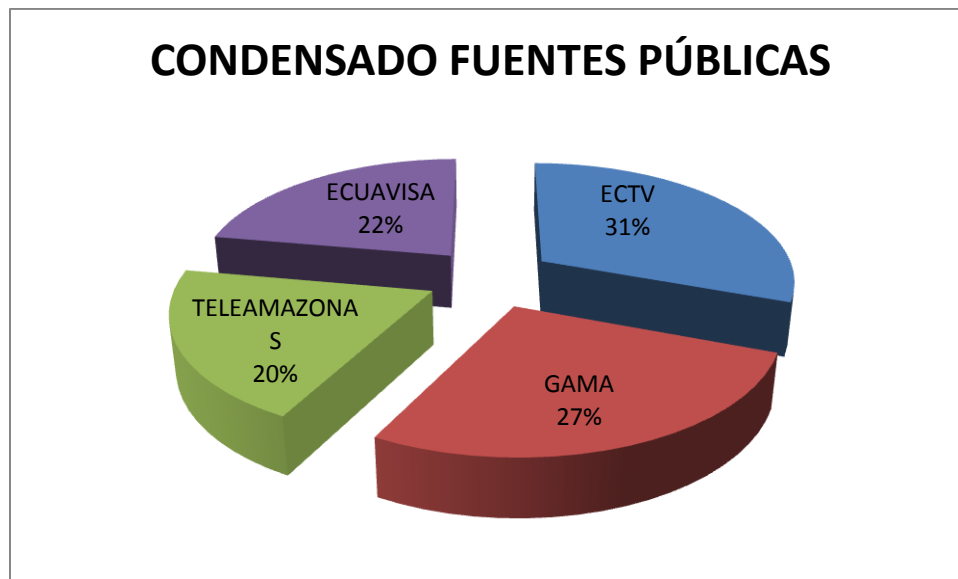
Cuadro No. 24 Condensado fuentes privadas



Elaboración propia.

Aquí se puede apreciar que Teleamazonas utiliza el 29% de fuentes privadas, mientras que ECTV y Gamata TV utilizan un 26%. Ecuavisa es el canal que menos fuentes privadas utiliza con un porcentaje del 19%.

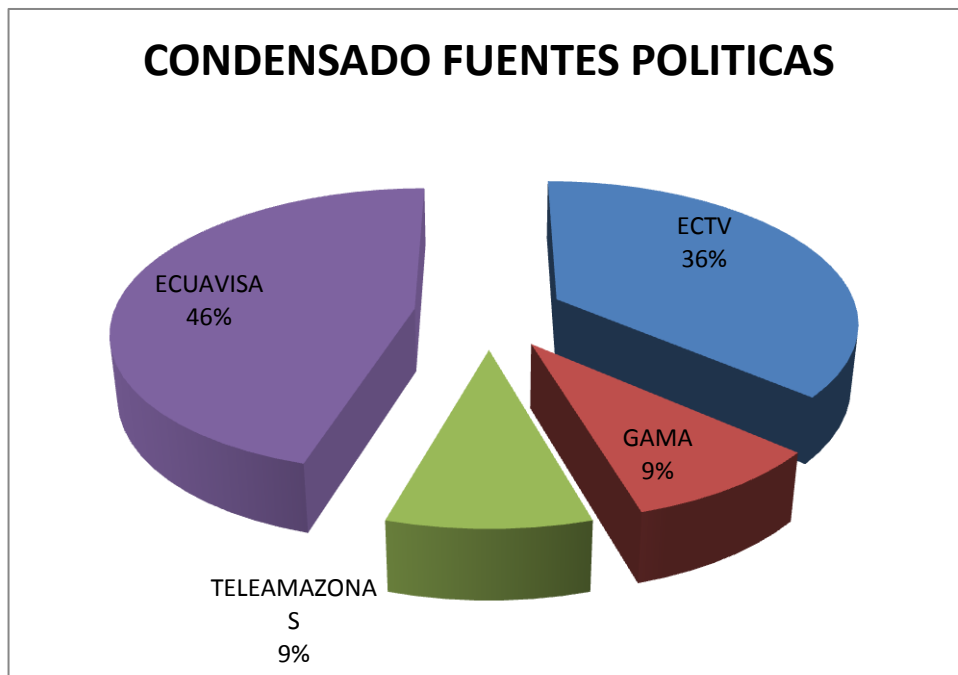
Cuadro No. 25 Condensado fuentes públicas



Elaboración propia.

El caso del uso de fuentes públicas ECTV tiene un mayor porcentaje en su utilización con un 31%, le sigue GamaTV con un 27%, en cambio los canales privados tienen menor porcentaje de utilización: Ecuavisa 22% y Teleamazonas con el 20%.

Cuadro No. 26 Condensado fuentes políticas



Elaboración propia.

En la utilización de fuentes políticas Ecuavisa con un 46% en la identificación de partidos políticos y ECTV con un 36%. GamaTV y Ecuavisa solo utilizan un 9%.

6.6 Producción informativa

Al hablar de producción informativa nos referimos a la capacidad que tiene un medio de comunicación de generar sus propias imágenes, esto se logra al tener un equipo periodístico que realiza la cobertura de la información. Esta investigación proporciona al público que observó el noticiero acceder a la información de primera mano sobre los acontecimientos diarios y tiene mayor valor que la que se toma de una agencia, en primer lugar porque se hace cobertura de lo que sucede en el territorio nacional mientras que las agencias generalmente emiten noticias internacionales.

De acuerdo a Alex Mora, los reporteros hacen su trabajo y en el transcurso del día, quien arma la escaleta, la pauta informativa es el productor o asistente de producción, hace una pre pauta y al final es el director quien lo aprueba, previo a la puesta al aire. En la sala de redacción se revisa el enfoque que debe tener ese reportaje y dan una guía o una pauta de lo que podría tener ese reportaje.

Freddy Barros indica que a cada reportero se le explica el tema que tiene, el enfoque que se dará a la noticia, las fuentes que se van a tratar y ellos, igualmente, si tienen inquietudes las preguntan.

Menciona que el tratamiento que se hace con la noticia depende de la trascendencia y del impacto, de la proximidad que tengan con el televidente, de la coyuntura y del impacto político.

Jorge Melo de Teleamazonas, señala que hay cosas específicas que a la gente le interesa mucho como es el caso de la seguridad, la economía esos son los temas que quieren ofrecer.

Cuando habla de la selección las imágenes que estarán presentes en la nota periodística, señala que los reporteros gráficos, en este caso los camarógrafos, no

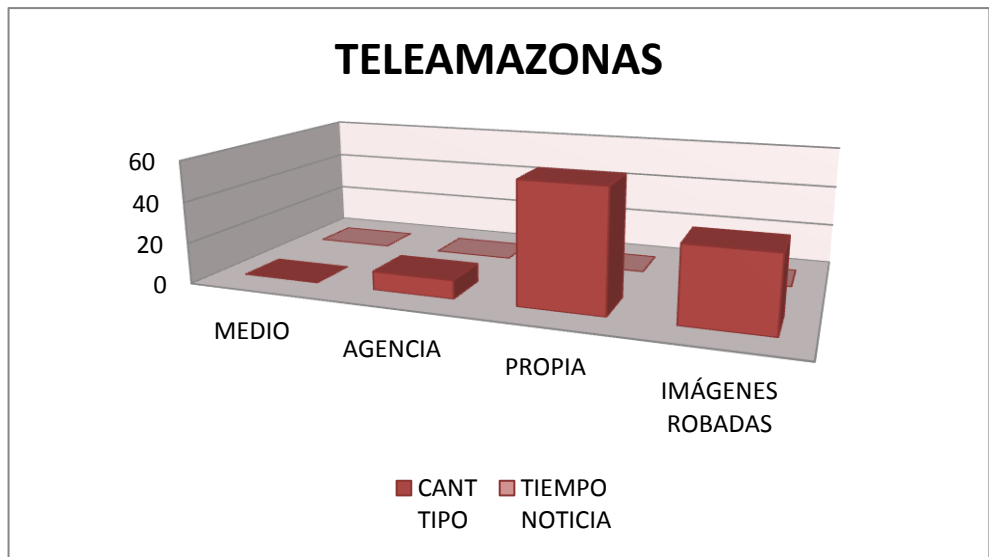
salen con una sola idea de la toma que desean, ellos seleccionan la más adecuada para la nota que el periodista desea poner al aire.

En la ficha de análisis se ha colocado un segmento para dilucidar la producción informativa la misma que se ha dividido en cuatro rubros: generación propia, agencia internacional, o de un medio ya sea nacional o internacional.

Cuadro No. 27 Producción informativa: TELEAMAZONAS

CANAL	TIPO	CANT TIPO	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
TELEAMAZONAS	MEDIO	0	0:36:47	0,00%
TELEAMAZONAS	AGENCIA	9	0:35:05	18,71%
TELEAMAZONAS	PROPIA	58	1:25:00	43,17%
TELEAMAZONAS	IMÁGENES ROBADAS	36	0:49:37	25,90%
		105	3:26:29	100,00%

Elaboración propia.



Elaboración propia.

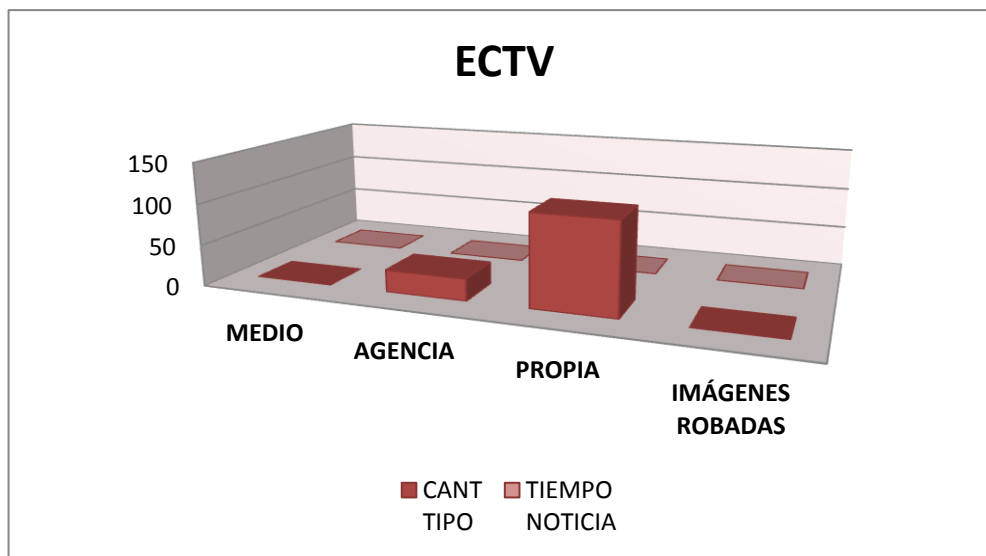
En el noticiero emitido por Teleamazonas podemos ver que de las 105 informaciones emitidas en los noticieros de la semana compuesta, 58 son realizadas por el equipo de Teleamazonas, lo que nos indica que el 43.17% es generación propia, mientras que 9 noticias son tomadas de una agencia internacional, llegando a un

porcentaje del 18.71%. En cuanto a imágenes que toman de otros medios de comunicación el porcentaje rebasa al de las agencias internacionales con 36 y un porcentaje del 25.90%.

