UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA, MED

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

"ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2013"

Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTOR:

Hugo Alfredo Elizalde Guaillas

DIRECTOR:

Dr. Ángel Cabrera Achupallas, Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Dr. Mg.

ÁNGEL CABRERA ACHUPALLAS

DIRECTOR DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Certifica:

Haber asesorado prolijamente, durante todo su desarrollo de tesis titulada: **"ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERÍODO SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2013"** de la autoría de Hugo Alfredo Elizalde Guaillas.

Por tanto, autorizo proseguir con los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa.

Loja, 10 de febrero de 2014.

Dr. Mg. Ángel Cabrera Achupallas

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Hugo Alfredo Elizalde Guaillas, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

El presente trabajo es producto de la investigación realizada por el autor, como un aporte en la generación de contenidos periodísticos de los espacios noticiosos de la televisión de Nueva Loja.

Los conceptos y criterios aquí vertidos son de mi absoluta responsabilidad.

AUTOR: Hugo Alfredo Elizalde Guaillas

FIRMA: _____

CÉDULA: 2100262357

FECHA: Nueva Loja, 10 de febrero de 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, **Hugo Alfredo Elizalde Guaillas**, declaro ser autor de la tesis titulada: "ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2013" autorizo al sistema bibliotecario para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad Nacional de Loja, a través de la visibilidad de su contenido en el Repertorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenios de la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los once días del mes de febrero del año dos mil catorce, firma el autor.

Firma:_____

Autor: Hugo Alfredo Elizalde Guaillas

Cédula: 2100262357

Dirección: Nueva Loja, Barrio los Laureles

Correo electrónico: huguitomijin@gmail.com

Teléfono: 06 2820427 / 0991107822

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Mg. Ángel Cabrera Achupallas

TRIBUNAL DE GRADO:

Mg. Sybel Ontaneda Andrade (Presidente)

Dra. María Elena Chalco Márquez Mg. (Vocal)

Mg. Luis Valverde Jumbo (Vocal)

AGRADECIMIENTO

A las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, de la Modalidad de Estudios a Distancia (MED), de manera especial al Personal Docente de la carrera de Comunicación Social por su colaboración y eficacia durante el proceso de formación.

Al Dr. Ángel Cabrera Achupallas, director de tesis, quien con sus orientaciones hizo posible llevar adelante el presente trabajo de investigación.

A los directivos y personal del canal Visión Satelital, por la apertura brindada para la realización del presente trabajo de investigación.

El Autor.

DEDICATORIA

A Dios por permitirme tener la fortaleza para terminar mi carrera.

A mí querida esposa Maribel y a mi adorable hija Helen, por todo el apoyo incondicional para poder alcanzar mi objetivo.

A mi madrecita Piedad por ser ejemplo de responsabilidad y honradez, y por su apoyo moral para salir adelante.

A mi querido padre Segundo, que aunque no está físicamente siempre me guía desde el cielo, son quienes han sido fuente de inspiración para seguir luchando y así poder cumplir a mis aspiraciones y metas trazadas.

A la Universidad Nacional de Loja por guiarme durante la etapa de mis estudios y poder lograr mi profesión

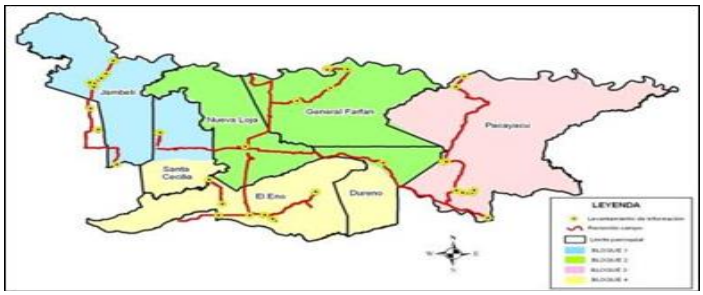
Gracias de todo corazón.

Hugo Alfredo

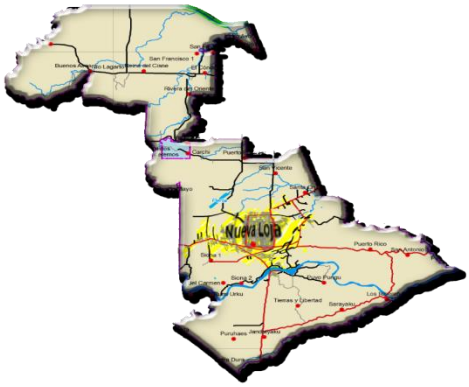
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
Biblioteca: Área de la Educación, Arte y la Comunicación											
Tipo de Documento	Autor / Nombre del Documento	Fuente	Fecha año	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS	NOTAS
				Nacional	Regional	Provincia	Cantón	Ciudad	Barrio Comunidad	DEGRADA-CIONES	OBSERVACIO-NES
TESIS	HUGO ALFREDO ELIZALDE GUAILLAS/ **ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2013.**	UNL	2013	Ecuador	Zona 1	Sucumbíos	Lago Agrio	Nueva Loja,	Barrios de la ciudad	CD	Lic. Comunicación Social, mención Ciencias de la Comunicación Social

UBICACIÓN GEOGRÁFICA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS

CANTON LAGO AGRIO



CIUDAD NUEVA LOJA SITIO DE INVESTIGACIÓN



ESQUEMA DE TESIS

- PORTADA
- CERTIFICACIÓN
- AUTORÍA
- CARTA DE AUTORÍA
- AGRADECIMIENTO
- DEDICATORIA
- ESQUEMA DE CONTENIDOS

a. Título

b. Resumen (castellano e inglés)

c. Introducción

d. Revisión de literatura

e. Materiales y métodos

f. Resultados

g. Discusión

h. Conclusiones

i. Recomendaciones

j. Propuesta

k. Bibliografía

l. Anexos

    - Proyecto de Investigación
    - Índice

a. TÍTULO

"ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2013"

b. RESUMEN

La tesis titulada: "ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2013".

El Objetivo general que se planteó al inicio de esta investigación fue, realizar un estudio y análisis del noticiario para conocer su estructura, funcionamiento y generación de contenidos.

En el desarrollo de la investigación se utilizaron los métodos: Científico, Deductivo y Analítico, así como las técnicas de la observación, la encuesta y la entrevista.

Todo el estudio científico y de campo determinó que la generación de contenidos periodísticos que son difundidos en Visión Satelital no informa objetivamente a sus televidentes sobre los sucesos del cantón y su provincia.

Según los resultados de las encuestas, el 61% determinan que la falta de un espacio informativo estructurado y con sustento periodístico, limita la comunicación entre ciudadanos e instituciones de la ciudad de Nueva Loja. De igual manera el 81% de los encuestados, consideran que el espacio de noticias debe ser reestructurado.

Además, se evidenció que el talento humano, que labora en el canal, no está formado en el área de la comunicación, lo que imposibilita difundir noticias e informaciones de interés ciudadano y con un alto nivel periodístico.

Las entrevistas se aplicaron a 9 personas, segmentadas en públicos que estuvo dirigida a: comunicadores sociales, directivos, administradora, personal y colaboradores del canal Visión Satelital.

Las entrevistas coinciden con los resultados que arrojó la encuesta, las personas entrevistadas acepto las del canal, señalan que el noticiero no cumple con las normas de la comunicación social, falta profesionales en la materia.

Ante ello, se recomienda reestructurar el contenido y lenguaje audiovisual del noticiero “Ser” de Visión Satelital con el fin de garantizar la producción y generación de contenidos periodísticos de acuerdo a las exigencias y demandas de los televidentes. La propuesta comunicativa tiene cada uno de los elementos propios de un programa informativo de televisión donde constan sus procesos para lograr la reestructuración del espacio noticioso.

Palabras claves:

Noticiero, contenido periodístico, lenguaje audiovisual

SUMARY

This research work entitled "NEWS ANALYSIS VISION SATELLITE CHANNEL BE, OF THE CITY OF NEW LOJA, RESTRUCTURING FOR AUDIOVISUAL CONTENT AND LANGUAGE, IN THE PERIOD SEPTEMBER-DECEMBER 2013" aims to conduct a study and analysis of the news for now its structure, functioning and content generation.

In the development of research methods were used: scientific, deductive, analytical and observation techniques, the survey and interview. All scientific and field study found that the generation of news content that is broadcast on Satellite Vision not objectively informs viewers about events of the canton and province.

We conclude that the lack of a structured information space and support journalistic limits communication between citizens and institutions of the canton and province. In addition, we found that human talent working in the channel is not formed in the area of communication, making it impossible to spread news and information of interest to citizens and high journalistic standards.

Given this, it is recommended to restructure the content and audiovisual language news program "Being" Vision Satellite in order to ensure the production and generation of news content according to the needs and demands of the viewers. The proposal has communicative each of the elements of a television news program which records their processes to achieve the restructuring of space news.

Keywords:

News, news content, audiovisual language.

c. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada "ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2013" fue desarrollada en la ciudad de Nueva Loja, del cantón Lago Agrío, de la provincia de Sucumbíos, en donde refleja el manejo y tratamiento que se realiza a las informaciones que se difunden en el medio televisivo.

Reestructuración significa reordenamiento, o reorganización de determinado tipo de estructuras en ámbitos y espacios específicos. La reestructuración que se está planteando en este proyecto consiste en modificar su presentación de noticias, para que llegue a cumplir mejor con sus objetivos.

En esta investigación se planteó el objetivo general que es, realizar un análisis del noticiero “Ser”, para conocer su funcionamiento y generación de contenidos

Entre los objetivos específicos están: conocer la pre-producción, producción y postproducción del noticiario y determinar los errores y aciertos en la difusión del informativo; asimismo conocer quiénes son los responsables de la generación de sus contenidos noticiosos. De otro lado, investigar a los usuarios del canal sus criterios y demanda informativa dentro de espacio noticioso.

Para cumplir con el proceso investigativo y que garantice datos e información exacta, se utilizan varios métodos tales como: método Científico-Analítico, Inductivo-Deductivo y Modelo Estadístico.

Así mismo se emplean técnicas como: la observación, que se la utilizó para observar la forma de trabajo del personal del canal, los equipos técnicos para realizar dicho labor y la forma de hacer el noticiero.

La encuesta y la entrevista se utilizó para obtener información de la ciudadanía, instituciones, líderes de opinión y comunicadores sociales de Nueva Loja. Todas estas herramientas son aplicadas a los públicos objetivos, materia del presente estudio.

Con el objeto de mejorar el producto informativo, surgió la necesidad de realizar una investigación a fondo del manejo, funcionamiento y operatividad del canal y su noticiero; donde se involucró a usuarios, autoridades, profesionales en la comunicación, directivos del medio y personal que labora en el espacio informativo.

Con los datos obtenidos a través de la observación, entrevistas y encuestas se determina una propuesta de reestructuración del contenido noticioso y su leguaje audiovisual del noticiero “Ser” de Visión Satelital.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Reestructuración

“El concepto de reestructuración es un concepto bastante abstracto que hace referencia al reordenamiento o a la reorganización de determinado tipo de estructuras en ámbitos y espacios específicos” (Ángel Polivio Córdova, 2003). La reestructuración que se está planteando en este proyecto consiste en modificar su presentación de noticas, para que llegue a cumplir mejor con sus objetivos.

Para la reestructuración de la programación de una estación de televisión, según Jaume Durán y Sánchez (2008), es distribuir por días, bloques, horario y horas todas las programaciones que se requieren hacer para obtener unos objetivos previstos; a través de una serie de condiciones (morales, legales, etc.). Para el programador no inserta los programas de acuerdo a las costumbres sociales, sino que intenta crear otras nuevas[1].

La reestructuración de un programa demanda creatividad para equilibrar, esto logrará que el televidente se sienta con mayor estabilidad. Además responderá a las expectativas de esta audiencia, la cual por falta de contenidos de producción audiovisual, buscan otras alternativas y cambian de canal.

[1]IÑIGUEZ CARTAGENA José, La televisión y su estructura. Ecuador, Loja 2010.

Producción

La televisión está concentrada en dos áreas: producción – post –producción y distribución – transmisión. La primera comprende todos los componentes que son parte del proceso de creación. La segunda contempla la distribución y transmisión que integra el resto de equipos que forman parte de la infraestructura de una televisora.

La producción de televisión se encarga de cumplir los períodos de realización para todo tipo de programa, es la combinación de varias necesidades, ya sea de parte humana, como parte tecnológica. Y de esta manera presentar un producto audiovisual que sea del agrado de los televidentes y obtener mayor cantidad de audiencia.

Producción de Noticias

La meta para cualquier comunicador, y más para las personas que trabajan en televisión, es tener al público con la expectativa de lo que se va a presentar, el principal objetivo es mantenerlo en sintonía de la programación. Mirar la pantalla se ha convertido en una necesidad básica, guste o no, los seres humanos seguimos varias acciones, actitudes de los personajes que se encuentran frente a la pantalla.

En la actualidad, en América Latina y en el Ecuador, la producción de noticieros de televisión, es nada más que la reproducción de los periódicos de la mañana y la retransmisión de actos privados sociales[2].

“Este concepto de producción viene del cine y los noticieros de televisión, son muy posteriores del cine por lo tanto se confunde con producción de televisión con realización y la realización es solamente una fase de la producción” (Esteban Proaño, 2003). Otros asocian a la producción, con generación de efectos para visualizar o graficar una noticia al televidente.

Entonces la producción de noticias en televisión comprende todo el proceso que se hace para su generación, desde la creación del concepto, hasta el diseño de la escenografía, la identidad gráfica, la estructura del guión básica, la pauta, el tipo de libretos, el estilo, los presentadores, el tiempo, los encuadres, todo eso es producción.

Noticiero

La noticia en sus inicios contaba sucesos pasados, pero por naturaleza del ser humano, necesita de explicaciones un tipo de información que sea más detallada, concreta y completa, en aquel tiempo, a la noticia se la empezó a incluir referencias y resultados de lo ocurrido, para apoyar al público con un mejor contexto de la información.

[2] MASTERMAN Leon, La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid 1993.

Hoy en día ya no resulta suficiente el solo hecho de contar la noticia, sino que se debe analizar cuáles fueron las razones de lo ocurrido y de esta manera la información es detallada y concreta.

Para Fuerzalida, en su libro (1997) “Televisión y Cultura” dice que el noticiero: Es el género privilegiado para la competencia del protagonismo de los grandes dirigentes sociales, políticos, sindicales, gremiales, empresariales, religiosos, culturales. En una sociedad democrática esta competencia es esencial para constituir los temas públicos, comunes y las posiciones en torno a ellos[3].

La noticia, se produce cuando existe un cambio o ruptura en el estado del mundo objetivo. La noticia no es más que la última cosa que se pasa en una cadena de eventos (tiempo y evento), la noticia ocurre cuando cambie el estado de las cosas, la historia de la noticia es la investigación de ese nuevo estado del mundo. (Omar Rincón, 1996).

La noticia se debe reportar a través de un lenguaje, para contar una historia.

La noticia es el más habitual de los géneros periodísticos. Ya que desde hace mucho tiempo se tiene la necesidad, de mantenerse informado de todos los acontecimientos suscitados en país y el mundo, esto ha llevado al

[3] FUERZALIDA, Televisión y cultura. Madrid 2001.

hombre a buscar las maneras, de contar y a su vez difundir, todos los acontecimientos más reconocidos en su tiempo.

