



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Modalidad de Estudios a Distancia  
Carreras Educativas

Carrera de Comunicación Social

### TITULO:

**“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE  
LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN  
LOJANA; PERIODO AGOSTO-DICIEMBRE 2013”**

Tesis de grado previa a la obtención del  
Título de Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación Social.

### AUTORA

Mercedes del Pilar Quito Ulloa

### DIRECTOR

Lic. José Picoita Quezada

LOJA – ECUADOR

2013

AUTORÍA

## CERTIFICACIÓN

Magister

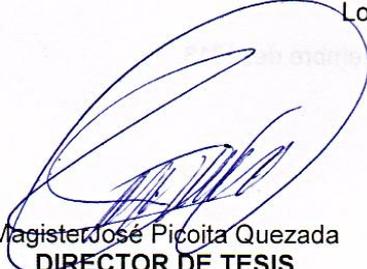
José Picoita Quezada

**DOCENTE DE LA MODALIDAD ESTUDIOS A DISTANCIA  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

Haber asesorado prolijamente, durante todo su desarrollo de tesis titulado:  
**"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS  
NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-  
DICIEMBRE 2013"** de la autoría de Mercedes del Pilar Quito Ulloa.

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

Loja, diciembre del 2013.



Magister José Picoita Quezada  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo Mercedes del Pilar Quito Ulloa, declaro ser autora 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 la autora, como un aporte en la generación de contenidos periodísticos de los espacios noticiosos de la televisión lojana.

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

**FIRMA:**



**AUTORA:** Mercedes del Pilar Quito Ulloa

**CÉDULA:** 1104618267

**FECHA:** Loja, diciembre del 2013.

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA: CONSULTA, REPRODUCCIÓN  
PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA**

Yo, Mercedes del Pilar Quito Ulloa, declaro ser autora de la tesis titulada: **"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-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 19 días del mes de Diciembre del dos mil trece, firma la autora.

**Firma:**



**Autora:**

Mercedes del Pilar Quito Ulloa

**Cédula:**

1104618267

**Dirección:**

Ciudadela Las Pitas, cantón y provincia de Loja

**Correo Electrónico:**

mpilarquito@gmail.com

**Teléfono:**

07 2541429

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de tesis:**

Magister José Picoita Quezada

**Tribunal de grado:**

Magister Ángel Cabrera Achupallas - Presidente

Magister Alba Valarezo Cueva

Magister Sybel Ontaneda Andrade

## **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 Lic. José Picoita Quezada, director de tesis, quien con sus orientaciones hizo posible llevar adelante el presente trabajo de investigación.

A los directivos y personal de los canales lojanos, por la apertura brindada para la realización del presente trabajo de investigación.

La autora.

## **DEDICATORIA**

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

A mi familia, por ellos soy lo que soy.

A mis amados padres por su constante apoyo económico y moral quienes son fuente de inspiración para seguir adelante, a mis hermanos y sobrina que son el motor fundamental para dar cumplimiento a mis aspiraciones, a mis queridos tios por ser la fuerza y ejemplo en mi vida.

Gracias a todos.

Mercedes del Pilar Quito Ulloa

## ESQUEMA DE CONTENIDOS

- PORTADA
- CERTIFICACIÓN
- AUTORIZACIÓN
- 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. bibliografía
  - k. anexos
    - Proyecto
    - Índice

**a. TÍTULO**

**“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-DICIEMBRE 2013”**

## **b. RESUMEN**

### **Título:**

"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-DICIEMBRE 2013".

### **Objetivo General:**

Analizar el contenido y sustento periodístico de los noticiarios de la televisión lojana.

### **Metodología:**

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 –entre sus resultados– determinó que la generación de contenidos periodísticos, y que son difundidos en la televisión local, no responden a una lógica de planificación de la comunicación.

### **Conclusiones y Recomendaciones:**

La televisión lojana (a excepción de un canal) no son administrados por profesionales en la comunicación social y con vasta experiencia en dirección y generación de contenidos noticiosos; por otro lado se evidenció que el talento humano no está formado en el área de la comunicación, lo que imposibilita difundir noticias e informaciones de interés ciudadano y con un nivel del 50% informativo y periodístico.

Ante ello, se recomienda que los responsables de la dirección de los noticiarios sean profesionales en la comunicación y con especializaciones en dicha área como Dircom, entre otras. Por otro lado, que los equipos periodísticos sean comunicadores sociales y que formen parte de la nómina del canal con el objeto de poder controlar su trabajo periodístico.

### **Palabras claves:**

Periodismo, contenidos, noticiarios.

## **SUMMARY**

This research work entitled "CONTENT ANALYSIS OF NEWSPAPER, OF SPACES OF NEWS, FROM TELEVISION Loja; PERIOD AUGUST-DECEMBER 2013", aims to analyze the content and journalistic support of Loja television news.

In the development of research methods were used: scientific, deductive, analytical and observation techniques, the survey and interview. All the scientific study and field-between its results determined that journalistic content generation, and are broadcast on local television, do not respond to a logic of communication planning.