Cuadro No. 28 Producción informativa: ECTV

CANAL	TIPO	CANT TIPO	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
ECTV	MEDIO	0	1:24:15	0.00%
ECTV	AGENCIA	27	0:39:36	19.57%
ECTV	PROPIA	111	2:02:24	80.43%
ECTV	IMÁGENES ROBADAS	0	0:00:00	0.00%
		138	4:06:15	100.00%

Elaboración propia.



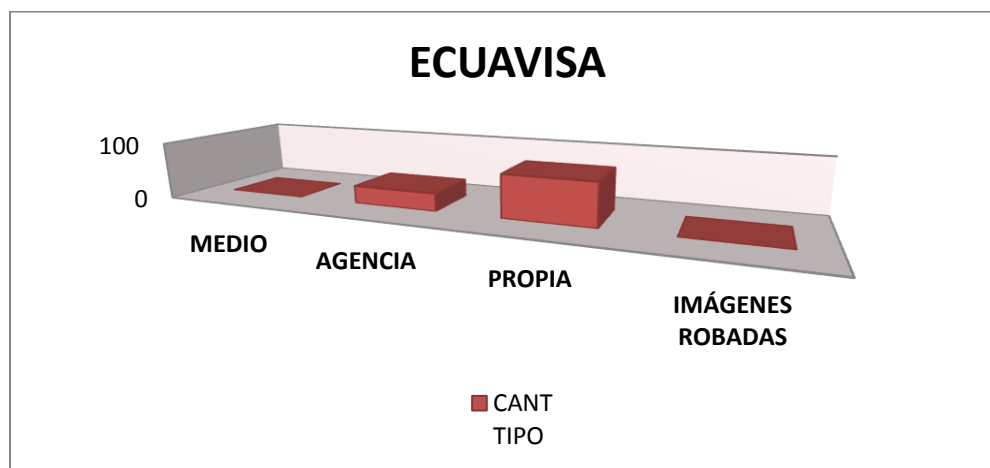
Elaboración propia.

En el noticiero de ECTV se emitieron 138 noticias, 111 de las cuales fueron producidas por el equipo de Ecuador TV, llegando al 80.43% la generación propia, mientras que se pusieron al aire 27 noticias internacionales, las mismas que fueron tomadas de las agencias, dando un porcentaje del 19.57%.

Cuadro No. 29 Producción informativa: ECUAVISA

CANAL	TIPO	CANT TIPO	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
ECUAVISA	MEDIO	0	0:31:44	0.00%
ECUAVISA	AGENCIA	31	0:41:12	29.52%
ECUAVISA	PROPIA	74	1:43:02	70.48%
ECUAVISA	IMÁGENES ROBADAS	0	0:00:00	0.00%
		105	2:55:58	100.00%

Elaboración propia.

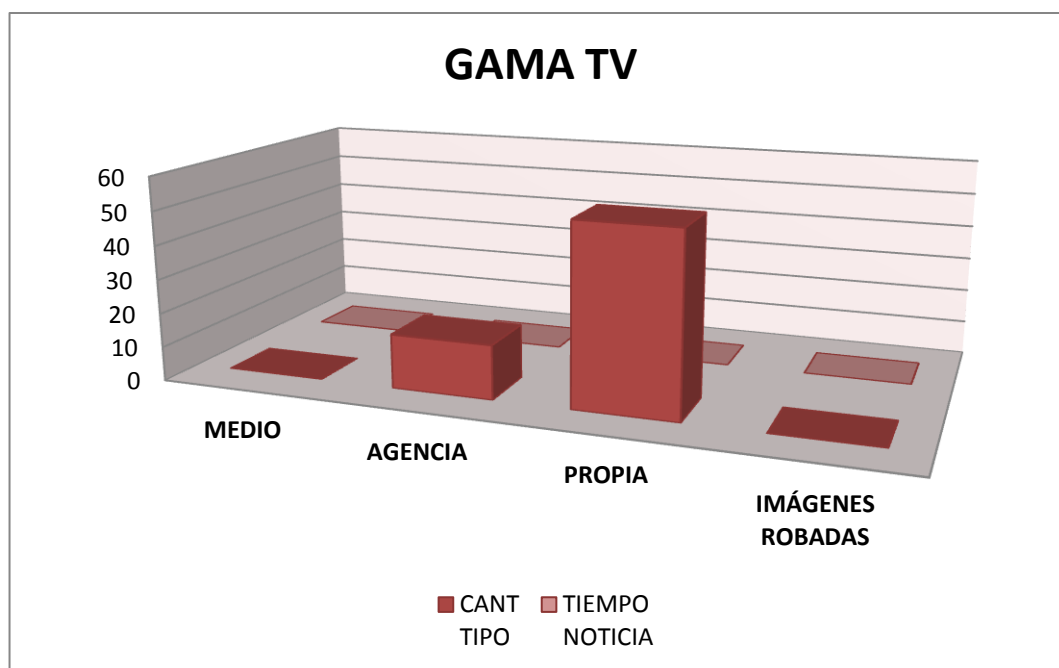


Elaboración propia.

En Ecuavisa durante el día analizado se emitieron 105 noticias, 74 de las cuales fueron realizadas por el canal, por lo cual el porcentaje para la generación propia alcanza el 70.48%, mientras que para la sección internacional se presentaron 31 notas periodísticas tomadas de las agencias internacionales, dando un porcentaje del 29.52%.

Cuadro No. 30 Producción informativa: GAMA TV

CANAL	TIPO	CANT TIPO	TIEMPO NOTICIA	PORCENTAJE
GAMA TV	MEDIO	0	1:13:09	0,00%
GAMA TV	AGENCIA	16	0:23:29	23,19%
GAMA TV	PROPIA	53	0:21:01	76,81%
GAMA TV	IMÁGENES ROBADAS	0	0:00:00	0,00%
		69	1:57:39	100,00%



Elaboración propia.

Gama TV presentó en el noticiero 69 notas informativas, 53 de las cuales fueron de generación propia con un porcentaje de 76.88%, mientras que en su segmento internacional se presentaron 16 informaciones, sumando un porcentaje del 23.19%.

Como conclusión podemos decir que el porcentaje de generación propia es muy alto, lo que determina que los canales analizados cuentan con una buena estructura organizativa dentro de las salas de redacción que les permite realizar coberturas de las noticias que son relevantes para la comunidad de manera oportuna.

6.7 Tratamiento de los géneros

Según Martínez Albertos, “podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva”²⁰.

²⁰ Martínez Albertos, José, Periodismo. Géneros, en obra colectiva Gran Enciclopedia Rial, Madrid, 1974, tomo XVIII. Cfr. Curso General de Redacción Periodística. Op. cit., p. 272. 2 Del Rey, Javier, Estatuto epistemológico de la redacción periodística, en Revista de Ciencias de la información, vol. 5, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 1988, p. 102.

En este contexto se puede decir que el periodista se expresa a través de un estilo y género propio de un lenguaje que está claramente diferenciado de otros lenguajes.

Su utilización permite reflejar de manera clara lo que aconteció en el desarrollo de un suceso y su interpretación, es decir la cobertura de la información generada y el comentario o la valoración que le da el periodista. En este contexto podemos decir que la noticia sería el género más objetivo, pues su función principal es la de presentar los hechos de manera veraz y objetiva, lo más cercana posible a la realidad.

“Los diferentes géneros informativos permiten ofrecer informaciones bajo otros estilos, que posibilitan un desarrollo y un tratamiento más profundo y más versátil de los temas que el que admiten las noticias estándar. Incluso algunos temas, debido a sus características o a su importancia extraordinaria, exigen un tratamiento especial que no puede circunscribirse a las limitaciones que impone el formato de una noticia estándar” (Soengas, 2003).citado en Ordóñez (2011)

En el estudio que estamos realizando sobre la emisión de noticias en los informativos estelares de ECTV, Gama TV, Ecuavisa y Telemazonas, se podría decir que los géneros más utilizados en un 90% son las noticias y el reportaje que ocupa el 10% de la emisión total de los noticieros.

En tal virtud, vamos a analizar la utilización de imágenes en la cobertura que realizan los medios televisivos, lo que le da su razón de ser, pues cuentan con equipos conformados por un reportero, un camarógrafo y un editor, quienes son los encargados de hacer la cobertura de noticias e ir a la sala de edición para utilizar las imágenes que creen más impactantes para el desarrollo de noticia dentro del tiempo establecido para

la puesta al aire de la misma, la elaboración del texto y la locución en off, lo que dejaría lista la nota periodística para su emisión al aire.

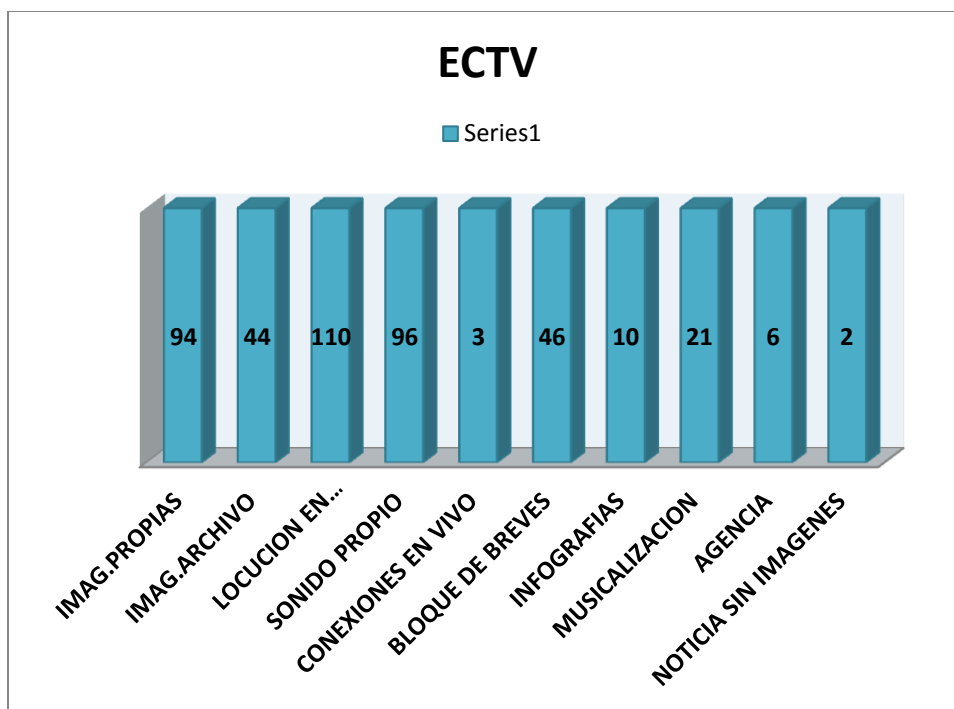
Cabe destacar que todos los canales analizados tienen equipos periodísticos, jefe de redacción, jefe de edición, director regional y director nacional y algunos cuentan con vicepresidente de Noticias.