Según Paulo Tarso Riccordi (1997) noticia es: “La información inmediata directa, objetiva de los hechos más recientes, acabados de ocurrir” además añade “Los hechos anunciados y anunciar es dar noticia de algo, darle, publicidad, entregar al público algún hecho o fenómeno”.

Pero existe una infinidad de hechos que suceden diariamente en la sociedad que ni siquiera son distinguidos por el público en general, es conocido que nadie puede cambiar la realidad de las noticias, pero también es cierto y posible plantear sugerencias y generar soluciones desde ellas.

Se llega a la conclusión que la noticia debe tener 3 tiempos que son: informar, antecedentes y comparaciones, teniendo en cuenta dichas consideraciones iníciales, es posible dar a conocer una estructura noticiosa, pero siempre refiriéndose en el elemento que distingue la información periodística que sea favorable en convertirse en noticia, de una que no tenga lo necesario para serlo.

Proyecto audiovisual para televisión

Es la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. En este tipo de proyectos se necesita

siempre, inversión de capital, trabajo y recursos técnicos, un plan de trabajo organizado, donde se delimite claramente que es lo que se va a trabajar y el lugar donde se lo va a realizar.

A esta planificación se la conoce, tanto en el de la industria televisiva, como producción audiovisual.

Dependiendo del proceso de producción que se lleve a cabo desde el principio, el modo de la organización será primordial con esto se sabrá si fue un buen trabajo o un fracaso de producción[4].

Lenguaje Audiovisual

El lenguaje audiovisual es un medio de comunicación que nos permite construir un mensaje a través de la interacción entre sonido e imagen dentro de un contexto secuencial, es decir, con ambos elementos presentes a la vez.

Como diría Santos Guerra (1984), el lenguaje audiovisual es sintético: sonido-imagen-movimiento, "el lenguaje audiovisual es un lenguaje de participación en el acontecimiento", pues permite representar la realidad de modo tal que nos sentimos identificados con lo que vemos y escuchamos,

[4] RINCON Omar, Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Buenos Aires 2005.

captando con más fuerza nuestra atención, despertando múltiples emociones.

En este tipo de lenguaje la música, los efectos sonoros, los ruidos y los silencios colaboran en la transmisión del mensaje, no como complemento sino conformando realmente el mensaje, es decir, que la fusión de todos estos elementos da forma al mensaje como tal.

Para diseñar un medio con lenguaje audiovisual (L.A), es conveniente que detallemos algunos aspectos que nos pueden orientar en su manejo:

1. El L.A. es el lenguaje propio y común de los medios audiovisuales: cine, televisión, video.

2. El L.A. en estos medios se sustenta en el principio de la presentación fragmentada y selectiva de la realidad mediante planos sucesivos.

3. El L.A. utiliza sistemas de codificación y formas expresivas variables en el tiempo, pues es un lenguaje vivo, en continua transformación.

4. El significado de los mensajes transmitidos utilizando este lenguaje puede quedar bastante delimitado, siempre que emisor y receptor cuenten con códigos similares, y que los mensajes hagan referencia a contenidos de carácter sólo cognitivo.

5. El contenido de muchos mensajes transmitidos mediante el L.A. es de carácter afectivo: el mensaje transmitido son las sensaciones provocadas en el espectador. Este tipo de mensajes son menos unívocos, si bien se constata que un determinado programa produce reacciones similares en

segmentos amplios de la población, dentro de contextos culturales específicos.

6. El L.A. se ha mostrado especialmente eficaz en este último tipo de mensajes. La información de carácter conceptual contenida es percibida fácilmente, pero escasamente perdura en el recuerdo con la precisión necesaria para ser procesada posteriormente, por ejemplo en resolución de problemas, etc., cuando no se refuerza el trabajo sobre el tema[5].

Pero el L.A. no es sólo imagen y sonido como producto video gráfico, sino también los formatos radiofónicos, ya que estos también tienen como objetivo el captar la atención auditiva de los públicos, y como los medios audiovisuales, las producciones radiofónicas también generan emociones en las personas.

Características

El lenguaje audiovisual, así como el lenguaje verbal que utilizamos ordinariamente al hablar o escribir, tiene elementos morfológicos, una gramática y recursos estilísticos. Por lo tanto, está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que nos permiten comunicarnos con otras personas. Sus características principales son:

- Es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo), en el que los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.

[5] CASTILLO Frank, El lenguaje audiovisual. Madrid España, 2010.

- Promueve un procesamiento global de la información, que proporciona al receptor una experiencia unificada.
- Es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico, en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto.
- Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto.
- Suministra muchos estímulos afectivos que influyen en los mensajes cognitivos. "Opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea" (Einstein).

Las frases del lenguaje audiovisual

La unidad básica del lenguaje audiovisual es el plano. Así como para la lectoescritura podría ser la estructura de combinación de códigos que determinan significados, para el lenguaje audiovisual la composición con esos códigos (imágenes) se organiza fundamentalmente en planos.

Podemos definirlo de dos maneras:

- Desde una perspectiva espacial, plano es el espacio y los elementos que vemos en el encuadre.
- Desde una perspectiva temporal, plano (o toma, cuando estamos rodando) es todo lo que la cámara registra desde que se inicia la

filmación hasta que se detiene. En un plano, al menos en teoría, el tiempo real coincide con el cinematográfico.

Escala de planos

Existe una tipología del tamaño de los planos. Se estableció tomando como referencia básica la figura humana; aunque los límites son flexibles puede decirse que:

Gran plano general (GPG)

Los personajes no se distinguen, ya que aparecen muy pequeños. Este tipo de plano sitúan espacialmente el conjunto de los elementos que se ven, por lo que suelen aparecer al comienzo de las secuencias. Es normalmente un tipo de plano que dura bastante en las películas, para que el espectador pueda recorrerlo y fijarse en todos los detalles que se muestran. Como el hombre es un elemento más del escenario, y su tamaño es pequeñísimo, a veces se emplean para dar sensación de soledad, si el hombre aparece en él, o, de grandeza o belleza, si lo fotografiado es un paisaje.

Plano general (PG)

Los personajes aparecen más cercanos, pero no lo suficiente como para apreciar sus gestos o estado de ánimo. Estos planos se usan para situar

personajes en entornos un poco más cerrados, como interiores, o en vistas urbanas.

Plano entero (PE)

Abarca la figura humana entera, prácticamente encajada en el encuadre.

Suele utilizarse para grupos de personajes, en situaciones donde no importe demasiado la expresión.

Plano americano (PA)

La figura humana aparece cortada por debajo de las rodillas. Puede ser leyenda o verdad que su empleo se deba a los tiempos de esplendor del género del western: se buscaba mostrar las cartucheras de los vaqueros.

Plano medio (PM)

Nos acercamos al personaje de manera que se corta a la altura de la cintura. Podemos reconocer perfectamente su cara, y los espectadores pueden identificarse emocionalmente con los protagonistas.

Primer plano (PP)

Es el rostro del personaje desde las clavículas. Es un plano que nos introduce en la psicología y en los sentimientos de los personajes. Aquí la interpretación de los actores cumple un rol fundamental.

Primer detalle (PD)

Planos muy cercanos, de objetos o sujetos: una mano agarrando el teléfono, un detalle del rostro de un hombre, un vaso, etc. Este plano produce un choque en el espectador, su uso es enfático.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MÉTODOS

Científico-Inductivo

La presente investigación se apoyó en el **método deductivo-inductivo**, con el cual se pudo seguir un proceso sistemático y de análisis, a través de éste se logró conocer las principales falencias en la generación de contenidos noticiosos de calidad en el noticiero “Ser” de Visión Satelital ante la ausencia de contenidos noticiosos en cada una de las noticias difundidas en cada emisión de los informativos. A la vez establecer una propuesta que estará sustentada en un proceso de fortalecimiento y generación de contenidos noticiosos de calidad que cumplan con las normas periodísticas y de comunicación.

Analítico-Sintético

Con el **método analítico-sintético** se analizó el tratamiento a las noticias elaboradas y difundidas en cada una de las emisiones del noticiero “Ser”. Además pude interpretar la realidad en que se desenvuelve todo el talento humano que labora en Visión Satelital donde obtuve referentes en cuanto al origen del objeto de estudio.

Modelo-Estadístico

Con la aplicación del **modelo estadístico** que me sirvió para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos, puedo lograr sacar valores numéricos y perceptuales sobre el manejo y tratamiento de la información en cada una de las emisiones del noticiero, para luego efectuar un análisis y presentarlos de manera estadística.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para este estudio se emplearon técnicas como la encuesta y la entrevista, a más de los análisis cuantitativos y cualitativos.

La **ENCUESTA** se utilizó para obtener información de la ciudadanía, instituciones, líderes de opinión y comunicadores sociales de la ciudad de Nueva Loja, sobre temas de contenidos noticiosos, demandas e impactos del noticiero Ser del canal local por cable Visión Satelital.

Para lograr este objetivo se aplicó una encuesta con un cuestionario de 7 preguntas que al ser respondidas arrojaron datos muy significativos sobre la percepción que tienen los usuarios frente al medio televisivo y de manera particular sobre su espacio informativo.

Las **ENTREVISTAS** se aplicaron 9, con 5 interrogantes, a públicos específicos como: autoridades de instituciones públicas y privadas, comunicadores sociales, y directivos, personal y colaboradores del canal Visión Satelital, quienes están relacionados directamente con la temática de estudio. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y editadas por el investigador con el propósito de contar con fidelidad en las definiciones y precisiones dadas por los entrevistados.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Tomando una muestra de 500 encuestados, se aplicó 300 encuestas a usuarios del sistema de televisión pre-pagada de Visión Satelital, siendo estas de caracter segmentadas dirigidas a los públicos objetivos; autoridades 50 encuestas; estudiante 50; comerciantes 50; y periodistas 50; donde se consideró particularidades etnográficas y sociografías.

La fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{0 \times p \times q \times N}{E\,(N-1) + 0 \times p \times q}$$

N = tamaño de la muestra o población a estudiar

E = margen de error. (5)

0 = nivel de confianza. (2)

p = varianza (nivel de confianza) = 50

q = varianza (nivel no probabilística) = 50

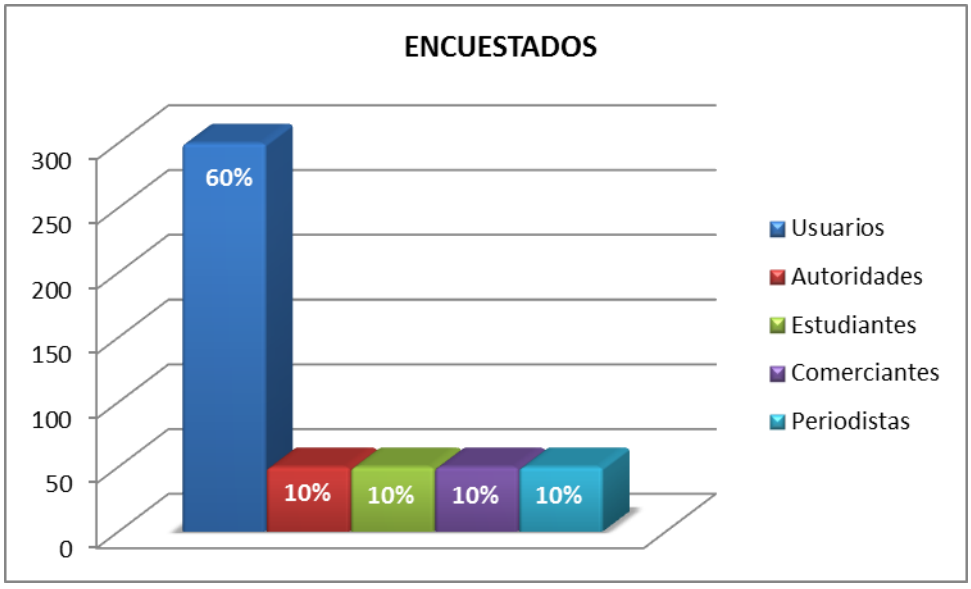
f. RESULTADOS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Encuesta aplicada a ciudadanos de Nueva Loja para obtener información sobre temas de contenidos noticiosos, como también demandas e impactos del noticiero “Ser”.

DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS

ENCUESTADOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Usuarios	300	60%
Autoridades	50	10%
Estudiantes	50	10%
Comerciantes	50	10%
Periodistas	50	10%
Total	**500**	**100%**



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Pregunta Nº 1.- Los sucesos de Nueva Loja se difunden por Visión Satelital?

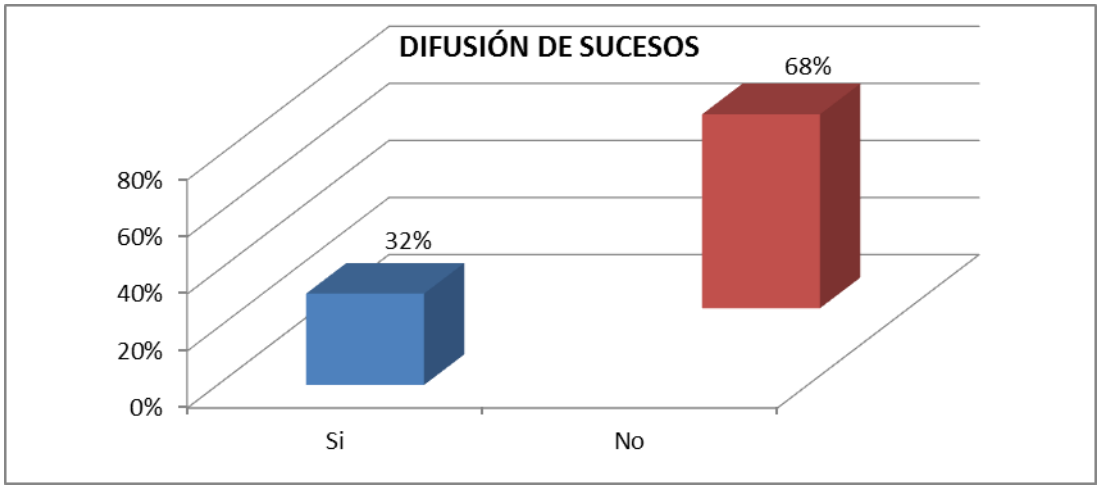
CUADRO # 1

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
No	219	31	27	33	32	342	68%
Si	81	19	23	17	18	158	32%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 1



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis Cuantitativo

De la muestra de 500 interrogados que constituye el 100%, un 68% que representa a 342 personas entre: usuarios, autoridades, comerciantes, estudiantes y periodistas, indican que el quehacer noticioso de la ciudad de Nueva Loja, del cantón Lago Agrio, no se transmite por el noticiero Ser de Visión Satelital. Mientras que un 32% que hace referencia a 158 encuestados sostienen que las informaciones generadas en Nueva Loja y el cantón Lago Agrio y su provincia de Sucumbíos si es difundido por el medio televisivo local.