Lojana television (except for one channel) are not run by professionals in the media and with vast experience in management and news content generation on the other hand it was shown that human talent is 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 that those responsible for the direction of the news are communication professionals with specializations in this area as Dircom, among others. On the other hand, that the journalists are reporting teams that are part of the channel list in order to control their reporting.

### **Keywords:**

Journalism, content, news.

## **c. INTRODUCCIÓN**

### **Tema:**

“ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-DICIEMBRE 2013”

### **Definición de la variable:**

Todos los canales de televisión lojanos, en sus espacios noticiosos, trasladan una información basada en los mismos hechos, y lo hacen mediante imágenes, relatos e infografías. Bien es cierto que la línea editorial de los canales de televisión y su postura política son lo que los diferencian unos de otros.

Las notas informativas, sobre un mismo hecho, elaboradas por los equipos periodísticos y difundidos por los canales locales, son presentadas de forma diferente. Además, existen noticias consideradas como principales y otras secundarias; se cubre y difunden noticias que para unos son importantes y para otros medios no lo son; el tratamiento del acontecer noticiosos son tratados con mayor interés unos que otros; en fin.

### **Objetivos Específicos:**

Determinar si existe investigación, seguimiento y evaluación a los hechos noticiosos y a cada uno de los espacios informativos.

Además, en la presente investigación se determina la planificación de la comunicación durante el proceso de generación de contenidos noticiosos, el manejo y tratamiento de las fuentes informativas para la elaboración de las noticias, la percepción de los usuarios sobre los informativos y sus demandas de la televisión lojana.

**Metodología:**

El análisis de los contenidos noticiosos se realizó mediante una descripción objetiva, sistemática, y cuantitativa; donde proporcionó suficientes elementos de juicio que nos ayudan a contestar a muchas de las preguntas que nos hacemos día a día cuando observamos noticias en la televisión local, e incluso nos permiten establecer una relación entre quien desarrollo la noticia (el periodista), el medio (el canal de televisión) y usuario (el televidente).

El análisis de los contenidos, de cada uno de los canales, se lo efectuó a través de dos procesos: una cualitativa, en la que se clasifican los elementos del contenido por categorías. Aquí se aplicaron los criterios como género periodístico, origen de la información, sus objetivos y sus contenidos. Otra cuantitativa, en la que se estableció unidades de análisis para la cuantificación, como estructura del mensaje, las formas de redacción de los reporteros, los espacios o tiempos desatinados a cada nota informativa, etc.

**Contenidos Marco Teórico:**

Dentro del marco teórico se aborda y analiza conceptos que tienen que ver de forma directa con la problemática estudiada como: la televisión, los noticiarios, periodismo, deberes del periodista, propósitos del periodismo, géneros periodísticos, entre otro. Teoría que aporta al entendimiento del problema y cómo poder ofrecer una alternativa de solución, misma que está planteada al final de la presente investigación.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **Contenidos periodísticos**

Existen muchas formas de contar cosas en televisión. Esta variedad de formas la podemos clasificar en géneros y formatos, aunque se suelen mezclar en los programas televisivos. Un género es el informativo y un formato es el noticiario (informativo diario) o Informe Semanal (informativo semanal).

Clasificarlas y distinguir las sirve, por ejemplo, para valorar la calidad de la información que se nos ofrece y percibir cuando un programa informativo descuida la calidad y se desvía hacia el entretenimiento o la espectacularidad para conseguir una mayor audiencia<sup>1</sup>.

### **Géneros Periodísticos**

La información de masas comienza con la prensa en el siglo XIX, por eso muchos términos que se usan en los medios de comunicación proceden del periodismo. Los géneros periodísticos han pasado a la radio, a la televisión o a Internet porque son formas genéricas de narrar y, por ello, pueden aplicarse a cualquier otro medio.

Se suelen diferenciar tres tipos de géneros periodísticos: informativo, opinión e interpretativo.

---

<sup>1</sup>MASTERMAN Len, La enseñanza de los medios de comunicación. (Teaching the Media) Versión castellana en Ediciones de la Torre, Madrid 1993.

## **La información**

El género informativo consiste en noticias y reportajes objetivos. La noticia o el reportaje objetivo es un relato que describe unos hechos sin incluir opinión o valoración del informador. Predomina en los noticiarios o en los flashes informativos.

Resulta casi imposible elaborar una noticia o un reportaje de forma objetiva, porque es inevitable que en ella se filtre la opinión del redactor, o del camarógrafo a la hora de elegir los planos que tomará, o del editor cuando elija una toma y descarte otras. Por ello, no se suele hablar de objetividad sino de intención de objetividad, es decir, contemplar la objetividad como una meta deseable.

## **La opinión**

El género de opinión incluye opiniones o valoraciones de periodistas, expertos, etc. En la prensa se da, de forma explícita, en editoriales, columnas y artículos de opinión. En televisión se suele dar en algunos reportajes de actualidad y abunda en programas de cotilleo (chisme) como las diversas variedades<sup>2</sup>.