Cuadro No. 31 Tratamiento de los géneros: ECTV.

Noticias

CANAL	TIPO	CANTIDAD TIPO
ECTV	IMAG.PROPIAS	94
ECTV	IMAG.ARCHIVO	44
ECTV	LOCUCION EN OFF	110
ECTV	SONIDO PROPIO	96
ECTV	CONEXIONES EN VIVO	3
ECTV	BLOQUE DE BREVES	46
ECTV	INFOGRAFIAS	10
ECTV	MUSICALIZACION	21
ECTV	AGENCIA	6
ECTV	NOTICIA SIN IMAGENES	2

Elaboración propia



Elaboración propia

Al realizar el análisis del tratamiento de los géneros del canal público ECTV, podemos decir que la utilización del 90 por ciento de la presentación de las notas periodísticas es generada por el equipo del canal. Se utilizaron 44 notas de archivo para explicar la emisión de la noticia y que el televidente tenga una mayor comprensión de las mismas. Todas las notas emitidas durante la semana compuesta motivo del presenta análisis tienen locución en off. De las agencias internacionales se tomaron 6 notas periodísticas. Se presentaron 46 titulares durante la semana compuesta analizada. Además hubo 3 conexiones en vivo, la mayor parte se las realizó desde la Corte Constitucional con la cobertura del análisis de la pregunta de la Consulta Popular y Referendo.

Es importante resaltar que se presentaron 2 noticias sin imágenes y el manejo de 10 infografías como parte explicativa de las notas periodísticas, 21 musicalizaciones, la mayoría utilizadas en la sección deportes con la tabla de posiciones del campeonato nacional.

Cuadro No. 32 Tratamiento de los géneros: GAMA TV.

Noticias

CANAL	TIPO	CANTIDAD TIPO
GAMA TV	IMAG.PROPIAS	92
GAMA TV	IMAG.ARCHIVO	33
GAMA TV	LOCUCION EN OFF	111
GAMA TV	SONIDO PROPIO	86
GAMA TV	CONEXIONES EN VIVO	7
GAMA TV	BLOQUE DE BREVES	37
GAMA TV	INFOGRAFIAS	9
GAMA TV	MUSICALIZACION	5
GAMA TV	AGENCIA	8
GAMA TV	NOTICIA SIN IMAGENES	1

Elaboración propia

Reportaje

REPORTAJE	CANT REPORTAJE
INVESTIGACION	1
IMÁGENES PROPIAS ACTUALES	1
IMÁGENES DE ARCHIVO	1
CONEXIONES EN VIVO	0
LOCUCION EN OFF	1
SONIDO PROPIO	1
INFOGRAFIAS	0
MUSICALIZACION	0
AGENCIA	0

En GAMA TV de igual manera la generación de imágenes propias alcanza un porcentaje del 90% de la cobertura realizada por el equipo del canal. Se utilizaron 33 notas de archivo para explicar la emisión de la noticia y que el televidente tenga una mayor comprensión de las mismas. 111 son las notas emitidas con locución en off. Las notas presentadas en el bloque de noticias internacionales se toman de las agencias internacionales en total 8 notas periodísticas. Se presentaron 37 titulares durante la semana compuesta analizada. Además hubo 7 conexiones en vivo. Como complemento de la noticia se presentaron 9 infografías, 5 notas periodísticas tuvieron musicalización de fondo, la mayor parte en las notas deportivas. Se presentó 1 noticia sin imágenes.

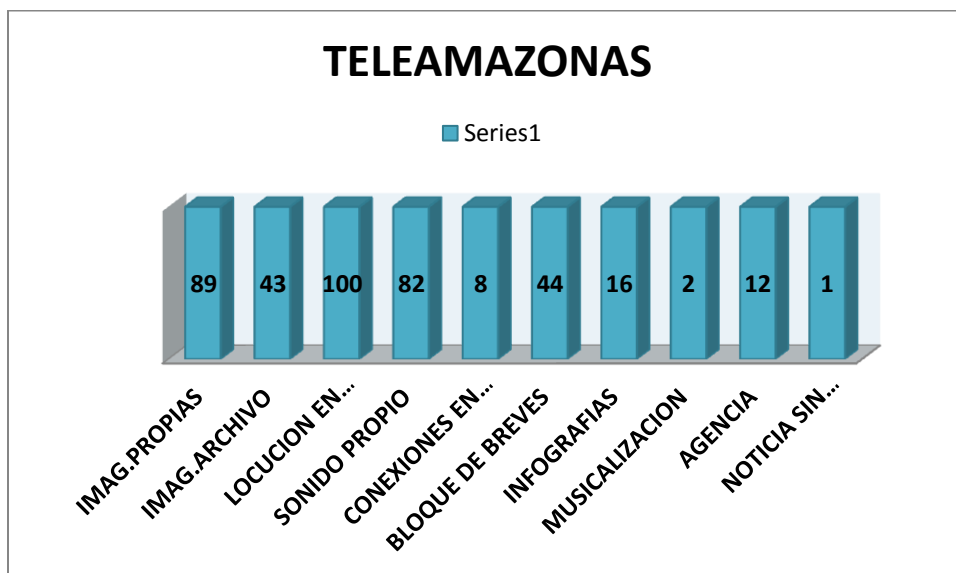
Se expuso un reportaje de investigación y fue sobre la reclusión en un centro mental de piel canela, paciente que tiene muchos años en dicha institución.

Cuadro No. 33 Tratamiento de los géneros. TELEAMAZONAS.

Noticias

CANAL	TIPO	CANTIDAD TIPO
TELEAMAZONAS	IMAG.PROPIAS	89
TELEAMAZONAS	IMAG.ARCHIVO	43
TELEAMAZONAS	LOCUCION EN OFF	100
TELEAMAZONAS	SONIDO PROPIO	82
TELEAMAZONAS	CONEXIONES EN VIVO	8
TELEAMAZONAS	BLOQUE DE BREVES	44
TELEAMAZONAS	INFOGRAFIAS	16
TELEAMAZONAS	MUSICALIZACION	2
TELEAMAZONAS	AGENCIA	12
TELEAMAZONAS	NOTICIA SIN IMAGENES	1

Elaboración propia.



Elaboración propia

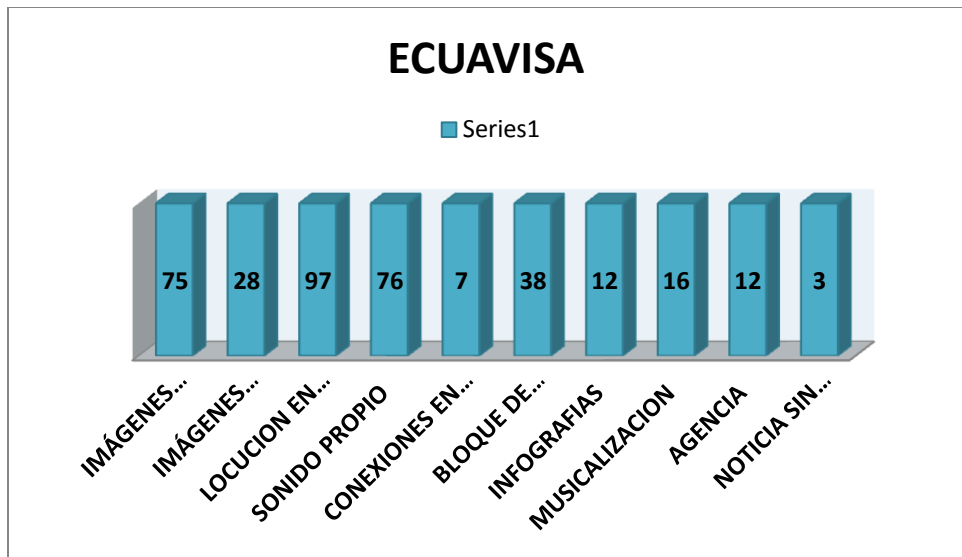
Teleamazonas es el canal que tiene el mayor número de notas en las que se utiliza 43 imágenes de archivo, imágenes propias 89. Todas las notas emitidas tienen locución en off que da un total de 100. 82 notas se emiten con sonido propio, mientras que se utilizan 12 imágenes de las agencias internacionales. Presentan 1 nota sin imágenes, 16 infografías y 2 notas con musicalización. Además se realiza 8 conexiones en vivo, en su mayoría con la cobertura de las preguntas de la consulta popular.

Cuadro No. 34 Tratamiento de los géneros: ECUAVISA.

Noticias

CANAL	TIPO	CANTIDAD TIPO
ECUAVISA	IMÁGENES PROPIAS ACT	75
ECUAVISA	IMÁGENES DE ARCHIVO	28
ECUAVISA	LOCUCION EN OFF	97
ECUAVISA	SONIDO PROPIO	76
ECUAVISA	CONEXIONES EN VIVO	7
ECUAVISA	BLOQUE DE BREVES	38
ECUAVISA	INFOGRAFÍAS	12
ECUAVISA	MUSICALIZACION	16
ECUAVISA	AGENCIA	12
ECUAVISA	NOTICIA SIN IMAGENES	3

Elaboración propia



Elaboración propia.

Ecuavisa genera 75 notas con imágenes propias, se utilizan 28 imágenes de archivo para ampliar de manera explicativa la información presentada. 97 notas tienen locución en off, 76 notas tienen sonido propio, mientras que toman 12 notas de agencias internacionales. 12 informaciones se presentan con infografía, en su mayoría del bloque deportivo con la tabla de posiciones y 3 notas sin imágenes.

Cabe resaltar que el género de reportaje es casi inexistente en la emisión de los noticieros estelares, durante la semana compuesta que se realizó el análisis solamente se presentaron 3 reportajes, uno realizado por Ecuavisa, uno por Teleamazonas y otro por ECTV.

6.8 Publicidad institucional y publicidad comercial

Una de las características principales que distingue a los medios públicos de los privados es el financiamiento. Mientras las televisoras privadas deben mantener altos ratings para que el pautaaje publicitario les resulte beneficioso para el pago de los gastos que genera un canal al aire, la televisión pública recibe fondos del Estado. En tal virtud, su prioridad no es el rating sino el atraer a los televidentes mediante programación que le resulte atractiva. Este es el motivo principal para hacer un análisis

de la publicidad emitida en los bloques informativos de cada uno de los canales analizados.

Este apartado se lo ha puesto como información complementaria de los noticieros emitidos, en cada bloque se presentan anuncios para permitir la separación de cada segmento. Sin embargo, este análisis nos permite tener una idea de las fuentes de financiación de los canales analizados.

Como la tesis de grado que se está presentando es de “Modelo Informativo de los noticieros estelares de medios de comunicación de gestión pública y privada: Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV”, nuestra investigación no se basa en la publicidad.