Análisis Cualitativo

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas señalan que un porcentaje mínimo de personas, que sobre pasan un cuarto por ciento de los interrogados, conocen la difusión de información generada en Nueva Loja y sus parroquias a través de Visión Satelital y su espacio informativo Ser. Un porcentaje bastante alto, que sobre pasa la mitad de usuarios del canal, en cambio indican todo lo contrario, es decir que los acontecimientos que generan noticia en dicha jurisdicción cantonal no son reflejados en la pantalla de la televisora local a través de su noticiero “Ser”. Con los datos obtenidos, se deduce que la agenda noticiosa de Visión Satelital no responde a la realidad de la ciudad de Nueva Loja, su cantón y provincia.

Pregunta Nº 2.- El noticiero "Ser" de Visión Satelital cumple con un estructurado y sustento periodístico?

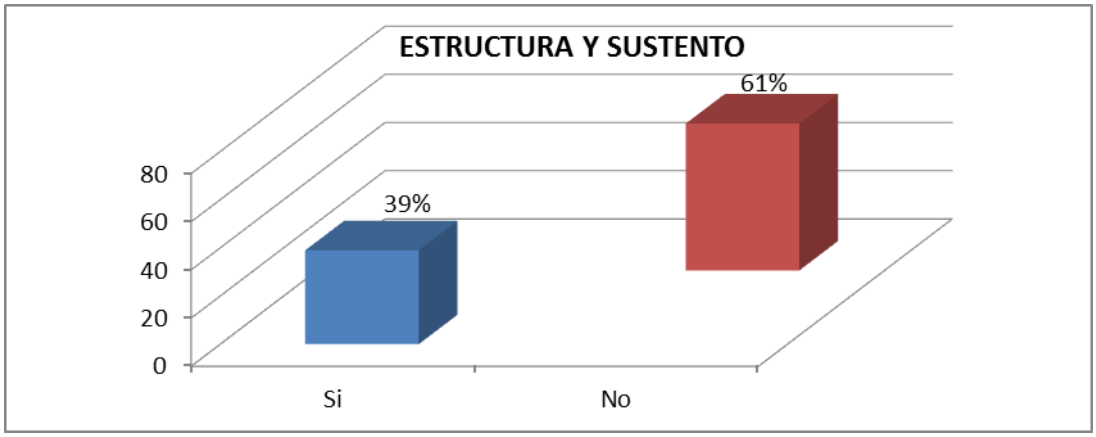
CUADRO # 2

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
Si	113	23	29	25	4	194	39%
No	187	27	21	25	46	306	61%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 2



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis cuantitativo

Cuando se preguntó a los ciudadanos sobre su percepción sobre la estructurado y con sustento periodístico del noticiero “Ser” de Visión Satelital, el 39% que representa a 194 consultados dijeron que el espacio informativo responde a una estructura y cuenta con un nivel periodístico aceptable. Mientras que 306 personas indagadas que simbolizan a un 61% tienen la percepción que el noticiero no cuenta con una estructura y con sustento periodístico, lo que limita la comunicación entre ciudadanos e instituciones del cantón y provincia.

Análisis cualitativo

En general, se podría pensar que al no existir un espacio noticioso estructurado y con un alto nivel profesional es un inconveniente para generar una comunicación objetiva y directa, y de esta manera cubrir las demandas de los usuarios del medio de comunicación televisivo. Una cantidad aceptable de individuos, que es la más baja –es decir una minoría– sostiene que es eficiente y eficaz la comunicación que genera el canal de televisión permitiendo un acercamiento entre la colectividad y autoridades y por consecuentes con las autoridades que dirigen. Mientras que más de la mitad de interrogados afirman lo contrario, destacando que el canal no responde a una planificación lógica ni cronológica lo que redunda en ausencia de una estructura y sustento periodístico.

Pregunta Nº 3.- Cuáles son las noticias que usted ha observado en Visión Satelital?

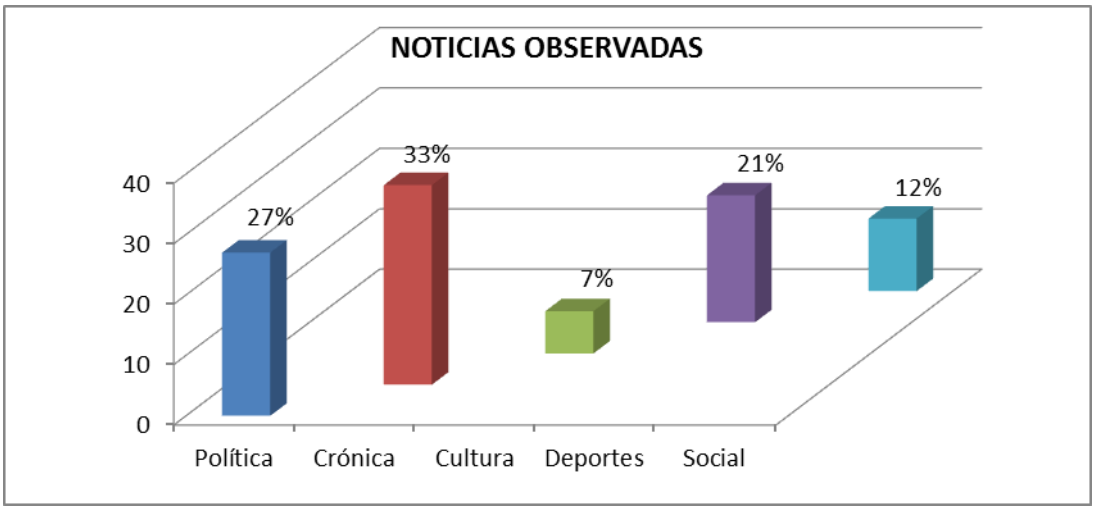
CUADRO # 3

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
Política	87	11	12	11	13	134	27%
Crónica	96	17	16	21	16	166	33%
Cultural	19	4	3	4	5	35	7%
Deportes	65	12	10	10	9	106	21%
Social	33	6	9	4	7	59	12%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 3



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis cuantitativo

Al preguntar cuáles son las noticias que ha observado en el noticiero “Ser” de Visión Satelital, 134 personas dan su respuesta que son informaciones de carácter política las que se emiten, lo que representa el 27%; en tanto que los hechos considerados como crónicas responde un 33% que constituyen 166 individuos, por cuanto algunos consideran que cuando han visto el espacio informativo la mayoría de noticias contienen hechos violentos y amarillistas considerados como crónica; por su parte 35 encuestados que representan al 7% sostienen que se divulgan noticias culturales; el 21% que responde a 106 individuos se inclinan por su respuesta con hechos de carácter deportivo ante la alta actividad deportiva que se genera en el cantón; mientras que el 12% que indica a 59 ciudadanos dicen que noticias sociales.

Análisis cualitativo

Del total de encuestados, un porcentaje altísimo de respuestas sostienen que Visión Satelital se ha convertido en un medio que a diario emite noticias violentas y dispuestas para todo público, sustentando su criterio en que solo se abre espacios para la divulgación de acontecimientos que sostienen sangre, violencia, sensualidad y amarillismo. Un poco más de una cuarta parte de ciudadanos identifican a las noticias de carácter políticas aduciendo que el canal se ha convertido en un espacio para la promoción de políticos; mientras que un mínimo porcentaje de encuestados que no llegan ni a la

cuarta parte de investigados, mencionan que las informaciones vertidas tienen que ver con contenidos deportivos, culturales y sociales.

Pregunta Nº 4.- A su criterio, califique a las noticias que difunde Visión Satelital?

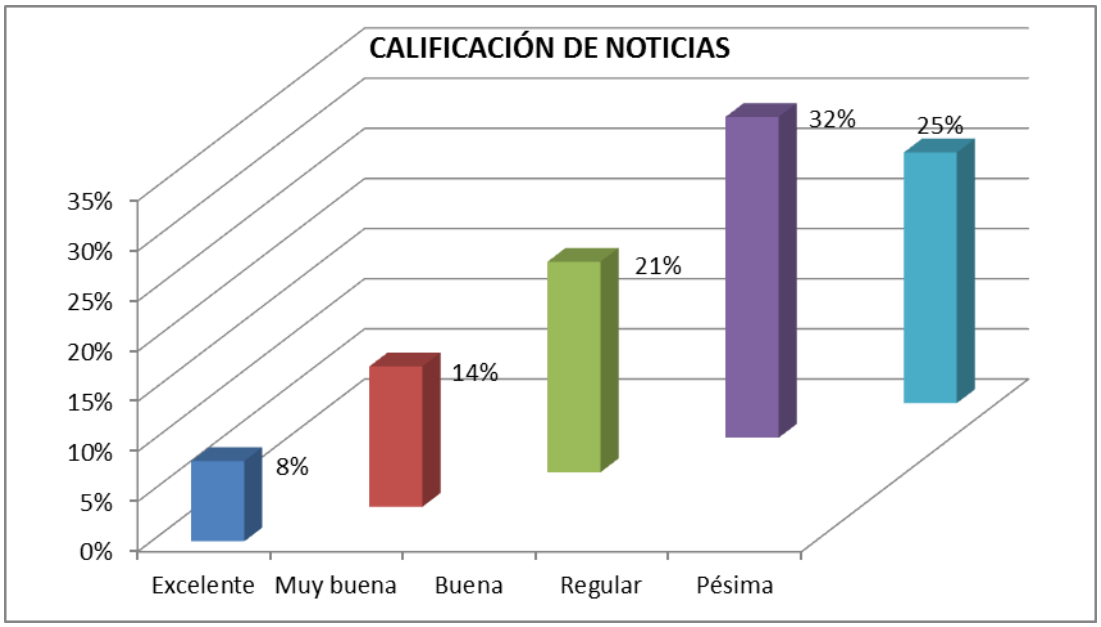
CUADRO # 4

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
Excelente	21	6	6	7	2	42	8%
Muy buena	40	8	8	9	7	72	14%
Buena	66	9	11	10	11	107	21%
Regular	98	15	14	13	17	157	32%
Pésima	75	12	11	11	13	122	25%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 4



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis cuantitativo

Al consultar cómo califican a las noticias que difunde Visión Satelital a través de su noticiero “Ser”, el 8% de sujetos indagados que representan a 42 personas dijeron que las noticias son excelentes atribuyendo al simple hecho de ponerlas en escena; un 14% de encuestados que refiere a 72 usuarios de la televisión local señalan de muy buenas al observar cierta información variada; el 21% de ciudadanos que representa a 107 contestaciones sostienen que son buenas; mientras que el 32% de consultados que responde a 157 personas indican que las noticias son regulares al no tener un noticiero estructurado; y el 25% que determina a 122 indagados afirman que son pésimas, sosteniendo su criterio a la falta de profesionalismo al espacio noticioso.

Análisis cualitativo

En relación a esta interrogante –que hace referencia al criterio que tienen los televidentes sobre las noticias difundidas– una gran mayoría hace hincapié que las noticias emitidas en Visión Satelital y su espacio informativo “Ser” son considerados como regulares, atribuyéndole a este criterio a la ausencia de estructura y profesionalismo al espacio; seguida de otro número representativo de ciudadanos que catalogan a los hechos noticiosos divulgados en el medio como pésimos; de igual forma, existe un sector que no llega ni a una cuarta parte indican que las noticias son buenas. De la

misma manera, un minúsculo grupo de personas califican a las informaciones emitidas en Visión Satelital como muy buenas y excelentes.

Pregunta Nº 5.- El noticiero "Ser" de Visión Satelital debería ser cambiado o reestructurado?

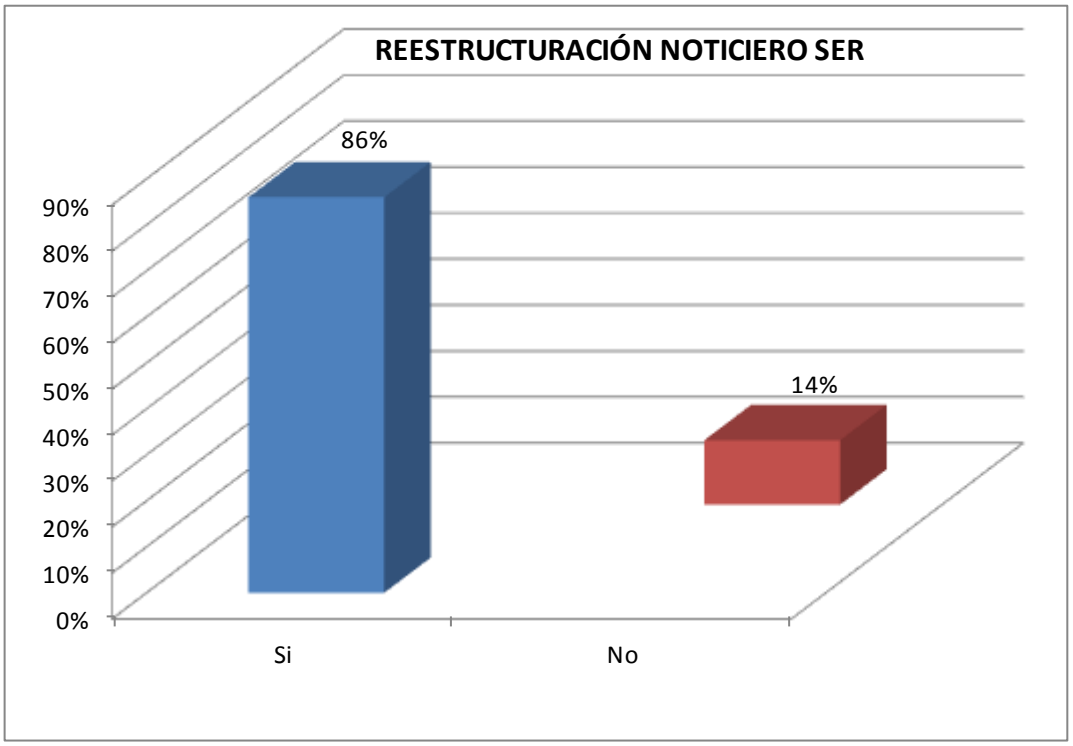
CUADRO # 5

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
Si	274	41	37	33	45	430	86%
No	26	9	13	17	5	70	14%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 5



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis cuantitativo

En esta interrogante donde se hace referencia a la reestructuración del noticiero, de los resultados obtenidos entre: usuarios, autoridades, comerciantes, estudiantes y periodistas, el 86% que representa a 430 personas consultadas señalan que es necesario se cambie o modifique es espacio informativo ante una serie de irregularidades que presenta. Por su parte, una cantidad de 70 personas que constituyen el 14% de encuestados sostienen que el noticiero debe seguir de la misma manera, sin embargo en los por qué argumenta que se debería hacer ciertos ajustes al espacios con el objetivo de lograr informar mejor a la colectividad.

Análisis cualitativo

La mayoría de los encuestados sostienen que es necesario y de manera urgente plantear un reestructuración del noticiero por cuanto son más de tres años que se mantiene su mismo esquema, imagen, tratamiento a la información y fuentes de información. De otro lado, un número inferior de ciudadanos sostienen que el informativo está correcto y cumple con sus expectativas, sin descuidar detalles como es necesario incorporar o hacer ajustes al espacio donde se le dé mayor importancia al contenido y sustento periodístico de cada noticia que se difunde. En definitiva, podemos deducir, que una reestructuración a todo el noticiero es lo que están esperando los televidentes siempre y cuando cumplan con sus expectativas.

Pregunta Nº 6.- Qué clase de noticias le gustaría que se difundan en el noticiero Ser?