La opinión es aceptable cuando se expresa abiertamente pero, lo mismo que la publicidad, debería separarse con claridad de la información. Pero muchas grandes empresas o grupos financieros tienen participaciones en empresas informativas con la finalidad de que apoyen sus intereses (económicos,

---

<sup>2</sup>OBACH, Xavier, El tratamiento de la información y otras fábulas. Editorial Alauda Anaya. Madrid, pág. 237

políticos, comerciales, etc.) y la eficacia de esta estrategia se multiplica cuando pueden mostrar sus opiniones, disfrazadas de información, en los programas informativos.

Para el espectador, que suele desconocer los hechos que le están contando, no resulta fácil en muchos casos distinguir entre información y opinión y, aprovechando esta debilidad de la audiencia, ahí es donde se produce el fraude informativo.

### **La interpretación**

El género interpretativo combina la información con la opinión y de ese cóctel surgen crónicas, reportajes interpretativos, entrevistas, documentales, etc.

Personas cualificadas hacen análisis o interpretaciones de hechos, situaciones, fenómenos, etc. y ofrecen su punto de vista, cuya validez dependerá en gran parte de su conocimiento del tema (también pueden influir sus intereses). El espectador debería poder valorarlo y contrastarlo con las interpretaciones de otros expertos.

Este género se degrada cuando los protagonistas no son expertos sino “populares mediáticos” -personas que no tienen otra cualificación que el hecho de aparecer en la televisión- o “testigos” que, en ocasiones, ni siquiera contemplaron los hechos, que dicen lo que han oído o lo que se les ocurre en ese momento.

Supuestamente estos testigos espontáneos representan a la población en general pero sus declaraciones generalmente no tienen ningún interés, porque no son expertos, porque no representan a nadie y porque es posible que digan lo que creen que esperan de ellos los de la tele. Estos pueden intuir que para salir en la tele tienen que decir algo interesante y pueden magnificar lo que saben o incluso inventarlo. Son un recurso barato para llenar tiempo de noticiario.

En la práctica los géneros se han combinado siempre, en mayor o menor medida, y esto no suele beneficiar a la calidad de la información pero sí a los intereses que sostienen a los medios.

### **Espacios noticiosos**

Un programa informativo es un espacio en televisión en el que se cuentan noticias de interés público. Existen distintos espacios noticiosos, que, en líneas generales, se corresponden con los géneros tradicionales del periodismo escrito, tales como la noticia, el reportaje o la entrevista.

La información en televisión se muestra a través de programas que tienen diferentes estructuras, que podemos llamar formatos. Los más usados son<sup>3</sup>:

### **El noticiario**

Es el programa más característico e importante del género informativo televisivo. Suelen presentarse, en distintas franjas horarias a lo largo de la

---

<sup>3</sup>POSTMAN, Neil, La televisión y sus géneros. Ed. La tempestad, Barcelona 1991, pág. 189

jornada, noticias nacionales e internacionales sobre política, economía, sociedad, sucesos, cotilleos, etc. Complementan este programa una sección dedicada al deporte y, en algunos casos, el pronóstico meteorológico.

### **Flash informativo**

Es una noticia breve que se emite interrumpiendo la programación habitual. Esta interrupción se justifica porque trata de un acontecimiento importante, por lo general, de gran repercusión social. El comienzo de una guerra, la dimisión de un Jefe de Gobierno, etc. Muchas cadenas, para atraer la atención del telespectador y resaltar la importancia de la interrupción, suelen anunciar este avance informativo con una careta específica (imágenes y sonidos musicales preparados para esa función)<sup>4</sup>.

También es frecuente que se utilicen los *flashes* de una manera habitual en algunas pausas publicitarias, en cuyo caso reciben el nombre de Avances Informativos. Anticipan el contenido de los telediarios y tratan de conservar a la audiencia.

### **Edición especial**

Es un espacio esporádico y monográfico, dedicado a un acontecimiento extraordinario que suscita especial atención (elecciones, visitas oficiales, celebraciones, fallecimientos inesperados, etc.). Suele incluir entrevistas, reportajes, coloquios y ruedas informativas.

---

<sup>4</sup>CAMPUZANO RUIZ Antonio, Informativos en Televisión, Unidad 4 – Madrid, España, 2011.

Generalmente busca conseguir audiencias mayores de las cotidianas o resaltar algún acontecimiento que permita obtener beneficios económicos, políticos o los dos a la vez. En algunas ocasiones se han realizado con gran despliegue de medios técnicos y humanos y han llegado a obtener la mayor audiencia del año, por ejemplo: las bodas del Príncipe y las infantas.

### **Reportajes de actualidad**

Este formato exige un gran despliegue de medios de producción humanos y técnicos, por lo que se da con frecuencia en canales estatales y esporádicamente en las privadas y autonómicas. En las privadas suelen pretender reforzar el prestigio del medio y tratar de temas escabrosos (droga, prostitución, etc.) porque, ya que resultan caros, intentan garantizar audiencias que los hagan rentables.