Se ha dividido en Publicidad Institucional que compila las obras realizadas por el gobierno así como los avances de los programas emitidos en el canal analizado. En el caso de ECTV la publicidad comercial no existe y se ha nombrado a los espacios que tienen entre bloque y bloque “publicidad institucional”.

En lo relativo a la publicidad comercial López García (2007, p.9) señala que: “La ley general de publicidad 34/1988 de 11 de noviembre define la publicidad como “toda forma de comunicación realizada por una persona física, jurídica, pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de muebles, inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”. En este contexto, hemos ubicado los comerciales que tienen por objeto la difusión de un producto de uso masivo, con el objeto de llamar la atención a los consumidores.

Cuadro No. 35 Publicidad institucional y comercial: TELEAMAZONAS

BLOQUE	PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	MINUTOS	PUBLICIDAD COMERCIAL	MINUTOS
1	10	0:05:00	13	0:05:41
2	10	0:04:50	12	0:05:25
3	2	0:01:04	14	0:05:49
4	0	0:00:00	0	0:00:00
5	0	0:00:00	0	0:00:00
6	0	0:00:00	0	0:00:00
	22	0:10:54	39	0:16:55

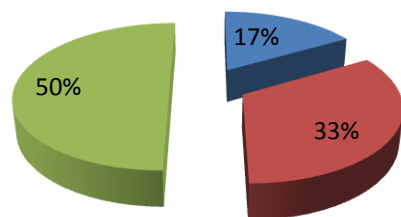
Elaboración propia.



Elaboración propia

TELEAMAZONAS PUBLICIDAD COMERCIAL

■ 1 ■ 2 ■ 3



Elaboración propia

Se realiza un condensado de la publicidad comercial exhibida durante la semana compuesta del 7 de febrero al 3 de marzo del 2011, y Teleamazonas en el primer bloque se transmite 10 propagandas, con una duración de 5 minutos, en el segundo bloque 10 publicidades institucionales con una suma total de 4 minutos 50 segundos y en el bloque 3 2 publicidades institucionales que suma 1 minuto 40 segundos.

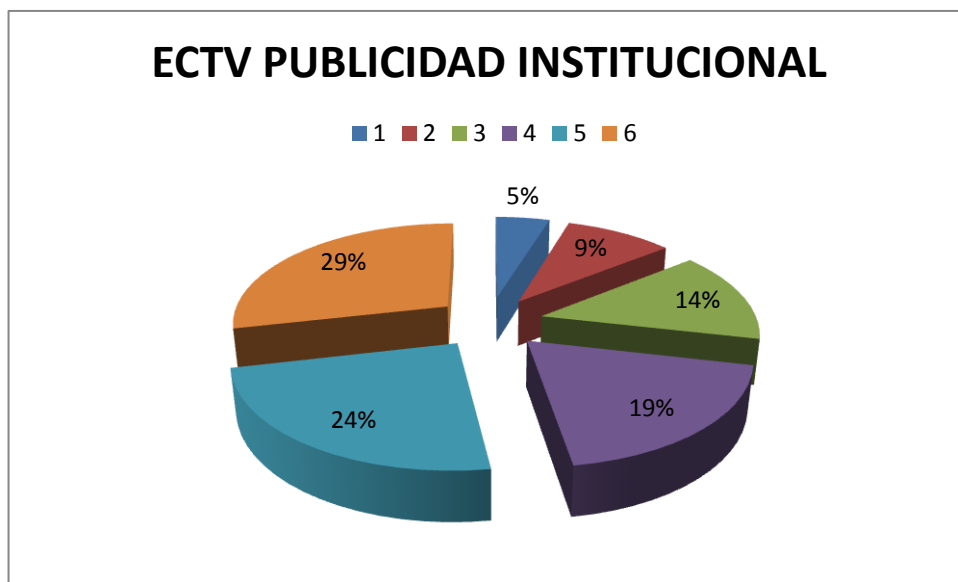
Mientras que se emite 13 publicidades comerciales en el primer bloque con una duración de 5 minutos con 41 segundos, 12 publicidades en el segundo bloque, con una duración de 5 minutos 25 segundos y en el tercer bloque 14 spots publicitarios con una duración total de 5 minutos 49 segundos.

La publicidad institucional se refiere a la programación de dicho canal, de manera especial novelas.

Cuadro No. 36 Publicidad institucional y comercial: ECTV

BLOQUE	PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	MINUTOS	PUBLICIDAD COMERCIAL	MINUTOS
1	15	0:08:22	0	0:00:00
2	12	0:09:29	0	0:00:00
3	9	0:05:47	0	0:00:00
4	1	0:00:29	0	0:00:00
	37	0:24:07	0	0:00:00

Elaboración propia.



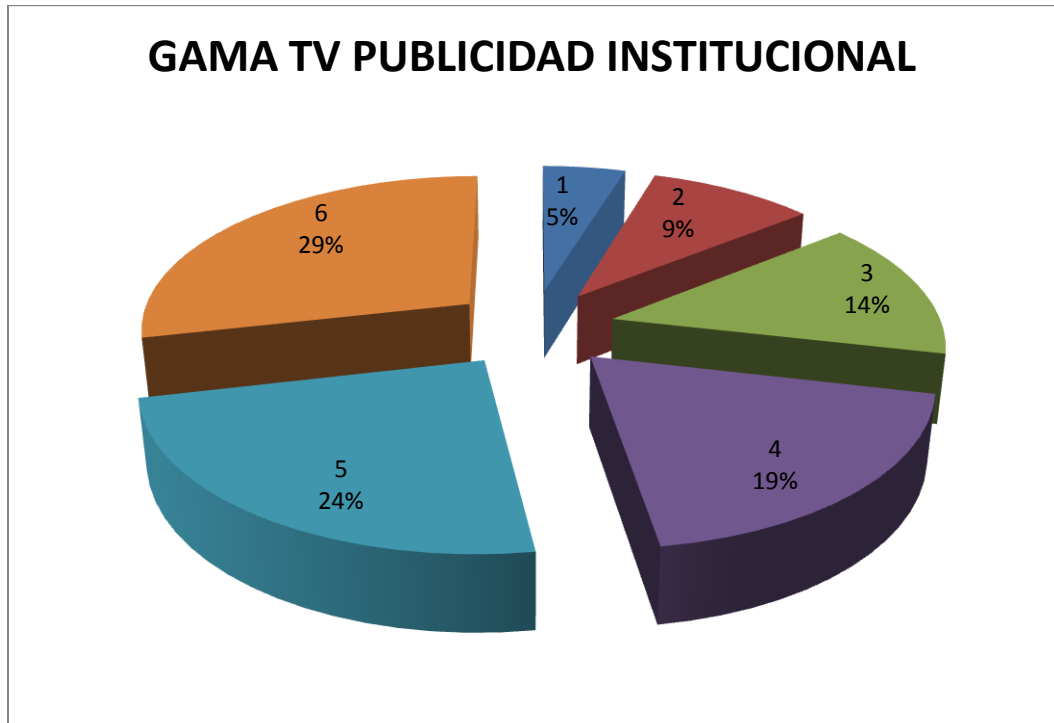
En el caso del canal público ECTV en el bloque 1 se emitieron 15 Publicidades institucionales con una duración total de 8 minutos 22 segundos. En el bloque 2 se emitieron 12 publicidades institucionales con una duración total de 9 minutos 29 segundos. En el bloque 3, 9 publicidades institucionales con una duración de 5 minutos 47 segundos y en el bloque 4, 1 con una duración de 29 segundos. Cabe destacar que el 80 por ciento de esta publicidad institucional es dedicada a los Ministerios de Estado y el 20 por ciento a los programas que se emiten en el canal.

Por recibir fondos públicos el canal analizado no emite publicidad comercial.

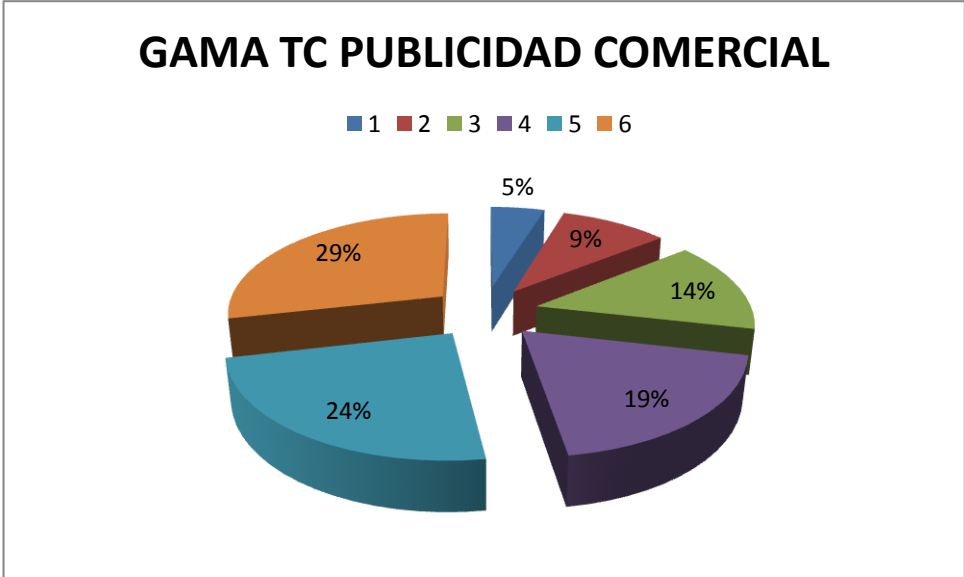
Cuadro No. 37 Publicidad institucional y comercial: GAMA TV

BLOQUE	PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	MINUTOS	PUBLICIDAD COMERCIAL	MINUTOS
1	16	0:11:17	24	0:08:33
2	8	0:03:41	18	0:07:10
3	11	0:07:38	19	0:08:15
4	11	0:05:19	19	0:10:27
5	8	0:06:09	17	0:05:12
6	1	0:00:36	1	0:00:22
	55	0:34:40	98	0:39:59