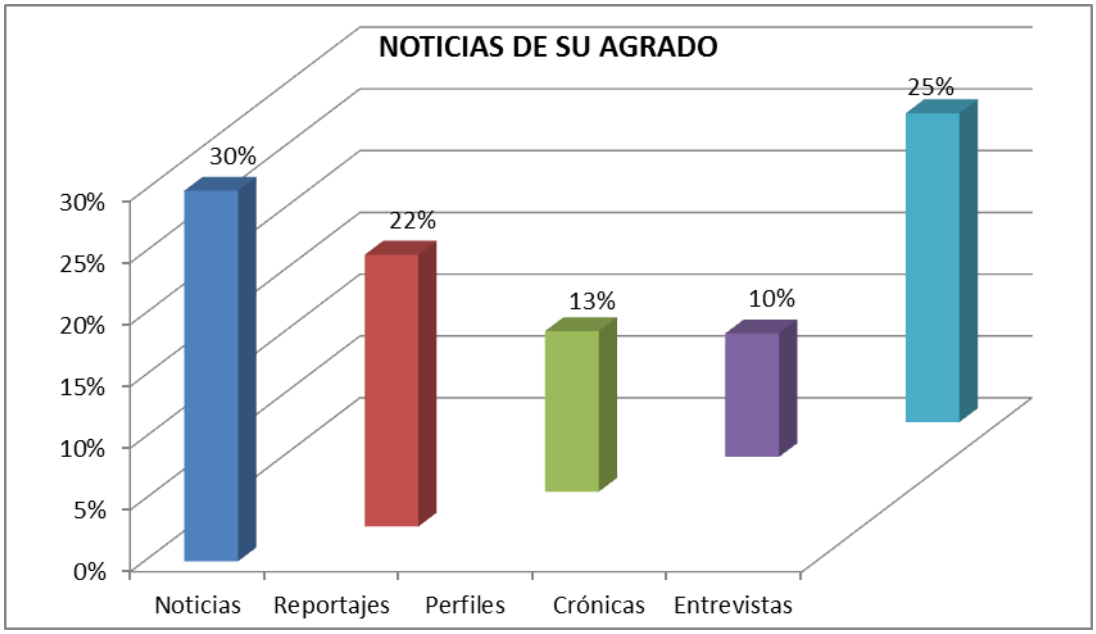
CUADRO # 6

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
Noticias	92	15	13	15	16	151	30%
Reportajes	67	10	10	11	10	108	22%
Perfiles	38	7	8	6	6	65	13%
Crónicas	30	5	7	4	6	52	10%
Entrevistas	73	13	12	14	12	124	25%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 6



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis cuantitativo

Ante la preferencia de géneros periodísticos que se deberían implementar en el noticiero se recabó la siguiente información. En esta pregunta la mayoría de encuestados que representa el 30% y que equivale a 151 personas consideran que lo principal que debería ir en el espacio informativo son las noticias, por cuanto son la base informarse; mientras el 25% de interrogados que representa a 124 personas refieren que las entrevistas son parte fundamente de un espacio noticioso; mientras que el 22% que abarca a 108 encuestados se inclinan por los reportajes; un 13% que es el criterio de 65 ciudadanos sugieren que se debería emplear los perfiles; y el 10% que son 52 por las crónicas.

Análisis cualitativo

Una buena parte de encuestados señalan que las noticias deberían ser empleadas de manera diaria y continua en los noticiarios, argumentando que dicho género les permite informarse de mejor forma y rápida sobre lo que sucede en su ciudad, cantón y provincia; por su parte un cuarto de encuestados optan por las entrevistas justificando su criterio que a través de ella se puede conocer de primera fuente lo que acontece en instituciones pública y privadas. Los reportajes está dentro de la tercera solicitud de los usuarios de la información para que sean considerados en los noticiarios de Visión Satelital, donde se detalla que a través de aquellos se puede conocer

las cosas de manera más amplia y profunda. Finalmente, los perfiles y crónica es otra de las exigencias de los encuestados para que sean tomados en cuenta dentro de la agenda del medio.

Pregunta Nº 7.- Cuáles de las noticias se le debería dar preferencia en el noticiero Ser?

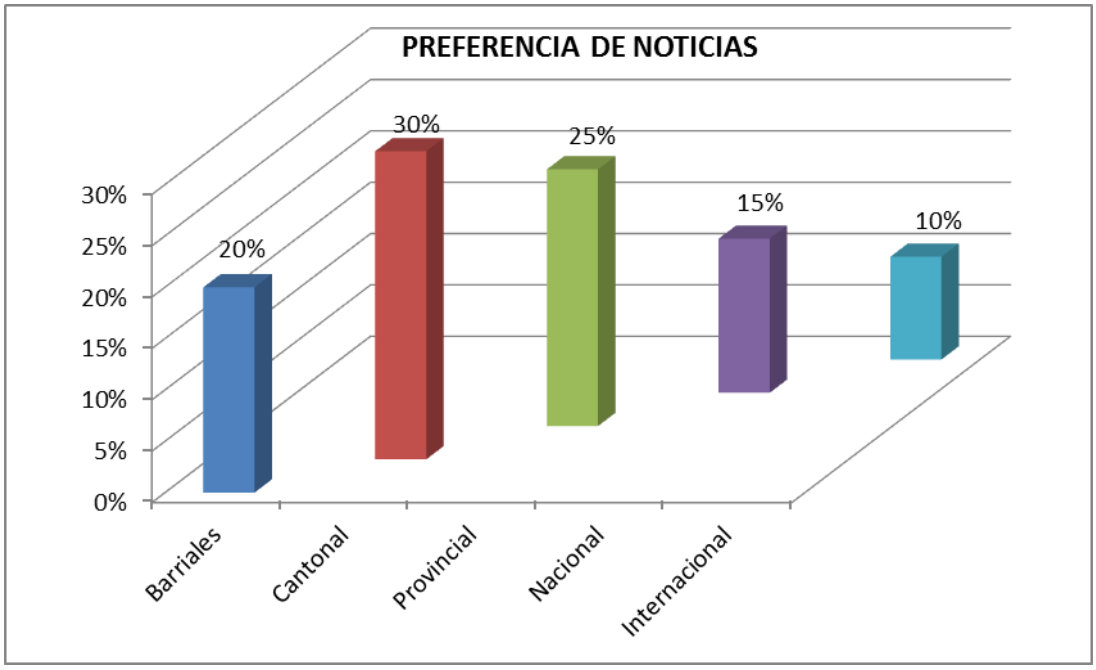
CUADRO # 7

Variables	Frecuencia por segmentos					Frecuencia	Porcentajes
	Usuarios	Autoridades	Estudiantes	Comerciantes	Periodistas		
Barriales	64	8	10	2	13	97	20%
Cantonal	97	12	14	16	12	151	30%
Provincial	75	15	11	14	12	127	25%
Nacional	38	10	9	12	8	77	15%
Internacional	26	5	6	6	5	48	10%
Total	300	50	50	50	50	500	100%

Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja

Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

GRÁFICO # 7



Fuente: Ciudadanía de Nueva Loja
Elaborado: Hugo Elizalde Guaillas

Análisis cuantitativo

A la interrogante planteada a qué noticias se le debería dar preferencia, la demanda y exigencia de los usuarios de Visión Satelital se representa de la siguiente manera: El 30% de personas consultadas que equivale a 151 individuos solicitan se incorporen más noticias de carácter cantonales que informen sobre lo que sucede en su cabecera cantonal y toda su jurisdicción; el 25% de sujetos interrogados que da 127 ciudadanos responde que noticias provinciales con el fin de conocer lo que acontece en otros cantones; el 20% que son 97 interrogados contestan que noticias barriales, un 15% que son 77 personas señalan que noticias nacionales, el 10% que abarca a 48 criterios indican que noticias internacionales.

Análisis cualitativo

Frente a esta inquietud, sin duda alguna, gran parte de los encuestados sostienen que las noticias del cantón se le deben dar mayor prioridad con el ánimo de conocer que sucede en su cabecera cantonal y sus parroquias.

Existe un número similar de personas que vierte su criterio indicando que los hechos suscitados a nivel de la provincia y otros cantones se los debería incluir en la programación noticiosa. De otro lado, es notoria la exigencia en ser informados de lo que acontece en los barrios, la ciudadanía quiere estar enterada del accionar de autoridades y necesidades en los barrios. El resto de criterio se divide entre noticias nacionales e internacionales.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS APLICADAS

Se aplicaron 9 entrevistas, segmentadas en públicos que estuvo dirigida a: comunicadores sociales, directivos, personal y colaboradores del canal visión satelital. Cada una de las encuestas fueron formuladas y aplicadas con 5 interrogantes.

- **¿La agenda noticiosa del noticiero "Ser" responde a la realidad de Nueva Loja y las demandas de sus televidentes?**

Aquí las respuestas de los comunicadores sociales y del equipo periodísticos son divididas: los primeros sostienen que desde el ámbito profesional ellos no consideran que los hechos difundidos en el medio televiso responda a lo que están demandando los televidentes, sino a una iniciativa propia de quienes manejan las emisiones del noticiero; de su lado, los responsables del espacio informativo afirman que las noticias difundidas son parte de los sucesos de Nueva Loja y cumplen con las expectativas de sus usuarios.

- **¿Existe planificación de la comunicación: antes, durante y después de la puesta al aire del noticiero?**

De la misma manera, los criterios responden a la conceptualización que le dan cada sector, así. Los profesionales en la comunicación social indican que es evidente en cada emisión del noticiero el alto nivel de improvisación dejando de lado la planificación de la comunicación y como resultado son los

mismos informativos monótonos y cansinos. Mientras que directivos y periodistas de Visión Satelital, argumenta que existe planificación durante todo el proceso de producción de un noticiero.

- **¿La responsabilidad social empresarial o vinculación con la colectividad se da por parte del canal y su noticiero?**

Aquí los criterios son coincidentes, argumentando que el mismo hecho que el canal busque información a todo nivel brinda el espacio a la ciudadanía para que ponga de manifiesto sus reclamos, solicitudes, llamados de atención a autoridades e instituciones. Lo propio es generador de espacios a las instituciones y autoridades, sin embargo falta mucho para poder cumplir con su responsabilidad social como empresa ya que los recursos son ínfimos para poder emprender en programas o proyectos de atención a la ciudadanía.

- **¿Cómo generan información que luego es difundida a la ciudadanía a través del noticiero?**

Frente a esta interrogante las respuestas son varias: Los comunicadores sociales indican que no responde a nada planificado sino a casuística de los hechos noticiosos o llamadas de denuncias, por su parte el equipo de Visión Satelital refutan indicando que todos los días se reúnen y analizan el trabajo a ejecutar. Asimismo, los periodistas independientes sostienen que el

tratamiento a la información no es la correcta evidenciándose en noticias que son puestas en escena sin editar, los periodistas del medio televisivo se defienden afirmando que si existe tal tarea, pero que en ocasiones por situación tiempo les toca emitir notas en bruto.

- **¿Cuáles son las sugerencias para poner en marcha un noticiero diferente y competitivo?**

Coinciden que es necesario incorporar un director de noticias, equipo periodístico profesional, es decir comunicadores sociales, equipos de última generación, tecnología, logística y presupuesto.

Entrevista Administradora del canal Visión Satelital

Como administradora del canal, que significa esta responsabilidad de estar al frente de un medio de comunicación?

Esta pregunta está muy complicada, pues la verdad es que yo no tengo conocimiento de cómo manejar un medio, o dirigir más que todo, es muy difícil porque hay cuestiones de información , publicidad, eso que dicen producción y un montón de cosas que la verdad a mí se me complica bastante, yo estoy también administrando el sistema de cable y a mí se me hace muy difícil, sobre todo porque no tengo conocimiento de esto y por el

tiempo, yo les dejo a los muchachos del noticiero que hagan algo para que se llene el espacio, por lo menos de noticias

Coméntenos, cuál es la cobertura que tiene el canal?

Bueno nosotros cubrimos toda la parte urbana de la ciudad de Nueva Loja, es decir cubrimos a todos los usuarios de televisión por cable de Visión Satelital, no se cubre todo el Cantón Lago agrio por falta de presupuesto

Qué tipo de programación que tiene este canal?

La verdad el único programa que tenemos es el noticiero, el resto ponemos películas, series, dibujos animados, y la publicidad, ahí estamos a ver que sucede

En cuanto al informativo, cuantas personas trabajan en el espacio de noticias?

Aquí laboran tres personas un presentador de noticias, un camarógrafo que hace de periodista, bueno las dos cosas y un controlista que también hace entrevistas y sale de reportero cuando no hay quien

Cuál es el nivel de estudios que tiene los que trabajan en el área informativa de este canal?

No tenemos profesionales, el único el presentador que es egresado, los demás son bachilleres

Cuál es la experiencia que tiene el equipo de trabajo?

En televisión poca experiencia en radio tiene más, bueno el presentador los demás aun no

Nos confirma entonces, que en este canal el personal que trabaja, lo hace empíricamente?

Sí, claro que sí, los muchachos casi lo hacen por voluntad propia

Contar con personal que no es titulado, ha dificultado realizar una producción de calidad?

Bueno me parece que sí, creo que, bueno es mi pensar, pienso que si no tienes las bases científicas no puedes hacer un programa bonito

En el noticiero informan de todo lo que pasa en la ciudad, de los acontecimientos importantes?

Como le digo es muy complicado, primeramente nos falta profesionales en televisión, y también para la producción técnica, a esto súmele la falta de personal en el canal, de profesionales en la materia sobre todo, también el

dinero para implementar cosas equipos. A pesar de eso si hacemos un noticiero aceptable para mantener informada a la gente

Entrevista Presentador del Noticiero "Ser"

Es complicado estar al frente de noticias, como presentador y a la vez coordinar las actividades?

Muy complicado, se dificulta la tarea de informar porque los compas no son profesionales, eso implica que yo tengo que hacer casi de todo, además yo tengo otro trabajo en un medio radial y solo llego en la noche a presentar las noticias, además faltan recursos económicos, pero en realidad lo poco que hacemos lo hacemos bien, para mantener informada a la ciudadanía.

Cómo se distribuyen las personas?

Según ellos me cuentan que tiene que hacer doble trabajo, es decir manejar la cámara y a la vez hacer de periodistas, imagínese eso, ellos salen durante la mañana a cubrir la noticia y en la tarde preparan el material, casi no editamos sacamos al aire las entrevistas de 6 o 7 minutos

Cuántas emisiones del noticiero tienen la día y a qué hora?

Tenemos una sola emisión, a las 19h30

Que impacto tiene el noticiero en la ciudadanía?

No tenemos mucho impacto, porque falta profesionales, falta reestructurar, es decir hacer un noticiero con todas las de ley

El personal que trabaja en el noticiero, tiene la facilidad de capacitarse?

Es muy difícil, si queremos capacitarnos nos toca salir a Quito, Guayaquil, o Loja por ejemplo, para seguir una carrera a fin.

g. DISCUSIÓN

1. **Conocer la pre-producción, producción y postproducción del noticiario; con el fin de determinar los errores y aciertos en la difusión del informativo.**

Este objetivo se logra comprobar con los resultados arrojados de la pregunta dos de las entrevistas aplicadas a profesionales de la comunicación social y a directivos y equipo periodístico de Visión Satelital, donde la mayoría de criterios señalan que la producción del noticiero no responde a una lógica de planificación, ni tampoco se cumple con las tres fases de la producción en televisión. Como resultado de aquello existen los errores a la hora de poner al aire cada una de las emisiones del informativo.