### **Grandes documentales**

Desde hace muchos años, las televisiones importantes producen documentales monográficos sobre temas de interés. *El programa "Documentos TV" se nutre de estas producciones, en gran parte extranjeras, porque en España, ninguna televisión tiene capacidad para producir un documento de este tipo cada semana.*

En los últimos años, han tenido tanto éxito que se han producido documentales que han podido ser explotados en el cine comercial. Los éxitos de Michael Moore (*Bowling for Columbine*, César a la mejor película extranjera 2002 y Oscar 2003; *Fahrenheit 9/11*, Palma de Oro en Cannes 2004; *Capitalismo: una*

*historia de amor* en 2009, sobre la crisis económica, etc.) o *Inside Job*, Oscar 2010, se han podido ver en muchos cines españoles<sup>5</sup>.

### **Programas de opinión y/o debate**

En muchos países este tipo de programas ocupan la franja horaria de máxima audiencia y están dirigidos por periodistas de reconocido prestigio profesional. Fue famoso “*La Clave*” de José Luis Balbín en los años 80.

En la actualidad se encuentran en algunas cadenas privadas y autonómicas, y en su mayor parte o están muy sesgadas políticamente o se eligen los participantes y se conduce el programa buscando el escándalo más que la información.

### **La televisión lojana**

En la ciudad de Loja, en el año de 1969, inicia sus emisiones el Canal 4 de Televisión, bajo la conducción de su gerente propietario, Rafael Jaramillo Loaiza. Este medio de comunicación de cobertura local, tuvo como características la emisión en blanco y negro, con emisiones regulares de 16h00 a 24h00; y, emisiones especiales los sábados y domingos desde las 10h00. En 1974, se suspenden las emisiones del Canal de televisión lojano, debido a los altos costos de operación y mantenimiento, situación insostenible por la falta de auspicios económicos.

---

<sup>5</sup>ORTEGA CHICHARRO Consuelo, Programas Informativos, Pág. 216, Madrid-España, 2011.

En su segunda etapa, en el año 1990, el Lic. Walter Jaramillo Zayre, sucesor de la actividad de su padre, nuevamente pone en funcionamiento el Canal 4 de Televisión, agregándole el nombre de "Univisión". Esta vez, el canal utiliza el sistema a colores y se incorpora una antena parabólica que permite la recepción vía satélite. Más tarde, con su fallecimiento, el Canal toma la imagen corporativa de "UV Televisión" y es dirigido por la Lic. Rosa Petronila Valdivieso. En la actualidad, UV Televisión se enlace vía satélite con el canal Multiestatal TELESUR, con el Canal Vasco y con el Canal DW. La producción propia de a poco va incrementándose.

En nuestra provincia de Loja, existen además, los canales ECOTEL TV (Canal 22 UHF), de propiedad del Lic. Ramiro Cueva Atarihuana; y, Televisora del Sur, llamada 13 Plus (Canal 13 VHF) de propiedad del ex diputado Dr. Jorge Montero Rodríguez<sup>6</sup>

Los canales de televisión de la ciudad de Loja, el mayor porcentaje del esfuerzo de su producción está en los noticiarios (Mundovisión, UV Noticias y Noticias 13 Plus), luego se ubican los programas deportivos y finalmente las pequeñas producciones musicales y de entretenimiento.

## **La televisión**

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<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> IÑIGUEZ CARTAGENA, José, La Televisión, cuadernos de trabajo, Universidad Nacional de Loja, Ecuador – 2010.

<sup>7</sup> MOSTAZA, Bortdame. PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 188-189

El fenómeno televisivo, típico de nuestros tiempos, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de la TV es la de ser un medio de comunicación de masa debido a lo cual se concentran en torno a ellos números y variados intereses como es la programación que transmite. Es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de los hogares, al colocarse como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes.

**“La televisión fue** inventada en la década de 1930 por John Logie Baird (1888-1946), que tiene la capacidad de transmitir imágenes y sonido, y es un gran instrumento de la globalización. Fue en la década de 1950, cuando este aparato, llamado comúnmente TV, comenzó a hacerse popular, esto es después de la segunda guerra mundial.

## **Periodismo**

Actualmente, la palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de las noticias llegan hasta el público. Cuando ocurre en el mundo, si es de interés general, y todos los pensamientos, los actos y las ideas que esos acontecimientos provocan, se convierten en el material fundamental del periodista.

Varían las definiciones de periodismo, según el punto de vista de quienes las dan. “Para el escéptico, el periodismo es sencillamente un oficio; para el idealista es una brillante responsabilidad y un privilegio”. Al decir de “Leslie Stephens: El periodismo consiste en escribir a suelo sobre asuntos que se ignoran. Según Eric Hodgina, de la Revista Times: Periodismo es llevar información de aquí y de allá, con precisión, responsabilidad y rapidez, y en

forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas, y así lenta, aunque no inmediata, se vuelve más evidente”<sup>8</sup>.