Elaboración propia



Elaboración propia



Elaboración propia

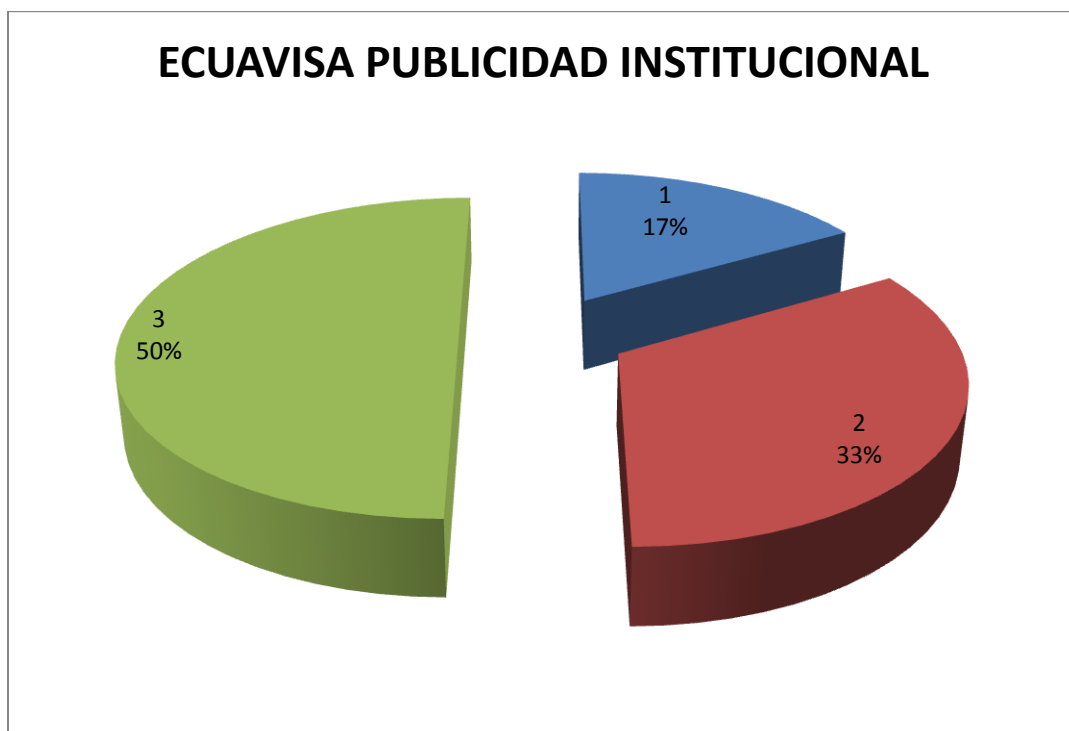
En Gama TV, a diferencia de otros canales, hay 6 bloques claramente definidos, en el bloque 1 se emiten 16 publicidades institucionales con una duración de 11 minutos 17 segundos y 24 publicidades comerciales con una duración de 8 minutos 33 segundos. En el bloque 2, 8 publicidades institucionales con duración de 3 minutos 41 segundos, 18 publicidades comerciales con duración de 7 minutos con 10 segundos. En el bloque 3, se presentan 11 publicidades institucionales con duración de 7 minutos 38 segundos y 19 publicidades comerciales con duración total de 8 minutos 15 segundos. El bloque 4 emite 11 publicidades institucionales con duración total de 5 minutos 19 segundos y 19 publicidades comerciales que suman 10 minutos y 40 segundos. En el bloque 5 se emiten 8 publicidades institucionales con 6 minutos y 9 segundos y 17 publicidades comerciales con 5 minutos 12 segundos. En el bloque 6 se emite 1 publicidad institucional con una duración de 36 segundos y 1 publicidad comercial con una duración de 22 segundos.

Aquí se presenta la publicidad de gobierno, publicidad de la programación del canal Gama TV y publicidad de casas comerciales. No se tiene ninguna información sobre cómo se realiza la cancelación del pautaje de gobierno, pero según fuentes extraoficiales uno de los pedidos del Gobierno es que los ministerios y secretarías de Estado debe pautar con el canal incautado.

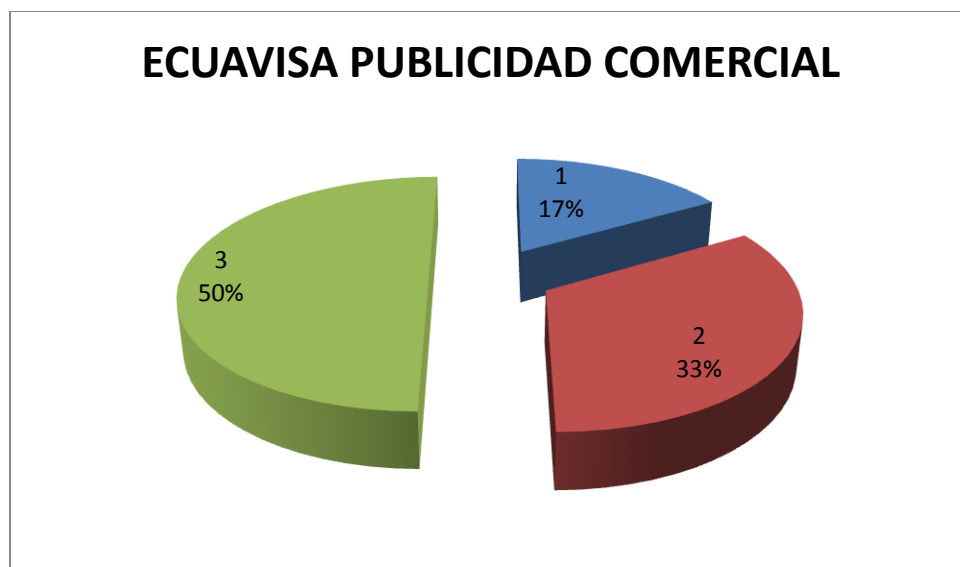
Cuadro No. 38 Publicidad institucional y comercial: ECUAVISA

BLOQUE	PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	MINUTOS	PUBLICIDAD COMERCIAL	MINUTOS
1	5	0:02:35	36	0:14:39
2	4	0:01:39	37	0:14:36
3	4	0:01:55	24	0:09:34
4	0	0:00:00	0	0:00:00
5	0	0:00:00	0	0:00:00
6	0	0:00:00	0	0:00:00
	13	0:06:09	97	0:38:49

Elaboración propia.



Elaboración propia



Elaboración propia.

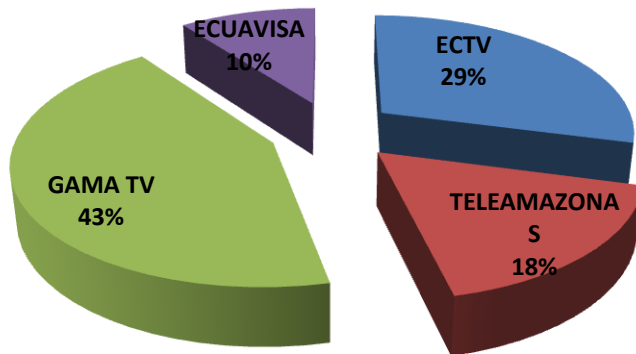
En Ecuavisa podemos diferenciar claramente el pautaaje que tiene la publicidad es así como en el bloque 5 se emite 1 publicidad institucional con una duración de 2 minutos 35 segundos mientras q se emite 36 publicidades comerciales con una duración de 14 minutos 39 segundos. En el bloque 2 se emiten 4 publicidades institucionales y se pone al aire 37 spots de publicidad comercial con una duración de 14 minutos y 36 segundos. En el bloque 3 se emiten 4 publicidades institucionales con duración de 1 minuto 55 segundos y 24 publicidades comerciales con 9 minutos 34 segundos.

Cuadro No. 39 Condensado canales de publicidad institucional

CANALES	PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	MINUTOS
ECTV	37	0:24:07
TELEAMAZONAS	22	0:10:54
GAMA TV	55	0:34:40
ECUAVISA	13	0:06:09
	127	1:15:50

Elaboración propia.

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL



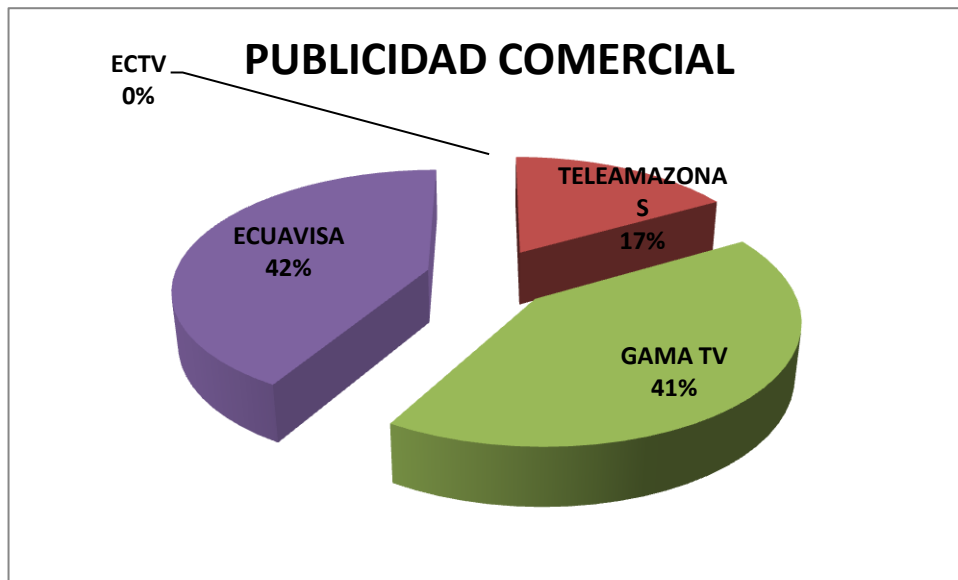
Elaboración propia

De acuerdo a la investigación realizada, Gama TV es el canal que tiene mayor emisión de publicidad institucional con 55 spots y 34 minutos 44 segundos, lo que da un 43%, le sigue ECTV con 37 publicidades institucionales con 24 minutos 7 segundos y un porcentaje de 29%, Teleamazonas en tercer lugar con 22 publicidades institucionales con 10 minutos 54 segundos y un porcentaje de 18% y Ecuavisa con 13 publicidades institucionales con 6 minutos y 9 segundos y un porcentaje del 10%.

Cuadro No. 40 Condensado canales publicidad comercial

CANALES	PUBLICIDAD COMERCIAL	MINUTOS
ECTV	0	0:00:00
TELEAMAZONAS	39	0:16:55
GAMA TV	97	0:39:59
ECUAVISA	97	0:38:49
	233	1:35:43

Elaboración propia



Elaboración propia

En la publicidad comercial se puede visualizar que Ecuavisa emitió 97 spots con un total de 38 minutos y 49 segundos, ocupa el primer lugar con un 42%. Le sigue Gama TV con 97 spots y 38 minutos con 49 segundos con un porcentaje del 41%. Teleamazonas emite 39 comerciales con 16 minutos 55 segundos y 17%. Aquí existe una variación pues ECTV tiene el 0% en emisión de publicidad comercial.

Si se mantiene la teoría de que los clientes pautan en el horario triple A con los canales de televisión que tienen el mayor rating se puede deducir que por la cantidad de publicidad pautada es Ecuavisa.

CAPÍTULO VII : ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

7.1 Contenido de las noticias

Para realizar el análisis comparativo de los canales, es necesario tener una visión clara de cómo se realizan las coberturas por áreas.

En Gama TV Carlos Ochoa, director de noticias, indica que: “el país es eminentemente político, sobre todo para el serrano, el costeño no tiene un interés grande en el área política”. Sin embargo, resalta que si se debe analizar una estructura se podría decir que el 60% de los noticieros nacionales son de política, 30% de crónica roja y 10% de misceláneos.

Sin embargo, a pesar de lo señalado por el director de noticias de Gama TV, los resultados analizados en la semana compuesta arrojan otros resultados. La mayor cobertura fue en el área social con el 41.88%, pero hay que tener en cuenta que en este mes recrudeció el invierno y la muerte de los neonatos en los centros de salud pública tuvieron una cobertura mayor que las noticias políticas.