- **Determinar si la generación de contenidos noticiosos es elaborada por profesionales y de acuerdo a las normas de demanda la comunicación social.**

Este objetivo se verifica a través de la pregunta dos, donde se demuestra (61%) que unos de los efectos que causa un noticiario de calidad es la falta de un espacio estructurado y con sustento periodísticos. Lo propio las entrevistas señalan lo mismo, el 100% de las entrevistas 4 y 5 indican

que el problema se genera por la ausencia de profesionales, tecnología y presupuesto.

- **Indagar a los usuarios o televidentes del noticiario y saber sus criterios sobre el espacio noticioso y cada una de sus demandas informativas.**

Este objetivo se verifica por medio de dos preguntas aplicadas en la encuesta: interrogante seis donde los televidentes (30%) requieren que en los noticieros se difunda noticias, así mismo se emita entrevistas (25%) y de otro lado sugieren que se considere los reportajes (22%); de la misma manera se comprueba el objetivo con la pregunta siete donde los encuestados (30%, 25%, 20%, 15 y 10%) solicitan se incremente en el noticiero “Ser” información: cantonal, provincial, barrial, nacional e internacional.

- **Establecer una propuesta de reestructuración del noticiario de acuerdo a las exigencias de la comunicación actual y que cubra las expectativas de sus televidentes.**

Este objetivo se verifica por medio de todas las interrogantes planteadas en la encuesta y aplicada a la ciudadanía y usuarios del canal televisivo, de forma particular con la interrogante cinco donde los encuestados (86%) solicitan sea cambiado o reestructurado el noticiero. Lo propio con las nueve entrevistas ejecutadas a tres públicos específicos; insumos que

determinan claramente cada una de las falencias, demandas y sugerencias para plantear un reestructuración del medio.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Enunciado de la Hipótesis

La ausencia de un equipo profesional en comunicación social, la improvisación y la falta de recursos, ha generado el deterioro de la imagen del noticiario “Ser” de Visión Satelital, canal por cable de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago agrio de la provincia de Sucumbíos; incidiendo en la desinformación de sus televidentes.

Conclusión

Luego de haber realizado los análisis correspondientes, y tomando en cuenta la hipótesis de investigación, se llegó a determinar que la desinformación en los televidentes de Visión Satelital se debe a la ausencia de profesionales en comunicación social que realicen actividades periodísticas acordes a las exigencias de los usuarios y de la comunicación actual. Además el trabajo que desarrollan en el canal es de manera improvisa ha logrado que los televidentes no satisfagan sus necesidades informativas.

Decisión

Tomando en consideración los criterios de autoridades y funcionarios de Visión Satelital, así como de usuarios, comerciantes, estudiantes, autoridades y comunicadores sociales, se llega a comprobar la hipótesis y se determina que en verdad, la ausencia de profesionales en comunicación social, la improvisación y la falta de presupuesto ha generado el deterioro de la imagen del noticiario “Ser” de Visión Satelital, incidiendo en la desinformación de sus televidentes.

h. CONCLUSIONES

En base a los resultados arrojados en esta investigación y por las experiencias adquiridas durante el desarrollo de este trabajo se arribaron a las siguientes conclusiones:

1. Existe ausencia de profesionales en comunicación social, como falta de planificación en la fase de producción, presupuesto y tecnología; limitando la producción de un noticiero objetivo y de calidad.
2. Las informaciones vertidas en cada emisión noticiosa no responde a la realidad de Nueva Loja, ni tampoco los hechos de mayor importancia suscitados en el cantón son parte de la agenda de noticias del canal de televisión.
3. El manejo y tratamiento de los hechos noticiosos se los realiza de forma empírica, se presenta al público productos de manera artesanal (en bruto), no existe seguimiento e investigación y los televidentes califican al espacio informativo como pésimo. Lo que ha generado la pérdida de credibilidad del canal y su noticiero.
4. No existe un espacio noticioso que informe del acontecer del cantón, su provincia, sus barrios, el país y el mundo. Donde primen las noticias, acompañadas de entrevistas, reportajes, perfiles y crónicas.

i. RECOMENDACIONES

Sobre la problemática estudiada en este trabajo de investigación y con el afán de contribuir a su solución, se plantean las siguientes sugerencias:

1. Ante la limitante de producir un noticiario de calidad, es necesario la incorporación de un director de noticias, acompañado de un equipo de profesionales en comunicación social; con el fin de no seguir improvisando las cosas y lograr un noticiario acorde a las exigencias de sus televidentes.
2. Se debe dotar de: equipos, personal, recursos económicos, logística, tecnología e infraestructura a Visión Satelital por parte de los directivos y accionista del medio televisivo para con ello garantizar la producción del noticiero Ser.
5. Capacitación a todos los funcionarios que laboran en el medio televisivo sobre: generación de contenidos, redacción periodística para televisión, producción audiovisual, géneros periodísticos, investigación y seguimiento informativo, entre otros.
6. Reestructurar el noticiero “Ser” de Visión Satelital en sus tres emisiones, donde se incluya todos los elementos y procesos de producción del informativo.

PROPUESTA

TEMA:

REESTRUCTURACIÓN DEL NOTICIERO "SER" DE VISIÓN SATELITAL, CANAL LOCAL POR CABLE, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA DEL CANTÓN LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.

ANTECEDENTES

La producción de televisión, en cualquiera de sus modalidades y géneros, es un trabajo que ineludiblemente se realiza en equipo. Las características tecnológicas y narrativas del medio así lo exigen, de ahí que existan las diferentes áreas que organizan y planean los diversos cargos y funciones que desempeñan quienes integran el staff de producción.

La producción de programas televisivos de carácter informativo y noticioso requiere de profesionales que ejecuten su trabajo, pero apegado a un estilo propio del medio y del espacio informativo. Por otro lado, periodistas que conozcan las técnicas narrativas y estructurales que definen los contenidos de programas informativos y noticiosos del medio, en este caso la televisión, así como su proceso de producción.

Al trabajar en el mejoramiento de un noticiero, se debe crear alternativas de cómo llegar al público, para que se muestre cautivado y tener la atención

durante todo el informativo, para ello se presenta formas de crear mensajes que sean llamativos y no causen aburrimiento al televidente. Dentro de un trabajo periodístico es importante la variedad para el televidente.

Mediante un estudio, previo, que involucró a: usuarios, autoridades, profesionales, comerciantes, estudiantes y productores de Visión Satelital –canal local por cable– de la ciudad de Nueva Loja del cantón Lago Agrio de la provincia de Sucumbíos; determinó que el tratamiento a la información no es la adecuada y la producción del noticiero se lo ejecuta sin una base, por ello no cuenta con una estructura y sustento periodístico.

DESARROLLO

El noticiero contará con un estilo propio, entretenido, dinámico, y sobrio. Es decir un noticiero dinámico, que tenga diversidad y calidad de información más no cantidad como se requería anteriormente en el medio de comunicación. En la reestructuración se ha considerado varios aspectos en el ámbito audiovisual e investigativo, considerando lo que requieren las audiencias en base a al estudio.

Se habla de varios segmentos, donde se dará a conocer diferentes estilos para cada uno de los bloques dentro del noticiero, son particiones que ayudarán al espectador a reconocer fragmentos y tener el conocimiento de los temas que se está tratando.

ESTRUCTURA “NOTICIERO SER”			
Nº	**Segmento**	**Duración**	**Tiempo Parcial**
01	Presentación	00:00:30:00	00:00:30:00
02	Noticias Locales	00:12:00:00	00:12:30:00
03	Publicidad	00:04:00:00	00:16:30:00
04	Noticias Cantonales	00:10:00:00	00:26:30:00
05	Publicidad	00:04:00:00	00:30:30:00
06	Entrevista	00:10:00:00	00:40:30:00
07	Publicidad	00:04:00:00	00:44:30:00
08	Noticias Nacionales e Internacionales	00:05:00:00	00:49:30:00
09	Publicidad	00:04:00:00	00:53:30:00
10	Noticias deportivas	00:06:00:00	00:59:30:00
11	Cierre	00:00:30:00	00:60:00:00
Total			**01:00:00:00**

El noticiero “Ser” tendrá una duración de 60 minutos, cuenta con cinco segmentos: entrevista, noticias locales, cantonales, nacionales, internacionales y deportes. La entrevista tendrá una duración de 10 minutos, la parte informativa consta de 33 minutos, 16 minutos en publicidad y un minuto para presentación y cierre.

CARACTERÍSTICAS Y CONTENIDOS

La presentación del noticiero contará con una nueva línea gráfica, inicia con un intro que tiene una duración de 30 segundos, se continúa con la presentación y se da paso al primer bloque de noticias locales que tiene una duración de 12 minutos, consta de 4 noticias que tratarán hechos generados en Nueva Loja. Sigue un espacio de publicidad de 4 minutos, donde se pautarán entre 4 y 7 spots publicitarios.

Luego el segundo bloque de noticias cantonales donde se utilizará 10 minutos, aquí se difundirán 4 notas informativas de los acontecimientos más destacados en otros cantones de la provincia de Sucumbíos. De inmediato se dará paso a la publicidad de 4 minutos dando espacio a 4 ó 7 comerciales.

Las entrevistan tendrá un espacio de 10 minutos, donde se contará con un invitado por emisión, para un diálogo en vivo sobre temas de transcendencia local y provincial. Luego vendrá un nuevo corte de publicidad entre 4 y 7 comerciales, invirtiendo un tiempo de 4 minutos. Así mismo existirá el tercer bloque de noticias nacionales e internacionales, con la utilización de 5 minutos, este espacio será para mostrar lo más destacado que sucede en el Ecuador (resumen de noticias 3) y del mundo (resumen de noticias 3). Luego se dará paso al cuarto corte de publicidad de 4 minutos.

El cuarto bloque de noticias estará dado por hechos de carácter deportivo, aquí se utilizará 6 minutos para dar a conocer la actividad deportiva del cantón y provincia, sin dejar de informar lo nacional y mundial según sea su pertinencia e impacto, pero de manera prioritaria tendrá lugar lo que sucede en el área de cobertura del medio. Finalmente, se procederá al cierre del noticiero donde existirá un intro de 30 segundos. El nuevo diseño de "Premier Noticias" está para ser difundido y observado en 60 minutos (una hora).

CARACTERÍSTICAS Y CONTENIDOS"PREMIER NOTICIAS"		
Bloque	**Característica**	**Tiempo**
Presentación	Intro	00:00:30:00
Primer Bloque de Noticias	Noticia local 1	00:12:00:00
	Noticia local 2	
	Noticia local 3	
	Noticia local 4	
Publicidad	Spots publicitarios (4 ó 7)	00:04:00:00
Segundo Bloque de Noticias	Noticia de cantones 1	00:10:00:00
	Noticia de cantones 2	
	Noticia de cantones 3	
	Noticia de cantones 4	
Publicidad	Spots publicitarios (4 ó 7)	00:04:00:00
Entrevista	Invitado por emisión	00:10:00:00
Publicidad	Spots publicitarios (4 ó 7)	00:04:00:00

Tercer Bloque de Noticias	Resumen nacional	00:05:00:00
	Resumen internacional	
Publicidad	Spots publicitarios (4 ó 7)	00:04:00:00
Cuarto Bloque de Noticias	Noticias deportivas local	00:06:00:00
	Noticias deportivas nacional	
	Noticias deportivas internacional.	
Cierre	Intro	00:00:30:00
TOTAL		**01:00:00:00**

Presentador / a

En la reestructuración del noticiero “Ser” se optó por una presentadora/o que se encargue en brindar información a la ciudadanía y realizar las entrevistas. El trabajo de presentador/a de noticias es una gran responsabilidad, ya que es el o la encargada de dar la información y en varias ocasiones emitir comentarios de los acontecimientos suscitados.

La presentadora/o del noticiero debe tener interés al presentar la noticia, otra parte importante es la imagen personal, todo el tiempo debe permanecer impecable en su vestuario y maquillaje, debe ser creativa, tener buena actitud, personalidad motivadora, conocimiento, habilidad de palabra, voluntad, aptitud y capacidad de cumplir el reto de presentar un noticiero, con calidez y naturalidad, que llegue al público televidente y sea visto el

informativo diariamente, por la calidad de las noticias y la manera que son presentadas.

Debe concentrarse en la duración de la noticia, para que esté atenta/o y al momento que regresa dar a conocer correctamente la siguiente nota, tener siempre fluidez de palabra en caso de fallas técnicas y de guión, ya que solo es una guía del presentador, debe estar preparada/o para en cualquier momento del noticiero poder improvisar.

Escenografía

Para el noticiero se usará una sola escenografía, la cual tendrá tres espacios donde se presentará cada bloque de noticias (locales, cantonales, nacionales e internacionales y deportivas) y las entrevistas. La escenografía será virtual, es decir se trabajará en croma utilizando diseños sólidos y en degradé para generar un efecto llamativo y formal, donde irán los logos del canal y noticiero como de los segmentos.

A su extremo derecho irá el set de noticias deportivas, el cual será de igual forma virtual. Aquí el presentador o presentadora hará su trabajo de forma parado/a (erguido/a).

En el centro irá el set principal, donde se presentarán las noticias locales, cantonales, nacionales e internacionales; su escenografía será virtual en

azul y con sus logos principales; irá acompañado de una mesa principal de dos lados que permitirá cambiar de ángulos al momento de presentar los diferentes segmentos de noticias. El presentador o presentadora lo hará sentado en una silla.

Al otro extremo irá el set de entrevistas, mismo que irá de forma virtual en madera, líneas azules para contrastar con el resto de la imagen del noticiero, aquí igual irá el identificativo del segmento, existirá una mesa y sillas para el entrevistador y entrevistado.

Al set le dará el toque de elegancia, y servirá como separador de cada segmento, los fondos para la identificación de noticias, mismas que serán virtuales y se mostrará en su totalidad (todo el fondo del presentar/a) el hecho a ser difundido, el cual llevará una breve descripción del tema a tratar.

Por otro lado, el piso será de alfombra color roja que complementará la elegancia y seriedad del set de noticias de Visión Satelital, trabajo que será de la misma manera trabajada virtualmente.

Equipo técnico

En el equipo técnico se habla del uso de cámara, un monitor que se encuentre frente al presentador, el mismo que le ayudará a guiarse en el momento de presentar la noticia, el trabajo en el *set* se realizará con

micrófono corbatero, para que la señal del audio sea directa y clara, se debe brindar una correcta iluminación, para que el televidente tenga en su pantalla una imagen nítida.

Se trata de que la audiencia tenga novedosas experiencias desde perspectivas diferentes, por esta razón es importante conocer al público dirigido y posicionarse como noticiero.

Línea gráfica

Se realizó una estructura de modificación en cuando al color, estructura y estilo, está compuesta por un tipo de letra llamado Bodoni MT Black, que es útil y sencilla como todo el logotipo, el símbolo principal se asemeja al mundo, pero en un estilo abstracto.