Ambos conceptos de periodismo florecen bajo garantías de libertad, ya sea que esas garantías sean o no merecidas. Una filosofía dice: “Dad al público lo que el público quiere”, La otra dice: “Dad al público la verdad, que es la que debe ser”. Esa libertad de la que ahora disfruta el periodismo en todas sus formas fue ganada penosamente. En los comienzos, la autoridad, tanto civil como eclesiástica, solía suprimir todos aquellos anuncios acerca de hechos y de opiniones que no coincidieran con sus deseos, pues temía el contenido de la frase bíblica; “La verdad te liberará”.

La prensa libre debe estar exenta de toda compulsión, gubernamental o social. Como lo señaló Milton en su gran llamado a favor de la libertad de prensa, es imposible determinar que criterio será el que decida lo que es bueno y conveniente que el público lea, escuche o vea. Sólo el apoyo público puede aceptarse como criterio seguro. Las publicaciones indignas hallarán pocos lectores, televidentes y radioescuchas que obtengan algún beneficio de ellas y pronto dejarán de existir.

### **Deberes del periodista**

Al aceptar, como lo hace, las garantías de libertad, el periodismo acepta también la obligación de merecer esas garantías. “El periodismo que se respeta así mismo, se esfuerza constantemente, en todas sus formas, por cumplir con esa obligación y por desempeñar sus deberes hacia la sociedad”<sup>9</sup>

*La prensa debe ser independiente.* Para ser independiente necesita sostener por sí misma, obtener utilidades sin subsidios. No puede servir bien al público que la apoya si tiene “cola que le pise”

---

<sup>8</sup>INDOLE DEL PERIODISMO (varios autores) EEUU, 1983, pág. 89

<sup>9</sup>FRASER BOND, F, INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO, México, 1986, pág. 19

*La prensa debe ser imparcial.* Casi todas las personas coincidirán la imparcialidad como una virtud que se esfuerza por cultivar. El periodismo considera la imparcialidad como un ideal. Los mejores canales de televisión tratan evitar la parcialidad deliberada e intencional. Ahora es muy común permitir a bandos opuestos que expresen sus respectivos puntos de vista. El ideal de la imparcialidad lo alcanza el periodismo que evita el error, la predisposición, el prejuicio y el colorido falso.

*La prensa debe ser exacta.* El esfuerzo por lograr una exactitud imparcial es la medida del carácter periodístico, cualquiera que sea el medio que se emplee. Esparcir hechos verdaderos y objetivos brilla como el ideal del logro periodístico. Naturalmente la exactitud de la prensa diaria depende del elemento tiempo como lo hizo ver en una ocasión el finado Louis Wiley, antiguo gerente del *Times de Nueva York*.

*La Prensa debe ser honrada.* La buena reputación no se adquiere o se sostiene fácilmente, sino luchar por ella a diario. Ningún negocio se encuentra tan sujeto como el periodismo a multitud de cambiantes contactos con el público, a tan variados problemas que demandan decisiones inmediatas. Pero los elementos sencillos de la buena reputación en todas las formas de periodismo son siempre los mismos: honrados en las noticias y en los anuncios.

*La Prensa debe tener sentido de responsabilidad.* Como lo ha señalado Grove Petterson, del *Blade*, de Toledo, “una prensa libre es algo más que la manera de ganarse la vida de quienes la publican”. Goza de esa libertad porque es una institución semipública. Como tal un medio de comunicación tiene un deber hacia la comunidad a la que sirve y que la apoya.

*La prensa debe ser decente.* El deber de ser decente no solo se refiere a la decencia del lenguaje y a las imágenes que una televisora emplea, ya que la ley se encarga de eso, sino a la forma de cómo procede para obtener sus

noticias. Los buenos periodistas imponen en su trabajo, como imponen en ellos mismos, la censura del buen gusto.

### **Propósitos del periodismo**

El periodismo, sobre todo en televisión, tienen cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir. Desempeña otras funciones importantes, como la difusión de los anuncios y la diseminación de un cúmulo inmenso de información y de comentarios que casi no encajan en el concepto general de la noticia.

Extender la noticia es el fin principal del periodismo. Como lo ha expresado la American Society of Newspaper Editors: “La función primaria de los medios televisivos es comunicar al género humano lo que sus integrantes hacen, sienten y piensan”<sup>10</sup>.

### **Géneros periodísticos**

“El periodismo admite varios géneros, y cada uno de ellos exige de quien lo cultiva talentos especiales: el artículo, el editorial, el reportaje, la noticia, la entrevista y la crítica, que son los más señalados”<sup>11</sup>.

Dominarlos a fondo no es cosa nada sencilla, para lograrlo se precisa un buen dominio de la herramienta expresiva: el lenguaje, sea oral o escrito. Y también, desde luego, cultura general. Los géneros periodísticos conforman el *corpus* de la prensa: son su expresión y su fuerza.