En cambio Freddy Barros, jefe de redacción de ECUAVISA, dice que: “no han llegado a determinar cuál es el porcentaje por áreas, pero la mayor proporción son política”.

Alex Mora, director de noticias de ECTV, menciona que ellos posiblemente le den un espacio especial a la gestión gubernamental, pero desde un enfoque positivo en las obras que desarrollan, “No como una obligación sino como un deseo por dar espacio a esas noticias que tal vez no tienen cabida en otros medios”.

Jorge Melo director regional de noticias de Teleamazonas, manifiesta que en televisión es un poco complicado mantener porcentaje por áreas porque no se tiene un reportero específico o definido por cada área, a pesar de que siempre se le asigna en base a la experiencia. “Siempre nos manejamos con el tema de las imágenes y ahí puede marcar el porcentaje”

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los directivos de los medios de comunicación analizados, se pudo deducir que el noticiero estelar en un porcentaje mayoritario tiene contenido político.

Sin embargo, al realizar este estudio el resultado obtenido indica que el mayor peso informativo se encuentra en el área social. Esto no quiere decir que el dato proporcionado por ellos sea errado.

Debemos considerar que en los meses de esta investigación existen temas trascendentales que influyeron en el interés social de las noticias.

En primer lugar el recrudecimiento del invierno en el Ecuador, lo que derivó en inundaciones de grandes proporciones con un número significativo de damnificados, hechos que tuvieron una mayor cobertura a nivel nacional.

En segundo lugar el caso de la muerte de los neonatos en distintas casas de salud pública en las ciudades de Loja, Chone y Guayaquil. Esta nota tuvo su inicio por la denuncia en el cuidado de infantes en el área de cuidados intensivos del Hospital de Santo Domingo de los Tsáchilas, los neonatos fueron encontrados en cajas de cartón en lugar de cunas térmicas.

En tercer lugar y posiblemente la noticia más importante por el impacto a nivel internacional fue la del terremoto y posterior tsunami en Japón y su incidencia en las costas ecuatorianas. Este hecho tuvo total cobertura en las emisiones estelares del 3 de marzo, con conexiones en vivo desde las diferentes playas del Ecuador.

Es importante resaltar la cobertura realizada por Ecuador TV que ese día no se emitió un noticiero sino que se hizo una cobertura ininterrumpida con la presencia del presidente del Ecuador, Rafael Correa y los diferentes expertos en el tema.

7.2 Conducción de los noticieros: presentadores.

En cuanto a la presentación de los informativos y el manejo que los anchor dan el resumen previo a la puesta al aire de la noticia, se pudo observar que existen diferencias entre los canales.

De acuerdo a nuestro criterio Ecuavisa tiene presentadores con una larga trayectoria en el noticiero estelar. Este es el caso de Alfonso Espinosa de los Monteros, quien cuenta con una experiencia de 40 años en este medio cumpliendo diversas funciones, como director de noticias, moderador de programas de opinión y actualmente como vicepresidente de noticias. Se le reconoce su objetividad, respeto y credibilidad en su trabajo periodístico. Sin embargo, dentro del informativo se puede visualizar que existe un espacio en el cual el emite su opinión sobre los temas que él considera más controversiales o los que en ese momento son los que llaman la atención de la ciudadanía.

Aquí es preciso hacer un paréntesis y mencionar a un referente periodístico como fue Walter Cronkite,²¹ y que fue, a juicio de muchos, no solamente el ícono por excelencia del periodista televisivo sino el estadounidense más creíble.

²¹ Walter Leland Cronkite (*junior*) (4 de noviembre de 1916, Saint Joseph, Missouri, Estados Unidos - † 17 de julio de 2009, Nueva York, Estados Unidos) fue un periodista y presentador de noticias televisivo estadounidense.

El construyó su credibilidad porque según dicen las personas que lo conocieron, el “hablaba para su nación, pero como era la más importante del mundo, pudo establecer muchas cosas para las demás: la fuerza dramática de los noticieros estelares, la informalidad de los mañaneros, las entrevistas de actualidad con factor humano. Fue, por su fama y credibilidad, la conciencia de Estados Unidos, y por eso reportó por igual a demócratas y republicanos”.

Esta fama, construida a base de su credibilidad individual, le permitió desplegar sus dotes de extraordinario comunicador en temas tan cruciales para la historia reciente de la humanidad, como opuestos en su tratamiento informativo y en la problemática que expresaban, tales como los eventos de la Segunda Guerra Mundial, los juicios de Nuremberg, la guerra de Vietnam²², el asesinato de John F. Kennedy, la llegada del Apolo 11 a la Luna, la casi tragedia del retorno a la Tierra del Apolo 13 y el escándalo Watergate, entre otros muchos. Y todo esto con la capacidad de incorporar un perfecto equilibrio entre objetividad, emotividad, prudencia, serenidad y aplomo, simultáneamente y nada menos que en la televisión en vivo y alcanzando cúspides insuperables de rating para los estándares de su época.

En el Ecuador hasta el momento no existe un periodista con la trayectoria y credibilidad de Walter Cronk, pero se puede decir que de los presentadores de los noticieros de televisión posiblemente el que más se acerca a esta definición es Alfonso Espinosa de los Monteros.

Comparte la presentación del estelar con Teresa Arboleda, quien tiene una trayectoria de casi 30 años en dicho medio. Su presencia distinguida, junto con una

²² En un comentario editorial sobre la Guerra de Vietnam, expresado en el noticiero de la CBS, Cronkite en los siguientes términos: “La única salida racional será negociar no como vencedores, sino como gente honorable y consecuente con su defensa de la democracia y que hizo lo mejor que pudo” (Cronkite, Walter. *A Reporter’s Life*. Alfred A. Knoff Publisher, Nueva York, 1996). Este comentario provocó que el propio Presidente Lyndon Johnson, dijo que si perdía a Cronkite, perdía a la clase media. Tal era la dimensión de su credibilidad e influencia.

buena vocalización es la dupla adecuada que les permite mantenerse tantos años en la preferencia del público.

En Ecuador TV los presentadores son Alex Mora, director de noticias, María Fernanda Suasnavas, en Quito y Mariuxi Moreno desde Guayaquil. A pesar de ser un noticiero de reciente creación su presentación es organizada y dinámica.

Teleamazonas lo conduce Milton Pérez, periodista con larga trayectoria en la cobertura de eventos, como anchor tiene poco tiempo. Le acompaña Diana León, ex reina de Guayaquil. Si comparamos estos presentadores con los de Ecuavisa, predomina la experiencia de estos últimos.

Aquí resalta la incursión reciente de Diana León en los noticieros, pues le hace falta pulir un poco más su vocalización para que su presentación sea más clara.

Gama TV cuenta con su director de noticias, Carlos Ochoa desde la ciudad de Quito y Viviana Arosemena, desde Guayaquil. Carlos Ochoa tiene una larga trayectoria en la cobertura de noticias. Se estreno como Director de Noticias desde este gobierno, empezó en Ecuador TV y luego paso a formar parte del staff de Gama TV.

De igual manera Viviana Arosemena tiene una trayectoria importante en los medios de comunicación, se inicia en Ecuavisa con un programa de variedades y luego incursiona en la presentación de los noticieros. Cuando decide dejar Ecuavisa se vincula a Gama TV en la presentación de noticias.

De los canales analizados, el único que presentó la guía editorial es Ecuador TV, eso rige su trabajo diario.

7.3 Tratamiento de las imágenes

En la emisión de las noticias, es notorio el mayor peso que se da a las imágenes, dejando al reportero un pequeño espacio para la explicación de la información, con un tiempo máximo de 10 segundos en su presentación.

A pesar de que la mayor parte de noticias políticas se genera en Pichincha, esta provincia no tiene mayor relevancia en la cobertura informativa. Llama la atención en este análisis que después de las noticias nacionales, las que mayor peso informativo tienen son las de Guayas. Se puede deducir que esta incidencia es por la trascendencia de la información.

7.4 Responsabilidad social

El papel del periodista es fundamental en el progreso del país. El deberá aplicar su responsabilidad social en la construcción de la confianza y veracidad en el desarrollo de su trabajo. En tal virtud, se debe vincular con las tareas del Estado y las políticas públicas, que permitan hacerle conocer los objetivos sociales hacia el desarrollo nacional. Por lo que debe transmitir a los receptores una imagen veraz, oportuna y completa.

La responsabilidad social de los medios de comunicación es amplia en un país que necesita crecer en todos los ámbitos, especialmente en el cultural, por lo tanto la televisión no solo es informativa sino formativa por lo que es importante una mejor selección de contenidos.

El mayor papel en el desarrollo por parte del comunicador social es el que se relaciona con su responsabilidad social y por lo tanto con la construcción de la confianza. Una pieza fundamental que relaciona estos propósitos con el rol comunicacional se demuestra en su capacidad de vincular la tarea del Estado, que se

realiza a través de políticas públicas, con los objetivos sociales que se deben orientar al desarrollo. Esto debido a que el Estado es una figura de mucha presencia, bajo cualquier circunstancia, en el proceso de desarrollo de cualquier país.

¿Hay entonces una responsabilidad social del medio de comunicación? La función del medio, más que sólo informar, incluye responsabilidad con la sociedad.

Principalmente la información debe ser veraz, completa y oportuna, Por tanto, la primera responsabilidad, respecto a la sociedad, es la de transmitir veracidad de contenidos, incorporando información completa para el receptor de dicha información y teniendo en cuenta que llegue a tiempo al público destinatario. Si se disfraza la realidad, se transmiten medias verdades o se hace llegar tarde, estará actuando fuera de su responsabilidad con la sociedad.

Los medios analizados utilizan las fuentes de acuerdo al contenido que tienen las noticias. Sin embargo, no siempre se da el mismo tiempo a cada fuente, lo que denota su línea editorial.

Otro componente es la defensa de intereses territoriales. Como territoriales definimos los intereses relativos a una comunidad en un espacio geográfico determinado. Este interés puede ser local, provincial o nacional. Ya que el deber del medio está influenciado directamente por el entorno en el que éste se desenvuelve, parte de su responsabilidad es con esa misma comunidad.

Parte de la responsabilidad de los medios es estimular las buenas políticas y frenar a las malas, indicando en el primer caso a los miembros de la sociedad y del Estado para proseguir en su implementación, y, en el segundo, al gobierno para cambiar y/o afinar sus políticas.

Un tema que es muy importante es el de la sensibilidad social donde lo subjetivo es casi todo. La sensibilidad social es la tendencia del medio a

comprometerse con las causas de los más necesitados cuya orientación se basa en atenuar o aliviar las consecuencias de su precariedad económica con el afán de lograr su bienestar.

Sin embargo la responsabilidad social los medios de comunicación es mucho mas amplia, tiene que ver con el manejo objetivo de los instrumentos que tienen a su cargo.