En la parte gráfica se usa formas simples y geométricas, se crea signos simples y puros, la línea gráfica del noticiero se basa en colores azul, celeste, verde, negro y blanco que dan formalidad, seriedad, sobriedad y frescura.

Se los conoce como colores formales, aquellos colores que dan la sensación de notoriedad, se encuentra en la gama de los azules y blancos, con mayor frecuencia este tipo de colores se usan en programas informativos, debido a este tipo de tonalidades resultan tranquilizantes para la vista del ser humano.

Al armar un noticiero, se debe trabajar primeramente en la imagen que se le quiere dar, es decir escoger de una manera correcta la identidad que el informativo llevará durante el tiempo de 1 año, que tiene para realizar nuevos cambios.

Guión

En un noticiero se usa guión técnico, debido a que se presenta información diaria, la base del noticiero es su estructura, dividida en bloques y segmentos temáticos, por lo que se utiliza los leads que lee un presentador ante cámaras como pautas realizadas por el director y jefe de noticias, en las que se encuentra la descripción de la información del día.

En este caso se usará una escaleta diaria, poniendo el orden que va a tener el informativo, sus bloques, comerciales y cada uno de las noticias, de esta manera se tiene un orden, lógico y cronológico, al momento de impartir los acontecimientos más importantes del día.

En esta propuesta se realizará un guión técnico para presentar de mejor manera las secuencias y cada uno de los bloques del noticiero.

GUIÓN TÉCNICO NOTICIERO “SER” DE VISIÓN SATELITAL						
SEC.	**PLANO**	**IMAGEN**	**AUDIO**		**TIEMPO PARCIAL**	**TIEMPO TOTAL**
			SONIDO	**TEXTO**		
		Introducción del noticiero			30 segundos	30 segundos
	Plano americano	Presentador parado en set de noticias	Saludo presentador	Buenas noches amigos televidentes, bienvenidos a su informativo “Ser”	05 segundos	35 segundos
Bloque 1	Plano americano	Presentador en set	Introducción de la noticia	**NOTICIAS LOCALES**	12 minutos	12 m, 35 s
				Intoxicación en niños de 2 centros infantiles		
				Crisis en el gobierno provincial de Sucumbíos		
				Actor Norteamericano visita Sucumbíos		
				Alcantarillado y bordillos es el pedido que hacen moradores del sur de Nueva Loja al Municipio		
		Corte comercial			04 minutos	16 m, 35s
Bloque	Plano americano	Presentador en set	Introducción de la noticia	**NOTICIAS CANTONALES**		
				Ministerio del Ambiente decomisó madera en el Cantón Gonzalo Pizarro de Sucumbíos		

2				Deslave en la parroquia el Reventador causó derrame de petróleo	10 minutos	26m, 35 s
				Accidentes de Motos congestionan los centros de salud y hospital provincial de Sucumbíos		
				Alcaldes de Sucumbíos no renunciarán a su cargo e irán a la reelección		
		Corte comercial			03 minutos	29m, 35s
Bloque 3	Plano americano	Spot Canal Presentador y entrevistado en set	Introducción a la entrevista	**ENTREVISTA**	01 minuto	30m, 35s
				El Vocal de la Junta Provincial Electoral de Sucumbíos Comps Córdova, informa los preparativos que se están realizando para las elecciones seccionales del 23 de febrero próximo en la provincia de Sucumbíos	10 minutos	40m, 35s
		Corte comercial			04 minutos	44m, 35s
Bloque 4	Plano americano	Presentador en set	Introducción de la noticia	**NOTICIAS NACIONALES / INTERNACIONALES**	05 minutos	49m, 35s
				Se prepara una campaña para salvar las paredes y ornato de las ciudades		
				Primer avión no tripulado se construyó en Ecuador		

				Siguen protestas en Ucrania		
		Corte comercial			04 minutos	54m, 35s
Bloque 5	Plano americano	Presentador en set	Introducción de la noticia	**NOTICIAS DEPORTIVAS** Deportistas de Lucha Olímpica se preparan para encuentros La Copa del Mundo llego a Ecuador, aficionados salen a las calles para recibirla	05 minutos	59m, 35s
	Plano americano	Presentador parado en el set de noticias	Despedida del presentador	Hasta aquí los hechos más importantes suscitados durante este día. Gracias por su atención, hasta la próxima entrega.	05 segundos	59m, 40s
		Spot final noticiero			20 segundos	01:h00
Noticiero "Ser", "las noticias como deben de ser"						

PRESUPUESTO

La presente propuesta de reestructuración requiere de recursos Humanos y técnicos para hacer factible la misma.

PRESUPUESTO				
Concepto	**Descripción**	**Cant.**	**Valor Unitario**	**Total**
Remuneraciones	Director de Noticias	01	1.000,00	1.000,00
	Presentador	01	340,00	340,00
	Periodistas	02	680,00	1.360,00
	Camarógrafos	02	340,00	680,00
	Productor	01	600,00	600,00
	Operador control master	01	340,00	340,00
				USD. 4.320,00
Equipos	Cámaras de vídeo para estudio	02	5.200,00	10.400,00
	Cámaras de vídeo cobertura	02	3,400,00	6.800,00
	Micrófonos para cobertura	02	150,00	300,00
	Micrófonos para estudio	02	230,00	460,00
	Computadoras edición de noticias	02	2.100,00	4.200,00
	Computadora Mac producción	01	4.000,00	4.000,00
	Computadoras Mac estudio	01	4.000,00	4.000,00
	Mezcladora de vídeo	01	6.800,00	6.800,00
	Estudio virtual	03	500,00	1.500,00
	Kit de luces	02	2.000,00	4.000,00
				USD. 42.460,00
Imagen	Línea gráfica	01	1.500,00	**USD. 1.500,00**
		TOTAL		**USD. 48.280,00**

FINANCIAMIENTO:

El financiamiento será, a través de publicidad pagada por instituciones públicas y privadas, mismas que mensualmente aportarán un rubro por concepto de difusión y promoción a través de spots publicitarios de las actividades comerciales y prestación de servicios en beneficio de la ciudadanía de Sucumbíos.

Las entidades que pautarán y financiarán la propuesta informativa comunicacional de Visión Satelital son:

Instituciones Públicas

- Dirección Provincial de Turismo.
- Dirección Provincial del Magap.
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
- Corporación Nacional de Electrificación.
- Agencia Nacional de Tránsito Sucumbíos.
- Plan Ecuador Sucumbíos.
- *Gobierno* Municipal de *Lago Agrio.*
- Gobierno Provincial de Sucumbíos.

Instituciones Privadas

Centros y casas comerciales de Nueva Loja.

- Electrodomésticos Oriental.

- Supermercados La Favorita.
- Supermercado El Éxito.
- Hotel Lago Imperial.
- Gran Hostal de Lago.
- Almacenes La Ganga.

CRONOGRAMA

MESES / ACTIVIDADES	Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de la Propuesta												
Línea gráfica												
Recolección de información noticiosa												
Producción de noticias												
Grabación de presentaciones en estudios												
Producción general del noticiario												
Postproducción del noticiario												
Presentación y sustentación de la propuesta												

j. BIBLIOGRAFÍA

1. PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Mostaza, Bortdame. Barcelona, 1995.
2. COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA LA TELEVISIÓN, Módulo 6 de Comunicación Social, Iñiguez Cartagena, José, Editorial Universitaria, Loja, Ecuador, 2007
3. INDOLE DEL PERIODISMO (varios autores) EEUU, 1983.
4. INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO, Fraser Bond, F, México, 1986.
5. ABC DEL PERIODISMO, Gorz. Margarita, Editorial Concepto. S.N. México D.F. 1988.
6. REDACCIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS, Documento de trabajo No2, Iñiguez Cartagena José. Loja-Ecuador. 1999.
7. PERIODISMO EN TELEVISIÓN, Yorke, Ivor, Editorial Limusa, segunda edición, México DF, México, 1994
8. PERIODISMO CIENTÍFICO Y EDUCATIVO, CIMPEC-OEA, Editorial Época, Fondo Editorial CIESPAL, Quito, Ecuador.
9. TELEVISIÓN: PANTALLA E IDENTIDAD, Rincón-Estrella, Quito, 1999.
10. CUADERNOS CHASQUI, Galindo Cáceres, Luis, Vivir y Sentir la Televisión, Ediciones CIESPAL, Quito, Ecuador, 1995.
11. SINOPSIS redactada por Dinorah Cortinas, en noviembre de 1991. Reproducida con permiso de la autora.

k. ANEXO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Modalidad de Estudios a Distancia MED

Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

TEMA:

"ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2013"

Proyecto de tesis previo a la obtención de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTOR:

HUGO ALFREDO ELIZALDE GUAILLAS

Nueva Loja – Ecuador

2013

a. TEMA

"ANÁLISIS DEL NOTICIERO SER DEL CANAL VISIÓN SATELITAL, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA REESTRUCTURAR SU CONTENIDO Y LENGUAJE AUDIOVISUAL; EN EL PERIODO SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2013"

b. PROBLEMÁTICA

Ubicación y contextualización

El hombre es un ser social por naturaleza y desde siempre ha visto la necesidad de estar comunicado y por lo tanto informado. Desde tiempos muy remotos el hombre buscaba la manera de enterarse de situaciones que ocurrían no solamente del medio sino en el mundo entero.

Los medios de comunicación social no informaban de un paraíso, en medio de la amazonia ecuatoriana, que estaba habitado por “sionas, cofanes, secoyas, shuaras y kichwas”; aparentemente era tierra de nadie y sin historia. El poder mediático no decía nada sobre ese pueblo pobre asentado en un lago negro de petróleo, que se formó por colonos que llegaron de la costa y sierra; y esta tierra los acogió sin ninguna dificultad.

Así nació Nueva Loja –hoy– cantón Lago Agrio de la provincia de Sucumbíos, a un inicio con 5.000 colonos la mayoría lojanos, quienes llegaron hasta aquí en busca de tierras propias. Hoy mismo, Nueva Loja, tiene 56.000 habitantes y es la capital de Sucumbíos.

La ciudad es llamada Nueva Loja, debido que la mayor parte de los inmigrantes, que vinieron a poblar esta zona durante el boom petrolero en

los años 70, son de una sureña provincia del país que se llama Loja, cuya capital de provincia también se llama así.

Nueva Loja está situada al pie del río Aguarico, a unos 20 kilómetros de la frontera con Colombia, rodeada de grandes extensiones de selva húmeda tropical. Es una ciudad petrolera, es decir organizada en función de brindar servicios a los trabajadores de las compañías petroleras y también con un atractivo turístico y cultural impresionante.

Por su parte, la provincia de Sucumbíos se encuentra ubicada en el nororiente ecuatoriano, en la cuenca amazónica alta entre los ríos San Miguel, Putumayo, Aguarico y sus afluentes.

Toda la provincia con sus siete cantones (Shushufindi, Lago Agrio, Cascales, Gonzalo Pizarro, Cuyabeno, Putumayo y Sucumbíos) tiene 176.000 habitantes. La población está aproximadamente compuesta de migrantes del interior del país y sus descendientes (86%), de cinco grupos de indígenas nativos: Kichwas, Shuaras, Awás, Cofanes, Sionas y Secoyas (10%) y de afrodescendientes (4%).

La frontera entre Ecuador y Colombia, en el espacio correspondiente a Sucumbíos tiene alrededor de 300 km de extensión, ella comprende territorios de páramo, sierra alta, subtropical y trópico. Un 60% de la frontera es fluvial.

Los lugares de intercambio comercial más concurridos y mejor conectados por carretera hacia el interior del lado ecuatoriano son: Santa Bárbara en el cantón Sucumbíos; en el río San Miguel: General Farfán y Puerto Nuevo, y Puerto El Carmen en la confluencia con el río Putumayo.

Existen innumerables pasos terrestres y fluviales a lo largo de toda la frontera con Colombia. Éste es fundamentalmente un límite en lo político, pero es un punto de encuentro en lo económico, social turístico y cultural.

Situación actual del problema

Nueva Loja, al igual que el resto de ciudades del Ecuador viene desarrollándose y de manera particular en lo comunicacional; a esto responde la implementación de: radios, medios impresos, televisivos y medios web; brindando la posibilidad que la ciudadanía acceda a medios locales y obviamente nacionales ya que era muy fácil captar la señal de medios del vecino país de Colombia e incluso de grupos insurgentes.

En Nueva Loja, capital provincial de Sucumbíos, existen cuatro (4) canales de televisión: dos en señal abierta (Tv Cisne y Ecovisión) y los restantes en señal por cable (Lago Sistema Televisión y Ser Visión). A pesar de ser un alto número de canales para la ciudad y existir una competencia directa entre sí, todos manejan un formato similar sin brindar mucho al telespectador.

Ante la necesidad de contar con una alternativa de televisión pre pagada, para Nueva Loja, en el año 2005 nace la empresa Visión Satelital, misma que desde esa fecha vienen proporcionando la señal de televisión por Tv Cable. Poco más tarde crea su propio canal de televisión que funciona en la frecuencia VHF (Very High Frecuency).

Éste medio de comunicación televisivo, al igual que los tres restantes, no cuentan con una programación establecida de acuerdo a lo que demanda la comunicación social. Su principal producto, que deberían ser los noticiarios e informativos, solo existe una emisión (estelar) dejando de lado la responsabilidad de informar a la ciudadanía y ésta sin poder acceder a un bien público como es la comunicación e información.

Visión Satelital, frente a la demanda y necesidad de mantener informados a sus 3.500 usuarios o televidentes, implementó su noticiario denominado "Ser" el cual se mantiene hasta la presente. Dicho espacio es difundido en horario estelar (19:30) y su reprise a las 07:00 y 12:30 del día siguiente, evidenciando su bajo nivel de producción y la ineficiente capacidad instalada para generar tres informativos propios y diferentes.

A esto se suma el contenido y tratamiento que se le brinda a cada informativo puesto al aire. La explicación a este problema es fácil, todo responde a que carecen de profesionales con conocimientos en

comunicación social y falta de presupuesto para la implementación de equipos y personal.

Sus propietarios, al desconocer de la importancia y el rol que juega la comunicación, poco interés le han puesto al canal, por lo tanto sus inversiones están basadas en la dotación del servicio de señal por cable considerando que es aquí donde obtienen mayores réditos económicos.

El canal y particularmente el noticiario “Ser” está manejado por cuatro personas: un presentador, un reportero-camarógrafo, un operador de audio y vídeo (switcher) que también hace de camarógrafo-editor, y una administradora. Todos ellos son empíricos, no tienen titulación en comunicación social, lo que se refleja en el manejo del espacio.

El noticiario “Ser” no cuenta con una estructura definida, ni en lo comunicacional ni administrativo; es decir no existen responsables por cada área. Aquí no hay un director de noticias o responsable del espacio, por lo tanto las coberturas y notas periodísticas responden a la intuición del grupo de colaboradores.

Al no tener una planificación definida, la mayoría de las cosas se improvisan, el informativo transmite el 50% de su espacio entrevistas en vivo y la otra mitad notas pregrabadas, pero en bruto (sin editar) demostrando que a las

noticias no se les brinda un tratamiento adecuado para cumplir el objetivo de la comunicación social: informar, orientar y educar.