### **La noticia**

La noticia es el género periodístico más antiguo y tradicional de la historia, la necesidad de estar informado sobre los acontecimientos que ocurren a nivel mundial, nacional y local, ha llevado al ser humanos a buscar formas de

---

<sup>10</sup>Ob. Cit. Pág. 21-23

<sup>11</sup>GORZ. Margarita, ABC DEL PERIODISMO, Editorial Concepto. S.N. México D.F. 1988. Pág. 33

transmitir los hechos y acontecimientos con mayor trascendencia a nivel que van pasando.

Se entiende que, ésta, se constituye toda vez que, se genera un hecho o acontecimiento de trascendencia en un determinado lugar, la misma que un comunicador social, actuando como tal, encuentra la necesidad y satisfacción de escribirla, desarrollarla y publicarla. “La noticia es el relato periodístico de un hecho reciente capaz de interesar al lector. Es algo que ha sucedido y en lo que se hallan interesados un gran número de personas. Es el primer informe de eventos significativos que tienen interés para el público”<sup>12</sup>.

En pocas palabras, la noticia es una recopilación de hechos y acontecimientos de interés actual y general que revista importancia para los televidentes de un noticiario que la pública, por lo que debe ser confiable y transparente sin fundamentalismos.

A pesar de los años la noticia no se ha quedado estática, ha evolucionado a la par con la tecnología. Con el nacimiento de la imprenta empezaron a informar la noticia en papel y posteriormente salió a la pantalla grande mediante el cine, la radio y televisión, se encargaron de igual forma cubrir las necesidades del hombre en estar informados.

En la actualidad la noticia debe tener tres elementos fundamentales según Guillermo Franco en su libro “Necesidades de formación para medios de comunicación”:

- Información detallada sobre el hecho de actualidad, de manera que se pueda contar detalladamente lo ocurrido.
- Antecedentes y consecuencias del hecho actual, con el fin de que el público entienda las razones por las cuales ocurrió y lo que podría pasar a partir de lo acontecido.

---

<sup>12</sup> IÑIGUEZ CARTAGENA, José. REDACCIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS: Documento de trabajo No2. Loja-Ecuador. 1999.

- Realizar comparaciones con casos similares que se han suscitado, en ocasiones anteriores en cualquier lugar del mundo y compartir las medidas que se han usado para la solución al problema dado, esto permite hallar ideas nuevas a quienes deben tomar decisiones y acciones sobre el nuevo hecho<sup>13</sup>.

En Ecuador, la televisión va a la cabeza de las estadísticas en materia de consumo de información a través de los distintos medios de comunicación.

La información superficial, puede llevar al televidente a no creer, a la indiferencia y frustración intelectual.

En el noticiero no se permite que exista: torpeza, confusión, parcialidad, aburrimiento, errores, miedo y vulgaridad, estos se les puede considerar como los 7 errores de la información, todos lo que intervienen en un noticiero de televisión, desde el más alto hasta el más pequeño en equipos y personal, deben tener en cuenta estas equivocaciones y evitarlas.

### **Estructura de la Noticia**

Cuando se discute sobre la estructura de la noticia en televisión, se refiere a las formas que se va a realizar la información para trasladar sus contenidos a la audiencia. La estructura concreta, la importancia que se le da a cada una de las noticias, desde la parte de información hasta lo estético de la misma y lo que va a cumplir en el televidente al momento de verla. Se parte desde la estructura sencilla, hasta llegar a la completa, teniendo en cuenta que en un informativo de televisión se encuentra varios formatos de transmitir la información.

El titular indica en un resumen de que se trata la noticia que se va a transmitir.

---

<sup>13</sup>FRANCO, Guillermo. NECESIDADES DE FORMACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 188-189

En el periodismo clásico, por lo general responde a las preguntas: quién, qué, cuándo, dónde, cómo, porqué.

El cuerpo de la noticia, su estructura tiene forma de pirámide invertida, en la cual se muestra, lo de mayor importancia a menor importancia, por medio de párrafos secuenciales y que tengan interés al público televidente.

La noticia debe tener estos siguientes puntos, según Guillermo Franco en su libro. “Necesidades de formación para medios de comunicación”<sup>14</sup>:

- **Actualidad:** Hecho reciente y novedoso.
- **Imprevisibilidad:** Cuanto más extraño resulte un acontecimiento, más posibilidades tendrá de convertirse en noticia.
- **Implicación:** Es la importancia que tiene el acontecimiento, tanto la cantidad de objetos como de sujetos implicados en el hecho noticioso.
- **Proximidad:** La distancia a la que se encuentra el receptor potencial del acontecimiento.
- **Conflicto:** Un suceso que provoca entre dos o más personas.
- **Negatividad:** Noticias de carácter negativo ya que suscitan un mayor interés.

---

<sup>14</sup>FRANCO, Guillermo. NECESIDADES DE FORMACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 213

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **Método deductivo-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 la televisión lojana ante la ausencia de seguimiento e investigación a los acontecimientos informativos. A la vez establecer una propuesta que estará sustentada en un proceso de fortalecimiento al talento humano de los medios televisivos locales.