La interrogante en el manejo de los noticieros es si el tratamiento de la informacion en los noticieros es o no propositiva. Al brindar este espacio a las personas para denuncias sobre cosas cotidianas, el analisis es si es pertinente o contraproducente el dar esos espacios en la forma que lo estan dando, es propositivo par el bienestar de la sociedad?. Muchas veces al abrir el espacio entrevistas es dar una informacion sesgada o muchas veces no ponen un ounto positivo en el bienetar de lasociedad o criticas mas profundidad el sistemas, sino que tratan e orientar a las personas para que tomen partido en una u otra tendencia.

Es importante que la juventud puedan creer en el sistema político y en valores de una sociedad política, a pesar de que esta es desacreditada desde los medios de comunicación con afirmaciones negativas acerca de lo que representa ese sistema político.

PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

¿Qué papel juegan los noticieros de televisión en la formación y transformación de la opinión pública?

Los noticieros de televisión juegan un papel importante en la formación de la opinión pública. En este punto volvemos a citar a Miralles (2001) “El poder de los medios de comunicación es realmente el que se ha llamado primer nivel de la agenda setting: decirnos sobre que pensar, mas no como pensar sobre estos temas” (...). En el

Ecuador los medios de comunicación presentan en la palestra pública los temas que consideran de mayor trascendencia y dejan a libre albedrío para la transformación de la opinión pública. Sin embargo, inducen a través de las imágenes, la importancia, la secuencia y hasta la redacción de la noticia, de lo que ellos quisieran que el público piense.

Mora (2011) indica que día a día se van definiendo las temáticas con lo que los compañeros van trabajando, también existen cosas que están puestas en la agenda de manera obligatoria, por las invitaciones que tienen a ruedas de prensa y eventos y ellos lo van definiendo de acuerdo a la importancia.

Ellos piensan que el enfoque debe ser ciudadano, pues cada hecho tiene un impacto en un grupo de personas, en mayor o menor escala, pero que al emitir una noticia siempre existe un grupo afectado por una decisión de la misma noticia, Lo que buscan es romper esa estructura jerárquica que empieza en la autoridad y termina en el ciudadano.

No solo Rincón y Estrella (2001) dicen que: “Los mensajes por televisión tienen alto potencial de impacto cuando toman en cuenta las audiencias, sus gustos, expectativas y necesidades, así también cuando cuentan una historia, dejan de lado los datos técnicos y usan el lenguaje audiovisual de manera afectiva y estructuran narrativamente una idea”.

Sin que sea tema principal de la investigación pero si como un tema complementario, se observó la emisión de dos cadenas sabatinas del Presidente de la República y se visualizó que desde este espacio se construye la agenda setting de los medios, ya que son los temas que tienen mayor cobertura durante la semana siguiente. Se pudo evidenciar que el o los temas que el Presidente pone en la palestra pública en la sabatina, son los temas que tienen mayor cobertura de los medios en la semana siguiente, además de ser los argumentos que los ciudadanos sacan a relucir en su conversación diaria.

En tal virtud, se puede decir, sin lugar a dudas que los noticieros de televisión juegan un papel importante en la formación de la opinión pública y este manejo es aprovechado por el equipo de comunicación del Presidente no solo en la cadena sabatina, sino en el resumen que dan los días lunes a las 8 de la noche, antes de iniciar el noticiero.

¿Qué diferencias existen entre los canales de televisión públicos y privados en el tratamiento informativo?

La diferencia está en el enfoque dado a cada información, en las empresas privadas presentan la noticia relevando la falencia de las instituciones públicas, mientras que en el canal público e incautado, tratan de resaltar de manera positiva al trabajo realizado por el Estado.

PRIVADOS	PÚBLICOS
En el caso del canal privado tienen problemas en la configuración de las entrevistas, los actores gubernamentales, no acuden a las entrevistas solicitadas por los medios y en lo posible no dan declaraciones	Los canales públicos tienen mucha apertura con los funcionarios de gobierno pero se les cierran las puertas con los actores políticos o sociales al considerarles gobiernistas lo que afecta al equilibrio y contraste de la información
Al contrario de lo que sucede en Teleamazonas pues los periodistas cubren las notas indistintamente, salvo en el caso de la presidencia de la república que por la coyuntura del momento deben tener mucho cuidado en el periodista que hace la cobertura, quien debe tener mucha experiencia	En ECTV tienen una reportera que es muy cercana a lo social y periodistas que están muy ligados al tema político, ellos saben cómo se van desarrollando.
<u>Área técnica</u> , como en el caso de Ecuavisa que tiene un sistema para escribir los libretos y armar el rundown que es el libreto del noticiero. Ahí se detalla el orden en el que han a ir las noticias y como está estructurado el	Tienen equipos modernos, les permite hacer infografías estilo animación, la edición es computarizada. Difiere del equipo utilizado por Ecuavisa en que el sistema inus permite escribir los libretos.

<p>noticiero. Ellos manejan un sistema llamado Inius, sistema que no tienen los otros canales y que les permite escribir los libretos, cada reportero escribe su libreto y le ingresa directamente en el sistema, todo tiene digitalizado.</p>	
<p>En Ecuador la televisión fue creada como un servicio privado, nunca se puso el marchas hasta el 2007 la televisión pública</p>	<p>(...) "la historia en nuestro país fue totalmente al revés a lo que fue en otros países, donde nacieron los medios públicos y luego los medios privados. Los medios públicos en algún momento tienen que buscar su independencia, desvincularse de ese apoyo económico que hace el gobierno y tener su autonomía de trabajo como lo tienen los otros medios, con estatutos claros y bien estructurados" (Mora 2011) Por ser de nueva creación todavía no existe una idea clara de la orientación que debe tener la televisión pública. Sería importante realizar estudios o reuniones con las televisoras que tienen mayor experiencia en el manejo de la televisión pública como es el caso de la BBC, TVN de Chile y <i>Red O' Globo de Brasil</i>.</p>
<p>En la televisión privada luchan por puntos de rating ya que eso significa ingresos.</p>	<p>No existe la preocupación del rating</p>

¿Cuál es la línea editorial que manejan los canales de televisión públicos y privados?

Ecuavisa, Teleamazonas y ECTV tienen un consejo editorial que da los lineamientos generales que se debe mantener para la cobertura y puesta al aire de las noticias. La reunión de este consejo editorial varía en cada uno de los canales, Ecuavisa y Teleamazonas lo hacen una vez a la semana, Ecuador TV tiene una reunión mensual y Gama TV no indica si tienen consejo editorial.

En cuanto a la línea editorial que se mantiene en Gama TV, Carlos Ochoa, Director de Noticias indicó que es:” informar a la ciudadanía lo que callan otros medios” en resumen acotó “para nosotros las buenas noticias, si son noticias”

Comprobación de hipótesis

Luego del análisis realizado, vamos a examinar la hipótesis presentada en el plan de tesis.

HIPÓTESIS

“El manejo de la comunicación vigente en las prácticas institucionales de los medios en el Ecuador, presentan graves falencias en el manejo de las agendas informativas, al introducir de manera parcializada la visión de los dueños en los medios privados o del gobierno en los medios públicos, lo que impide la creación de condiciones que posibiliten el manejo veraz, oportuno y transparente de la información”.

Se determinó que la hipótesis es verdadera en base a los siguientes puntos:

En cuanto a la agenda setting:

- Con el análisis realizado se pudo comprobar que la agenda setting se maneja desde el gobierno. Los temas de la semana salen de los puntos relevantes en el enlace ciudadano que realiza el Presidente Correa los días sábados, marcando la agenda a desarrollarse la siguiente semana.
- Es importante resaltar que la sabatina del presidente Correa no es motivo de análisis de la presente tesis, sin embargo, como investigadoras se creyó conveniente visualizar 2 sabatinas los días 12 y 19 de febrero, para verificar como se construye la agenda. En las entrevistas realizadas, los directivos de los canales no asumen esta tendencia en el manejo de la agenda, sin

embargo, esto se puede evidenciar en los temas y las fuentes que utilizan los noticieros, a pesar de la confrontación que existe entre el Presidente y los medios privados.

En cuanto a la línea editorial

- En la observación diaria de los noticieros estelares se ha evidenciado la parcialización de la información; en Gama TV y ECTV presentan notas favorables al Gobierno, imágenes de preocupación social y de ayuda humanitaria a las personas de escasos recursos.
- En los canales privados como Teleamazonas y Ecuavisa presentan las mismas noticias desde otra perspectiva, no necesariamente el lado más favorable.
- Barros (2011) indica que cada viernes se reúne el comité editorial, conformado por: presidente ejecutivo de Ecuavisa, por el director ejecutivo, por el director nacional de noticias y los directores regionales. En ese comité se hace un análisis de los temas a ser tratados en las semanas siguientes y aquellos que son polémicos e importantes. Su manejo se basa en los criterios de equilibrio e identidad.
- En ECTV indica la conformación de un consejo editorial integrado por periodistas como es el caso de: Xavier Laso, Rodolfo Muñoz, Polo Barriga, el Director de Noticias y el Gerente General. Este consejo contrato los servicios de un asesor para la elaboración de la guía editorial, tomando como ejemplos a varios medios internacionales.
- Melo (2011) indican que ellos no tienen una lista negra que sería una lista que indique a quien entrevistan y a quién no. Lo fundamental para ellos es que en el noticiero estén personas que aporten de manera consistente. Esto se lo podría ver de una manera subjetiva, pero ellos piensan que si un funcionario

que llama a una rueda de prensa todos los días y todos los días dice lo mismo, eso no es un aporte para el noticiero, razón por la cual esa persona no debería estar en ese ni en ningún noticiero.

- Acota que la línea editorial esta fundamentalmente ligada a buscar la información que pueda ser importante e interesante para la gente y en base a esto generar un debate.
- El cree que el papel fundamental de un periodista es jugar una suerte de mediación en la sociedad hay información que no le corresponde al periodista sino al público, el es el dueño de la información.
- En este contexto podemos decir que los canales de televisión si mantienen una línea editorial definida, donde su mayor bien es el público a quien va dirigido el noticiero, permitiendo de esta manera que se forme una opinión del acontecer nacional e internacional. Este apartado de la hipótesis ha sido comprobado porque se puede evidenciar en el tipo de fuentes que se utiliza, así como en el tiempo que se da a los medios y en la forma que se maneja la noticia.
- En las entrevistas realizadas todos los directores de noticias indican que los directivos de los canales dan la libertad para el manejo de la información, buscando siempre la contraposición de las fuentes y de esta manera transparentar la información. Aclaran que en el último periodo ha sido difícil en contraponer estas fuentes, pero que si la noticia así lo amerita ellos presentan esta y con locución en off indican que se buscó la fuente oficial por todos los medios sin encontrar una respuesta positiva.