De acuerdo a lo que determinan las normas de producción para televisión y de manera especial para espacios informativos, no son considerados ningunos de estos elementos como: reuniones de planificación, distribución de fuentes, enfoque y tratamiento de la noticia, edición, locución e infografía; en otros.

De otro lado, el noticiario “Ser” no tiene segmentado su espacio, por lo que es muy usual observar en un solo paquete informaciones locales, nacionales e internaciones. También se lo ha convertido en un espacio de opinión y crítica sesgada, dejando entrever un cierto direccionamiento.

Frente a ello, las críticas de parte de los televidentes, que comprende: ciudadanía, autoridades, instituciones y comunicadores; es constante quienes a diario expresan por el descontento en el manejo y tratamiento de la información como de los invitados a ser entrevistados.

Todo esto ha generado la pérdida de confianza y credibilidad del canal y particularmente del noticiario, ya que la ciudadanía de Nueva Loja tiene centrada su atención en este medio que les puede informar de lo que sucede en su cantón, provincia y país. Consecuentemente, la imagen de Visión Satelital está deteriorada por tres factores: ausencia de profesionales en

comunicación social, estructura y modelo del informativo, y falta de presupuesto.

Delimitación del problema

Nueva Loja con sus diferentes sectores sociales, es protagonista de hechos noticiosos de carácter culturales, deportivos, económicos, sociales y políticos; todo ello reflejo de la realidad en la que se desenvuelven sus habitantes. Como actores y autores de esta realidad, sus moradores, son conscientes que forman parte de un gran entorno, mismo que se extiende a limitar, según se maneje la comunicación.

Tomando en cuenta el rol y la importancia que juega la televisión, su papel que desempeña en el fomento y desarrollo de las comunidades; y sobre todo su alto nivel de persuasión. Frente a esta realidad, he creído conveniente enmarcar mi investigación con el fin de darle un sustento profesional y alternativas de solución a los inconvenientes que está atravesando el noticiario “Ser” de Visón Satelital.

El presente estudio estará enfocado a los usuarios o televidentes de Visión Satelital, quienes conocedores de esta realidad serán mis aliados para profundizar en el análisis y conocimiento de sus exigencias y de las expectativas que tienen del medio de comunicación, así como saber sus

necesidades entorno a información y comunicación del mencionado espacio noticioso.

Ante ello, considero que la problemática está dada en que “EL NOTICIARIO “SER” TIENE UN BAJO NIVEL PROFESIONAL EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS, AUSENCIA DE PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y DESCONOCIMIENTO POR PARTE DE SUS DIRECTIVOS DE LA IMPORTANCIA QUE JUEGA LA COMUNICACIÓN; LIMITANDO QUE LA CIUDADANÍA DE NUEVA LOJA SE INFORME Y CONOZCA DE MANERA OPORTUNA Y OBJETIVA DE LO QUE SUCEDE EN SU ENTORNO”.

c. JUSTIFICACIÓN

El tratamiento de temáticas de carácter general contribuye al conocimiento de la verdad, y por ende a la generación de opinión pública, factor preponderante para el desarrollo de los ciudadanos y del quehacer periodístico. Los distintos hechos e informaciones demanda y requiere ser tratados de acuerdo a su importancia y a sus protagonistas, más aún, si estos están dirigidos a toda una colectividad.

Justificación Académica

La Universidad Nacional de Loja, a través del Sistema Modular por Objetos de Transformación (SAMOT), que tiene como objetivo fundamental, dar soluciones a problemáticas de nuestra sociedad, buscando, con ello, formar profesionales que contribuyan con sus conocimientos a la búsqueda de alternativas. Por lo tanto, es deber de todos quienes estamos comprometidos con el quehacer comunicativo, contribuir a la solución de las problemáticas concernientes al tratamiento y difusión de los hechos que generan noticia en nuestras localidades.

Otra de las razones que justifica la realización de este trabajo investigativo, es de cumplir con los requerimientos establecidos por la Universidad

Nacional de Loja, a fin de dar cumplimiento a uno de los requisitos para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Justificación Institucional

A nivel institucional, este trabajo investigativo permitirá que las entidades y personas involucradas, puedan dirigir un noticiario que estará destinado para un público determinado de la ciudad de Nueva Loja del cantón Lago Agrio de la provincia de Sucumbíos, ya que de ellos dependerá el éxito o fracaso del proyecto. Aquí no solo se expresará el manejo periodístico, sino de todos los espacios informativos como tal.

d. OBJETIVOS

Objetivo General

- Realizar un estudio y análisis del noticiario “Ser” del canal televisivo Visión Satelital de la ciudad de Nueva Loja para conocer su estructura, funcionamiento y generación de contenidos.

Objetivos Específicos:

- Conocer la pre-producción, producción y postproducción del noticiario; con el fin de determinar los errores y aciertos en la difusión del informativo.
- Determinar si la generación de contenidos noticiosos son elaborados por profesionales y de acuerdo a las normas que demanda la comunicación social.
- Indagar a los usuarios o televidentes del noticiario y saber sus criterios sobre el espacio noticioso y cada una de sus demandas informativas.
- Establecer una propuesta de reestructuración del noticiario de acuerdo a las exigencias de la comunicación actual y que cubra las expectativas de sus televidentes.

e. MARCO TEÓRICO

La comunicación

La comunicación es importante en la sociedad ya que nos permite estudiar y entender los diferentes fenómenos sociales; hay que entender a la comunicación como un conocimiento transdisciplinario, más que como una disciplina, de esta manera podemos contextualizar datos importantes acerca del debate actual sobre la comunicación.

Existen varias visiones o perspectivas para abordar a la comunicación, Miguel Pereira nos propone que la comunicación: Es un campo en construcción que se ha venido legitimando, afirmando sus metodologías de investigación y construyendo algunos abordajes teóricos y metodológicos en el proceso de creación de nuevos conocimientos.(..) La comunicación debe su impulso en la necesidad de explicar los fenómenos sociales provocados por el desarrollo de los llamados medios masivos, en cuya evolución la tecnología representa un factor determinante" [6].

La comunicación permite explicar los fenómenos sociales y necesariamente está conectada con la tecnología, herramienta fundamental que han explotado los noticieros de la comunidad para acercarse a la gente, es decir

[6]Pereira, José Miguel. La comunicación: un campo de conocimiento en construcción: reflexiones sobre la comunicación social en Colombia; (en línea) (citado el 29 de noviembre de 2005) Disponible en: http://www.javeriana.edu.co/cyl/maecom/boletin/documents/MedellinPonenciadeJoseMiguelPereiraG.-Comuni

con su audiencia. Pereira nos ayuda a comprender que la comunicación en todo su campo involucra a los medios de comunicación y al estudio de la construcción de mensajes.

Asimismo, el campo de la comunicación, como campo de conocimiento, se viene construyendo en medio de una doble paradoja: *"De un lado, toda actividad humana tiene algo que ver con la comunicación, sin embargo, la comunicación no debe diluirse conceptualmente hasta el punto de perder toda consistencia y pertinencia explicándolo todo, sin importar el cómo"*[7].

La comunicación se despliega en el universo de lo social, se realiza fundamentalmente en la relación intersubjetiva mediática *"lo propio de la comunicación es dar cuenta de los procesos de intercambio expresivo y de las mediaciones en dichos procesos formulados en objetos de investigación"3.* Y puesto que se trata de fenómenos sociales, allí se ven implicadas lógicas diversas que intervienen sobre diferentes planos y distintos enfoques para dar cuenta de la complejidad de las situaciones y procesos.

La comunicación es la base de las relaciones humanas, que nace con el hombre, este hecho hace que la comunicación sea la columna del desarrollo de éste ser, como individuo y como grupo. La comunicación está vinculada

[7]MOSTAZA, Bortdame. PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 188-189

con todas nuestras actividades, por eso es una ciencia multi e inter-disciplinaria”[8].

La televisión

Considerar al discurso de la televisión es importante para entender la construcción del mensaje en los noticieros y en toda la parrilla de programación de los medios audiovisuales; la televisión juega un rol importante en la era de la comunicación.

El control desde el poder se expresa en la construcción de una opinión pública teledirigida, en donde se crean monopolios de temas, fuentes y actores de opinión orientados a generar un pensamiento único, hegemónico que deslegitima y que procura reducir otras formas de pensar y actuar, hecho que se evidencia en la proliferación de los llamados „reality shows‟.

La tendencia es que en las grandes redes de televisión, radio y prensa, se repiten los mismos personajes para las entrevistas y las actuaciones y son los generadores de opinión” [9].

Rincón asegura que la televisión ha sido considerada como el medio clásico de comunicación por su atractivo, potencial y actuación social; por ello

[8]MOSTAZA, Bortdame. PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 188-189
[9]FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA; Ecuador: Su Realidad; Quito, 2003 p. 324

siempre ha estado en el centro del debate político, social, económico y educativo.

La verdad de la televisión es que se la ha pensado mucho desde los contenidos, desde de las intenciones de los gobiernos y los expertos, y poco se ha comprendido en su actuación social y competencia narrativa. Este medio es mucho más que imágenes trasmitidas a distancia y tiene implicaciones culturales, políticas, educativas profundas para una sociedad”[10].

Omar Rincón y Mauricio Estrella aseguran que la televisión es importante para la comunicación por el discurso narrativo y visual que maneja y que transmite a las audiencias.

La televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares y a las clases sociales de Ecuador por lo cual tiene gran influencia en el comportamiento de los individuos[11].

Televisión por cable

La televisión por cable o televisión pagada, comúnmente llamada Tv Cable, o simplemente cable, es un sistema de servicios de televisión prestado a los

[10]Rincón, Omar, Estrella, Mauricio. La Televisión: Pantalla e Identidad: El Conejo, Ecuador 1999 p. 39
[11]IÑIGUEZ CARTAGENA, José, COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA LA TELEVISIÓN, Módulo 6 de Comunicación Social, Editorial Universitaria, Loja, Ecuador, 2007.

consumidores a través de señales de radiofrecuencia que se transmiten a los televisores fijos a través de fibras ópticas o cables coaxiales.

Usualmente se distribuyen a lo largo de la ciudad compartiendo el tendido con los cables de electricidad y teléfono; en oposición al método a través del aire que se utiliza en la radiodifusión televisiva tradicional (a través de ondas de radio) en la que se requiere una antena de televisión.
Los programas de radio FM, la Internet de alta velocidad, la telefonía y otros servicios similares no televisivos también pueden ser proporcionados por este sistema, en los que la central de cable reciba estos otros tipos de señal.

Emite, dependiendo de cable, desde 22 hasta 60 canales, generalmente llegando a la frecuencia número 99.

Surge por la necesidad de llevar señales de televisión y radio, de índole diversa, hasta el domicilio de los abonados, sin necesidad de que estos deban disponer de diferentes equipos receptores, reproductores y sobre todo de antenas[12].

Los noticieros

Según Diana Lewis los noticieros de televisión eran considerados como los hermanastros de los demás programas, generalmente carecían de

[12]BOLETÍN INFORMATIVO, laboratorio de industrias culturales, Argentina, año 3, Nº 12, marzo, 2008.

presupuesto y de personal, hasta que posteriormente los directivos de las estaciones descubrieron que las noticias por televisión pueden ganar dinero.

Los noticiarios locales pueden constituir entre el 50 y el 60% de las utilidades de las estaciones locales. El resultado de este descubrimiento ha sido que estos administradores que consideraban que transmitir noticias era sólo un deber cívico y un servicio público exigido por la Comisión Federal de Comunicaciones, ahora dedican a sus divisiones de noticias una atención casi devota[13].

Es necesario considerar a la televisión como el medio de comunicación que mayores cambios evolutivos ofrece desde el punto de vista discursivo, *"afectando a todos los niveles tanto en cuestiones externas, técnicas y tecnológicas, comunicativas, modos de producción y consumo, sin olvidar las internas: aspectos de sintaxis narrativa, de géneros, formatos y contenidos"*[14].

Gordillo habla de los noticieros o informativos como construcciones discursivas, las cuales se encuentran más o menos apegadas a los sucesos de la realidad. Esto implica que la televisión construye una realidad informativa a partir de los hechos ocurridos en la sociedad.

No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condiciones, intereses y objetivos. A partir de aquí se suceden las

[13]Lewis, Carolyn Diana; El reportaje para Televisión. Publigrafics, México 1994 p. 193
[14]Gordillo, Inmaculada; La hipertelevisión: Géneros y formatos. CIESPAL: Quito, 2009 p. 12

definiciones y observaciones en torno a la imposibilidad de capturar la realidad, a la presencia de contenidos no objetivos, de elementos selección, estructuración y ordenación; así como las espectacularización y la simulación[15].

Un informativo televisivo es un eje de programación de las cadenas de televisión, basado en la actualidad informativa. Se articula en diferentes tipos de programas, que, en líneas generales, se corresponden con los géneros tradicionales del periodismo escrito, tales como la noticia, el reportaje o la entrevista.

El género informativo de televisión ha sido considerado, durante años, el reflejo de la actualidad y de la realidad en la pequeña pantalla, de forma radicalmente distinta a los géneros ficcionales o publicitarios. La paleotelevisón organizaba las insalvables diferencias en torno a cuestiones relacionadas con la temática de contenidos referencial y a los componentes formales, encaminados más a la búsqueda de la objetividad que a mecanismos de creatividad e inventiva[16].

El informativo diario de televisión es un discurso considerado emblemático y esencial dentro del conjunto de espacios de las distintas programaciones de los canales y siempre se han mantenido al aire, sufren cambios evolutivos en lo que tiene que ver a la puesta en escena de la información.

[15]Ibid p. 26
[16]Ibid p. 45

Los noticiarios ofrecen un reflejo del mundo transformado en narración. No puede afirmarse entonces que los telediarios ofrezcan la actualidad, sino que presentan un discurso audiovisual sobre ella. En su elaboración hay que tener en cuenta la presencia de los elementos subjetivos que entran en el juego dentro del complejo fenómeno de la percepción humana, la necesidad de elegir y rechazar enfoques, datos, puntos de vista, junto a los condicionamientos ideológicos y técnicos del propio sistema televisivo[17].

En la neotelevisión los protagonistas de los programas sufrieron un radical cambio con respecto a los que poblaban la paleotelevisión, a partir del nuevo milenio se acentúa esta tendencia hasta límites extremos. *"El espectador anónimo, sin ningún mérito particular o sin cualidades especiales, se convierte en protagonista de multitud de programas desplazando de la pantalla a celebridades que destacan en diversos campos intelectuales, políticos o culturales"*[18].

Los noticiarios son considerados para muchos analistas o críticos televisivos como la imagen de un canal de televisión, es decir, el noticiero refleja la imagen de una estación, si se tiene un noticiero atractivo, el canal es considerado como uno de los mejores y en este punto es importante recalcar que los presentadores que tenga el informativo influyen en la imagen y credibilidad del programa ante su audiencia; el tipo de editorial y la cantidad

[17]Ibid p. 53
[18]Ibid p. 20

de información presentada en el noticiero, son otros de los puntos claves para entender la importancia de mantener un noticiario en una televisora.

Gordillo explica que el noticiero de televisión es considerado como un discurso emblemático y esencial dentro del conjunto de espacios de las distintas emisiones de los canales. Este tipo de programa pertenece al macrogénero informativo y sus contenidos giran en torno a la actualidad periodística de la jornada.