### **Método analítico-sintético**

Con el **método analítico-sintético** se analizó el tratamiento a las noticias elaboradas y difundidas en los espacios noticiosos de los tres canales locales. Además pude interpretar la realidad en que se desenvuelve todo el talento humano que labora en UV Televisión, Televisora del Sur y Ecotel Tv, donde obtuve referentes en cuanto al origen del objeto de estudio.

### **Método estadístico**

Con la aplicación del **método 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 uno de los canales, para luego efectuar un análisis y presentarlos de manera estadística.

## TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para este estudio se emplearon técnicas como la encuesta y entrevistas, a más de los análisis cuantitativos y cualitativos para alcanzar una definición mas clara en la realización de los análisis y objetivos.

La **ENCUESTA** se utilizó para obtener información de la ciudadanía, instituciones, líderes de opinión y comunicadores sociales de la ciudad de Loja, sobre temas de contenidos noticiosos, demandas e impactos de los espacios noticiosos de los canales: UV Televisión, Televisora del Sur y Ecotel Tv. Para lograr el objetivo de obtener la información se aplicó una encuesta con un cuestionario de 8 preguntas que al ser respondidas arrojaron datos muy significativos sobre la percepción que tienen los usuarios frente a la televisión lojana

La fórmula para obtener el tamaño de la muestra se halla resuelta en el proyecto de investigación, habiéndose tomado una muestra de 400 usuarios directos de la televisión local. Encuestas que fueron aplicadas en la cabecera cantonal de Loja (parroquias: Sucre, Sagrario, San Sebastián y El Valle) de manera segmentado a los públicos objetivos: ciudadanía, 300 encuestas; instituciones, 40; líderes de opinión 30; y comunicadores sociales 30; donde se consideró particularidades etnográficas y sociografías.

Las **ENTREVISTAS** se aplicaron como instrumento a 9 de estas, con 10 interrogantes, a públicos específicos como: directivos de las televisoras, directores de noticias y equipo periodístico, que están relacionados

directamente con la temática de estudio. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y editadas por la investigadora, con el propósito de contar con fidelidad en las definiciones y precisiones dadas por los entrevistados.

## **f. RESULTADOS**

Una vez que se ha explicado la metodología utilizada y dando cumplimiento a lo establecido por la misma dentro del proyecto de investigación, se realizó la aplicación de una encuesta a una población de 400 ciudadanos o usuarios de la televisión lojana. Este trabajo de campo permitió conocer el criterio de estas personas sobre el problema estudiado en la presente investigación cuyos resultados los detallo a continuación.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

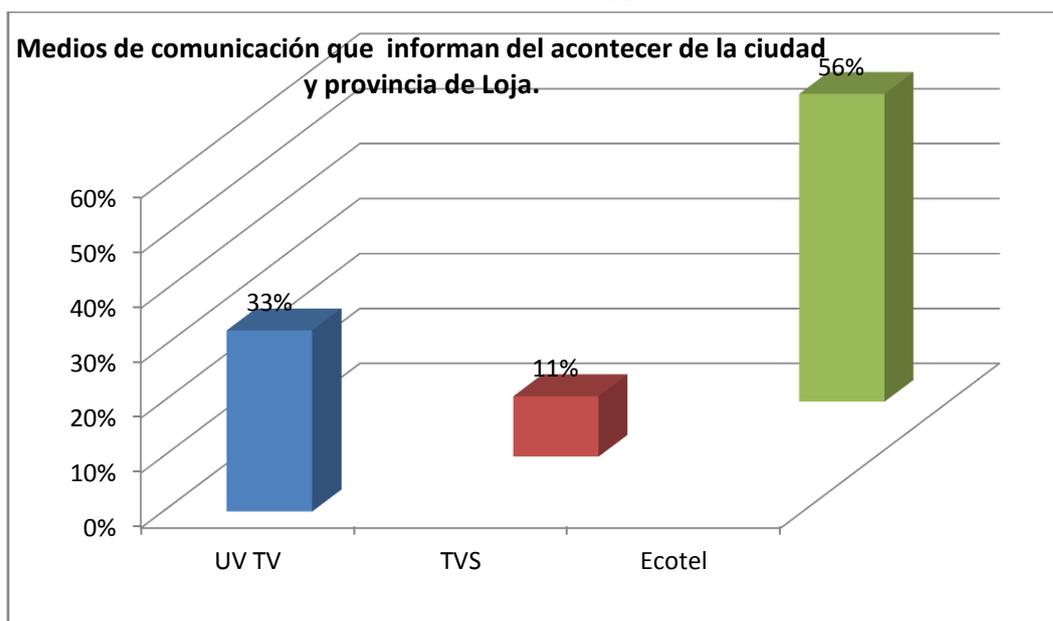
**Pregunta N° 1.- En que medios de comunicación, dónde usted se informa del acontecer de la ciudad y provincia de Loja?**

**Cuadro N° 1**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales de Comunicación		
UV Televisión	98	13	10	12	133	33%
Televisora del Sur	29	06	07	02	44	11%
Ecotel Tv	173	21	13	16	223	56%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Cuadro N° 1**



Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis Cuantitativo**

De la muestra de 400 interrogados que es el 100%, un 56% que representa a 223 personas se informan del acontecer de Loja a través de Ecotel Tv; el 33% que hace referencia a 133 ciudadanos lo hacen por medio de UV Televisión; y, el 11% que son 44 encuestados por Televisora del Sur.