En cuanto a la libertad de los medios:

- En administraciones anteriores se denota una mayor libertad de los medios de comunicación, pues existió flexibilización de los temas, tal es así que la agenda setting era manejada por estos, lo que no ocurre en la actualidad.
- Antes de este mandato, los partidos políticos tenían mayor presencia en la dirección de la Asamblea Nacional con la presentación de proyectos, juzgamiento de los secretarios de Estado e inclusive en la contraposición a las ideas del régimen de turno. Actualmente han dejado de tener injerencia en la vida pública, quedando únicamente los actores de gobierno, claramente identificados en los noticieros.
- Ochoa (2011) dice que la línea editorial es informar a la ciudadanía lo que callan los otros medios. En este sentido, indica que se da prioridad en muchos aspectos a temas de gobiernos. “para ellos las buenas noticias si son noticias”.
- Del análisis realizado se puede determinar que los noticieros tanto en los medios privados, públicos e incautados, el mayor peso informativo está en el área social y política. En este último especialmente se hace cobertura de los asuntos relacionados al trabajo gubernamental y dependientes de las actividades del Ejecutivo.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES

- Al estar basada la investigación en los noticieros estelares, se puede comprobar que la mayor cantidad de noticias son a nivel nacional, 59% y el mayor peso informativo se genera en la provincia del Guayas. Sin embargo, estas notas por su trascendencia y a pesar de ser generadas en la capital, son consideradas como de carácter nacional.
- Las noticias internacionales concebidas en la mayoría de las parrillas informativas son de carácter político.
- El personal que labora actualmente en los medios públicos tiene su formación de la televisión privada. No existe una especialización del periodista hacia lo público. Esto se refleja en el manejo de los noticieros llegando a tener una estructura similar a la de los canales privados.
- En la investigación se determinó que los noticieros de ECTV no tienen ninguna noticia que haga alusión a la crónica roja.
- El 80% de las noticias emitidas por los canales analizados son realizadas por su propio personal, lo que demuestra una buena estructura organizativa dentro de las salas de redacción.
- En esta investigación se pudo visualizar que en la elaboración de las notas periodísticas en Ecuavisa, Teleamazonas, Gama TV y ECTV, se entrevistan tanto a fuentes públicas como a privadas lo que permite contrastar la información. Sin embargo, en el estudio estadístico se puede verificar que en el medio público e incautado, el número de fuentes utilizadas es similar a las de los canales privados, la diferencia radica en el tiempo que se pone al aire

estas declaraciones; en el caso de los canales privados se de un mayor tiempo a la oposición y en el canal incautado y público a partidarios de gobierno.

- En cuanto a la rotulación para identificar las personas entrevistadas se puede evidenciar que actualmente se utilizan solamente el cargo que ocupan y ya no tiene peso el tema de los partidos políticos, exceptuando el partido de gobierno.
- . A partir de la investigación de observación de sabatina y el análisis de los noticieros se puede concluir que los noticieros investigados construyen la agenda mediática en base a los temas que se exponen en la sabatina.
- En los noticieros estelares de ECTV, Gama TV, Ecuavisa y Teleamazonas, el género más utilizado es la noticia. El reportaje ocupa un 0.3% en la emisión total de los noticieros.
- Mora (2011) señala que en ECTV se ha procurado tener el mayor número de profesionales, dando preferencia a personas jóvenes que se puedan iniciar por su capacidad y que logren comprender la línea editorial trazada por ese canal, sin embargo se puede evidenciar que los noticieros tanto estetica como organizativamente siguen conservando la estructura de los noticieros privados
- Los informativos de los canales analizados tienen bloques perfectamente definidos, que permite que el televidente identifique los segmentos que tiene el noticiero.
- ECTV es el único noticiero que se preocupa por las personas con capacidades especiales auditivas, al incluir en sus emisiones en la parte inferior derecha un recuadro donde se encuentra una persona traduciendo las noticias que emite este canal con el lenguaje de señas.

- Al ser Gama TV un canal incautado, sus administradores son designados por el gobierno, lo que incide para que sus fuentes de información tengan mayor peso gubernamental.
- En Teleamazonas los anchors deben tener una mejor preparación en el manejo de cámaras, se pudo detectar que en algunas ocasiones la cámara es enfocada en otra dirección diferente al conductor.
- En Ecuavisa hay notas que salen sin rotulación o el fundido se lo hace a destiempo. Al contar Ecuavisa con un sistema altamente tecnificado y que es único en el país, llamado INIUS, no deberían existir fallas al momento de emitir las noticias.
- Se debe tener un mayor control de calidad en la edición de los noticieros. En la emisión del noticiero de Gama TV se pudo detectar algunas fallas técnicas al presentar la noticia, los temas son diferentes a las imágenes que presentan.

En cuanto a la expresión de comentarios:

- En Ecuavisa y Gama TV se observa que los presentadores: Alfonso Espinosa en Ecuavisa y Carlos Ochoa en Gama TV, emiten comentarios sobre las noticias que a criterio de ellas son las más relevantes o así lo ameritan. Después de la investigación realizada no es recomendable que dentro de los noticieros existan comentarios, sino solo noticias para que el televidente tenga un mejor punto de vista.
- Para dar credibilidad a un canal público es necesario que las fuentes sean diversas, al tener la mayor parte de fuentes gubernamentales lo que se hace es que se pierda la credibilidad.

CAPÍTULO IX RECOMENDACIONES

- Se sugiere que ECTV y Gama TV reestructuren el tiempo de emisión de sus noticieros con el fin de volverlos dinámicos, evitando la utilización de notas de relleno, lo que le quita calidad al noticiero. Este criterio tiene su respaldo científico en lo dicho por Martínez Alberos, quien sugiere que los noticieros deberían durar no más de 30 minutos.
- ECTV debería crear una estructura propia que permita visualizar una diferencia considerable con los canales privados, lo que redundará en la optimización de sus recursos y lo pondrá en un nivel competitivo.
- Se recomienda una revisión más prolija en la edición de los noticieros de Teleamazonas y su presentación. En los breves anuncian una nota interesante, pero transcurre el noticiero y no es presentado en el orden anunciado sino en el siguiente bloque o al final del noticiero, lo que hace que la audiencia pueda perder continuidad.
- En el tratamiento de las fuentes de información en ECTV y Gama TV se debe cuidar dar el mismo tiempo al actor político y al ciudadano que es la contraparte. Se observó que en las fuentes gubernamentales se pone la entrevista completa y en los entrevistados de la oposición las entrevistas están editadas.
- A excepción de ECTV, se recomienda que los canales privados e incautado en la sección deportes presentan más variedad de disciplinas en sus notas informativas, en ese bloque solamente presentan fútbol. Esto permitirá incentivar a los ciudadanos a la práctica de otras actividades deportivas.

- Al no tener que competir el canal público con el privado por la obtención de un rating, el tratamiento de las noticias debería diferenciarse al presentar temas con un enfoque informativo en el área social o crear un bloque para que el ciudadano exponga sus necesidades.
- Los noticieros estelares sólo deben emitir las noticias más relevantes del día. Está fuera de lugar la exposición de comentarios de los presentadores de los canales Ecuavisa y Gama TV. Se recomienda revisar este punto en los canales mencionados.
- Se recomienda que los canales Ecuavisa y Teleamazonas tengan un mejor trabajo de edición y el orden en la presentación de las noticias.
- Como posibles líneas de investigación queda abierta la posibilidad de nuevos temas, como: el análisis de contenidos de información, el predominio de las imágenes en la emisión de las notas periodísticas, el tratamiento de los géneros periodísticos, etc.

CAPÍTULO X BIBLIOGRAFÍA

- Campos Freire, Francisco. El cambio mediático.2010. Zamora, España.

- Carrión Eguiguren, Eduardo. Curso de derecho civil de los bienes. Ediciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. 1987

- Castells Manuel, *La era de la información, La sociedad red*. Vol.1, Madrid, siglo XXI, 1999

- Cebrián Herreros, Mariano. La información en tv: obsesión mercantil y política. (2004) Madrid España

- Concha, Edo Bolás. Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de internet en las noticias, las fuentes y los géneros. (2009) Sevilla, España.

- Fuenzalida, Valerio. La televisión pública en América Latina, reforma o privatización. 2000

- García Canclini Néstor. Reabrir espacios públicos: políticas culturales y ciudadanía.

- García Canclini Néstor. La globalización imaginada, México-Buenos Aires- Barcelona, Paidós. (1999)

- García Luarte, Alfredo, Historia de la Televisión Americana, 2009, España

- Giordano Eduardo, Carlos Zeller. Políticas de televisión: la configuración del mercado audiovisual. Barcelona 1999

-Golding y Murdock. "Unequal information: Access and exclusion and the new communication market place", and Marjorie Ferguson (ed.) new communication technologies and the public interest, sage, Londres 1986

-González Oñate, Cristina, Nuevas estrategias de televisión: El desafío digital, identidad, marca y continuidad televisiva. 2008. Madrid, España.

-Graham; Nicholas. "Public service versus the market", and capitalism and communication. Global culture and the ecomics of information, sage Londres 1990

-Iglesias, Francisco. La televisión dominada. 1990. Impreso en España

-Izurieta, Roberto. Comunicación política para gobiernos. 2002

-Landeira Prado, Renato. Diccionario jurídico de los medios de comunicación. España 2006

-Manual de producción periodística. Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación, síntesis. Madrid, 1988.

-Martín-Barbero, Jesús. Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención, Claves de debate.2005

-Martínez, Alberto. La noticia y los comunicadores públicos. 1978 Madrid, Pirámide España

-Martínez Albertos, José Luis. La información en tv: obsesión mercantil y política. 2004, Gedisa. Madrid España

-Martínez Albertos, José Luis. Géneros informativos audiovisuales. 1992. Madrid España.

-Martínez Albertos, José Luis. Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones. Síntesis, Madrid

-Martínez de Sousa, José. 1992

- Mateo de, Rosario. Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado. 2009. Sevilla - España

-Miralles, A. 2001. Periodismo, Opinión pública y agenda ciudadana.

-Pasquali, Antonio. El Orden Reina: Escritos sobre comunicaciones. Caracas: Monte Ávila Editores. pp. 154-156 (1991)

-Pasquali Antonio. “Reinventar la televisión” en Etcétera número 168, México 18 de abril de 1996.

-Pasquali, Antonio. Comunicación y cultura de masas. Caracas: Monte Ávila Editores. pp. 154-156 (1977)

-Pérez Garrido, Ricardo. Cambio en el modelo de televisión pública, 2009, España.

-Portales Cifuentes, Diego. Televisión pública en América Latina: Crisis y oportunidades (compilado por Omar Rincón, 2005)

-Portes, Alejandro. Panorama Social de América Latina, Naciones Unidas (Nueva York, Estados Unidos) Comisión económica para América Latina y el Caribe (Santiago de Chile. Comisión económica para América Latina y el Caribe, United Nations Publications – 2002

-Rincón, Omar. Televisión pública: del consumidor al ciudadano. 2005. Buenos Aires – Argentina

-Roncagliolo, Rafael. “Las industrias culturales en la videosfera latinoamericana” , en las industrias culturales en la integración latinoamericana. Néstor García Canclini y Carlos Moneta (coordinadores). Buenos Aires: Eudeba 1999.

-Sánchez Tabernero, A. 1997. Estrategias de marketing en las empresas de televisión en España. Pamplona Eunsa

XI ANEXOS