Los noticiarios ofrecen un reflejo del mundo transformado en narración. No puede afirmarse entonces que los telediarios ofrezcan la actualidad, sino que presentan un discurso audiovisual sobre ella. En su elaboración hay que tener en cuenta la presencia de los elementos subjetivos que entran en juego dentro del complejo fenómeno de la percepción humana, la necesidad de seleccionar – elegir y rechazar elementos, enfoques, datos, puntos de vista, junto a los condicionamientos ideológicos y técnicos del propio sistema televisivo[19].

Lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual es toda aquella comunicación que transmitimos a través de los sentidos de la vista y del oído. El tema audiovisual es considerada un arte en la publicidad, el periodismo, la televisión, el cine y ahora incluso en la web. El lenguaje audiovisual puede ser desde una

[19]Thompson, John. Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación: Paidós, Barcelona; 1998 p.199

imagen estática a una dinámica e incluso un sonido. Con todo esto nos comunicamos con un receptor (aquel que escucha u observa) [20].

Con la integración de la imagen y el sonido se monta el lenguaje audiovisual.

Se entiende como los modos artificiales de organización de la imagen y el sonido que utilizamos para trasmitir ideas o sensaciones ajustándolas a la capacidad del hombre para percibirlas y comprenderlas.

El lenguaje audiovisual tiene una serie de elementos morfológicos, de gramática y recursos estilísticos. El lenguaje audiovisual lo componen la imagen y el sonido mediante los cuales transmitimos ideas o sensaciones, ajustándose a la capacidad de comprensión de cada persona y no a la tecnología que los medios utilizan[21].

Características del lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual tiene dos características fundamentales: El mixto: suma el lenguaje visual con el auditivo. Los mensajes audiovisuales facilitan y dan peso la comunicación (vale más una imagen que 1.000 palabras). En el lenguaje audiovisual, como en el lenguaje verbal, se pueden apreciar diversos aspectos tales como: Aspectos morfológicos (elementos visuales, elementos sonoros).

[20]Martín Barbero, Jesús; Medios: olvidos y desmemorias. Debilitan el pasado y diluyen la necesidad de futuro
[21]Eco, Umberto. La comunicación y su lenguaje audiovisual: Abya Yala, Quito: 1998, p. 320

Mientras que los Aspectos sintácticos (planos, ángulos, composición y distribución de objetos en la imagen, profundidad de campo, distancia focal, continuidad, ritmo, iluminación, color, movimientos de cámara) Aspectos semánticos (se trata de recursos visuales tal que la elipsis o la metáfora y recursos lingüísticos como neologismos, ironías o frases hechas) Aspectos estéticos (UnderPants) Aspectos didácticos (Poop) [22].

Estos recursos facilitan la comprensión y la asimilación de los contenidos de los mensajes audiovisuales. Umberto Eco ya nos advierte: "La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis"[23].

HIPÓTESIS

LA AUSENCIA DE UN EQUIPO PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL, LA IMPROVISACIÓN Y LA FALTA DE RECURSOS, HA GENERADO EL DETERIORO DE LA IMAGEN DEL NOTICIARIO “SER” , DE VISIÓN SATELITAL, CANAL POR CABLE DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS; INCIDIENDO EN LA DESINFORMACIÓN DE SUS TELEVIDENTES.

[22]Ibid p. 94
[23]Ibid p. 61

f. METODOLOGÍA

De acuerdo a los objetivos propuestos, utilizaré métodos y técnicas que me ayudarán al proceso investigativo, con el ánimo que el presente trabajo culmine en el tiempo planificado.

MÉTODOS:

Método Analítico

Este método que hace referencia al análisis de fenómenos y hechos. Me ayudará a conocer cuál es el tratamiento que se da a las noticias difundidas en el noticiario “Ser” de Visión Satelital. Además podré interpretar la realidad en que se desenvuelve todo el equipo que labora en el informativo y tendré referentes en cuanto al origen del objeto de estudio.

Método Deductivo

Método que estudia los hechos de lo general a lo particular. Este método me permitirá deducir las principales falencias dentro del proceso para la difusión de los hechos noticiosos. También podré establecer las principales causas para la reestructuración del noticiario, como la implementación de temas de interés general y colectivo. Esto será posible, ya que partiré de un análisis general, del porque la puesta en marcha de una nueva imagen al espacio

informativo, de sus temas a tratar, como la implementación de otros sugeridos por los televidentes.

Método Científico

Método mediante el cual se logra explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen las cosas con el aval de expertos. Me permitirá conocer las opiniones de profesionales en Comunicación Social, autoridades del cantón Lago Agrio, personal del canal Visión Satelital y un importante sector de la ciudadanía, con el ánimo de contrastar datos, cuyos resultados garantizarán la consecución de los objetivos: general y específicos y la comprobación de la hipótesis.

TÉCNICAS:

Para el presente trabajo utilizaré técnicas como: la recolección de información, sistematización y procesamiento de datos, mediante la investigación bibliográfica y de campo. Para lo cual aplicaré las siguientes técnicas:

Observación

Será la primera técnica, ya que al observar atentamente mi objetivo de estudio estaré directamente relacionado con quienes se involucran en el

proyecto y su labor que realizan, esto me conducirá a fuentes precisas para investigar el fenómeno y poder estudiarlo. Para lograr este fin, daré seguimiento a través de esta técnica durante un mes (30 días) cómo se produce el noticiario, me basaré en una ficha técnica de observación.

Entrevista

Por medio de esta técnica, me permitirá conocer de primera fuente y de forma directa los criterios de los involucrados directa e indirectamente con el medio de comunicación. La entrevista estará dirigida a directivos de instituciones de carácter público y privado (Alcalde, concejales, directores de escuelas, rectores de colegios, Gobernador, directores de ONGs y fundaciones); a profesionales en Comunicación Social (Presidente de la Unión Nacional de Periodistas Núcleo de Sucumbíos, Presidente del Círculo de Periodistas de Lago Agrio y Comunicadores Sociales en libre ejercicio) mismo que me ayudarán a reforzar mis conocimientos y aseveraciones.

Lo propio, entrevistaré a los responsables e involucrados en la producción del noticiario y de toda la programación de Visión Satelital (Gerente, administradora, director de programación, presentador, reporteros, camarógrafos, editor-productor y operador de audio y vídeo).

Las entrevistas serán realizadas previo aviso a todas las personas antes mencionadas y con la ayuda de un esquema o banco de preguntas que respondan a los intereses del objeto de estudio.

Encuesta

Con esta técnica determinaré las exigencias y necesidades de los televidentes, de igual manera me permitirá conocer sus criterios respecto al espacio y cada una de sus sugerencias y exigencias en los servicios informativos.

La encuesta será planificada de manera previa, fácil, rápida, ágil y con un lenguaje común; con el fin que los encuestados puedan responder a cada una de las interrogantes y en el menor tiempo posible. El banco de preguntas será planteado de acuerdo a los objetivos del presente estudio.

Con este fin, utilizaré la fórmula para públicos finitos, en el sentido que el universo no supera los cien mil usuarios y poder encontrar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{0 \times p \times q \times N}{E\,(N-1) + 0 \times p \times q}$$

N = tamaño de la muestra o población a estudiar

E = margen de error. (5)

0 = nivel de confianza. (2)

p = varianza (nivel de confianza) = 50

q = varianza (nivel no probabilística) = 50

Para la ejecución de esta técnica se aplicarán 500 encuestas. Centrando mayor atención a los usuarios del sistema de televisión pre-pagada de Visión Satelital (Tv cable) a quienes se los encuestará en un número de 300. Sin descuidar una cierta muestra de población como: autoridades (50), estudiantes (50), comerciantes (50) y periodistas (50). Estos últimos responden a un público específico y segmentado.

g. **CRONOGRAMA**

2013																
Meses	**Septiembre**				**Octubre**				**Noviembre**				**Diciembre**			
Semanas Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección y formulación del tema y problema																
Elaboración del proyecto																
Tramite aprobación del proyecto																
Acopio bibliográfico																
Investigación de campo																
Presentación de resultados																
Verificación de objetivos e hipótesis																
Conclusiones y recomendaciones																
Presentación y revisión de propuesta																
Redacción del informe final																
Sustentación y defensa de tesis																

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo de la presente investigación, se requerirá de los siguientes recursos:

Recursos Humanos		
Cant.	**Descripción**	**Detalle**
01	Investigador	Hugo Elizalde Guaillas.
50	Autoridades del cantón Lago Agrio	Alcalde, Gobernador, Directores de escuelas y colegios, Representantes de ONGs y otras.
01	Responsables del canal Visión Satelital	Sofía Rosalba Rodríguez
50	Profesionales de Comunicación Social	Presidente de la UNP, Presidente del Círculo de Periodistas y comunicadores en libre ejercicio de Sucumbíos.
300	Usuarios del sistema Tv Cable.	Sectorizados.
01	Responsable del noticiario “Ser”.	Víctor Gómez
01	Director de tesis	Una vez que lo designe la UNL.

Recursos Materiales		
Cant.	**Descripción**	**Detalle**
05	Material de oficina	Redacción, elaboración de proyecto y tesis.
02	Equipos informáticos	Elaboración de la tesis.
01	Equipos de audio y vídeo	Levantamiento de información de campo y elaboración de la propuesta.
20	Cassettes, pilas y DVDs	Grabación y almacenamiento de datos.
300	Encuestas y entrevistas	Recolección de información.
20	Movilización	Canal, usuarios, autoridades y otros.
01	Elaboración de la propuesta	Producto final como resultado del estudio realizado.
10	Empastados	Para presentar a los miembros del tribunal.

Presupuesto	
Descripción	**Valor**
Adquisición de bibliografía	250
Reproducción de documentos	150
Cassettes, pilas, DVDs y encuestas	150
Gastos logísticos y administrativos	500
Elaboración de la propuesta	600
Movilización	300
Empastados	050
Imprevistos	300
TOTAL	**USD. 2.300**

Financiamiento

El presente trabajo de investigación será financiado con recursos propios del proponente. Para lo cual tiene debidamente identificado los rubros a invertir y una planificación establecida que le permitirá ir gestionando y desembolsando los recursos económicos de acuerdo a su plan de acción y ejecución del estudio.

i. BIBLIOGRAFÍA

- LA COMUNICACIÓN: UN CAMPO DE CONOCIMIENTO EN CONSTRUCCIÓN: reflexiones sobre la comunicación, Pereira, José Miguel.
- ECUADOR: SU REALIDAD, Fundación José Peralta, Quito, 2003.
- LA TELEVISIÓN: PANTALLA E IDENTIDAD: Rincón, Omar, Estrella, Mauricio; El Conejo, Ecuador 1999.
- BOLETÍN INFORMATIVO, laboratorio de industrias culturales, Argentina, año 3, Nº 12, marzo, 2008.
- EL REPORTAJE PARA TELEVISIÓN. Lewis, Carolyn Diana; Publigrafics, México 1994.
- LA HIPERTELEVISIÓN: GÉNEROS Y FORMATOS, Gordillo, Inmaculada; CIESPAL: Quito, 2009.
- LOS MEDIA Y LA MODERNIDAD: UNA TEORÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Thompson, John; Paidós, Barcelona; 1998.
- MEDIOS: OLVIDOS Y DESMEMORIAS. Debilitan el pasado y diluyen la necesidad de futuro: Martín Barbero, Jesús.
- LA COMUNICACIÓN Y SU LENGUAJE AUDIOVISUAL: Eco, Umberto; Abya Yala, Quito: 1998.
- PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Mostaza, Bortdame. Barcelona, 1995.

- COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA LA TELEVISIÓN, Módulo 6 de Comunicación Social, Iñiguez Cartagena, José, Editorial Universitaria, Loja, Ecuador, 2007
- INDOLE DEL PERIODISMO (varios autores) EEUU, 1983.
- INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO, Fraser Bond, F, México, 1986.
- ABC DEL PERIODISMO, Gorz. Margarita, Editorial Concepto. S.N. México D.F. 1988.
- REDACCIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS, Documento de trabajo No2, Iñiguez Cartagena José. Loja-Ecuador. 1999.
- PERIODISMO EN TELEVISIÓN, Yorke, Ivor, Editorial Limusa, segunda edición, México DF, México, 1994
- TELEVISIÓN: PANTALLA E IDENTIDAD, Rincón-Estrella, Quito, 1999.

OTROS ANEXOS

Encuesta

De la forma más comedida le solicito me ayude contestando la presente encuesta. El presente trabajo tiene como finalidad conocer la realidad de Visión Satelital y su Noticiero, para obtener el título de licenciado en Comunicación Social.

1. **Los sucesos de Nueva Loja se difunde por Visión Satelital?**

   Si ( )

   No ( )

2. **El noticiero "Ser" de Visión Satelital cumplen con un estructurado y sustento periodístico?**

   Si ( )

   No ( )

3. **Cuáles son las noticias que usted ha observado en Visión Satelital?**

   Políticas ( )

   Culturales ( )

   Deportivas ( )

   Sociales ( )

   Municipales ( )

4. **A su criterio, califique a las noticias que difunde Visión Satelital?**

Excelentes	( )
Muy buenas	( )
Buenas	( )
Regular	( )
Pésimas	( )

5. **El noticiero "Ser" de Visión Satelital debería ser cambiado o reestructurado?**

Si	( )
No	( )

6. **Qué clase de noticias le gustaría que se difundan en el noticiero Ser?**

Noticias	( )
Reportajes	( )
Perfiles	( )
Crónicas	( )
Entrevistas	( )

7. **Cuáles de las noticias se le debería dar preferencia en el noticiero Ser?**

Políticas	( )	Barriales	( )
Culturales	( )	Locales	( )

Deportivas	( )	Nacionales	( )
Sociales	( )	Internacionales	( )

Gracias por su colaboración y ayuda.

Entrevista

De la forma más comedida le solicito me ayude con la presente entrevista. El presente trabajo tiene como finalidad conocer la realidad de Visión Satelital y su Noticiero, para obtener el título de licenciado en Comunicación Social.

3. **¿La agenda noticiosa del noticiero "Ser" responde a la realidad de Nueva Loja y las demandas de sus televidentes?**

4. **¿Existe planificación de la comunicación: antes, durante y después de la puesta al aire del noticiero?**

5. **¿La responsabilidad social empresarial o vinculación con la colectividad se da por parte del canal y su noticiero?**

6. **¿Cómo generan información que luego es difundida a la ciudadanía a través del noticiero?**

7. **¿Cuáles son las sugerencias para poner en marcha un noticiero diferente y competitivo?**

GRACIAS

FOTOS Y MAPAS

Encuestando a un usuario de Visión Satelital

Entrevistando a ciudadana de Nueva Loja

Encuestando a una señorita de Nueva Loja

INDICE

– Portada	i
– Certificación	ii
– Autoría	iii
– Carta de Autorización	iv
– Agradecimiento	v
– Dedicatoria	vi
– Ámbito geográfico	vii
– Esquema de Tesis	ix
a. Titulo	1
b. Resumen – Summary	2
c. Introducción	5
d. Revisión de Literatura	7
e. Materiales y métodos	19
f. Resultados	22
g. Discusión	44
h. Conclusiones	48
i. Recomendaciones	49
Propuesta	50
j. Bibliografía	60
k. Anexos	61