### **Análisis Cualitativo**

Los resultados obtenidos señalan que más de la mitad de encuestados se informan por medio de la señal de Ecotel Tv; mientras que una cantidad que no llega ni a la media por UV Televisión; y, una mínima demanda de usuarios tiene Televisora del sur.

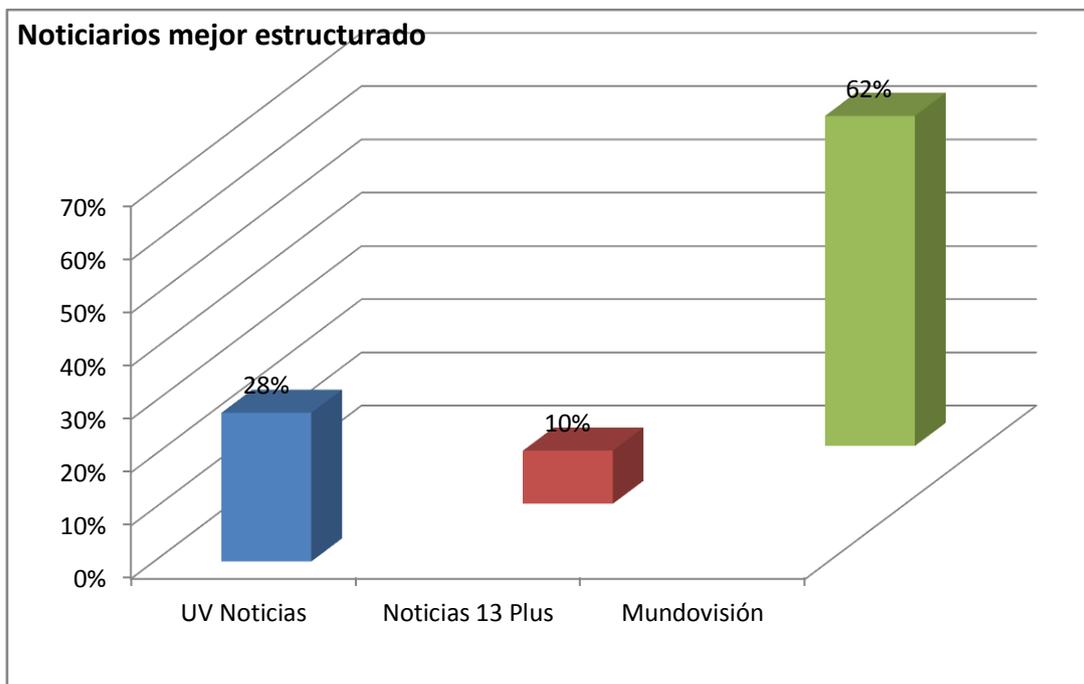
**Pregunta N° 2.- Cuál de los siguientes noticiarios, usted cree que está mejor estructurado e informa mejor a la ciudadanía lojana?**

**Cuadro N°2**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales de Comunicación		
UV Noticias	82	12	10	11	115	28%
Noticias 13 Plus	27	05	06	02	40	10%
Mundovisión	191	23	14	17	223	62%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

**Fuente:** Ciudadanía de Loja  
**Elaborado:** Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N° 2**



**Fuente:** Ciudadanía de Loja  
**Elaborado:** Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

Cuando se preguntó a los ciudadanos sobre su percepción de los noticiarios de la televisión lojana referente a su estructura y manera de informar; el 62% que representa a 223 encuestados dijeron que el noticiario Mundovisión de Ecotel Tv es mejor estructurado e informa mejor; en tanto que 115 personas que simbolizan a un 28% tienen la percepción que UV Noticias de UV Televisión cumple con esos requisitos; mientras que 40 televidentes que determina el 10% se inclinan por el noticiario Noticias 13 Plus de Televisora del Sur.

### **Análisis cualitativo**

En general, se podría pensar que UV Televisión y Televisora del Sur no cuentan con espacios noticiosos estructurados, ya que de los datos obtenidos – entre los dos medios– no llegan a la mitad; por su parte los noticiarios Mundovisión de Ecotel Tv tienen un alto respaldo de la ciudadanía y televidentes, quienes aseguran que su estructura y presentación es mejor manejado que los otros canales locales. En esta decisión no solo están considerados los criterios de los ciudadanos, sino también de instituciones, líderes de opinión y comunicadores sociales.

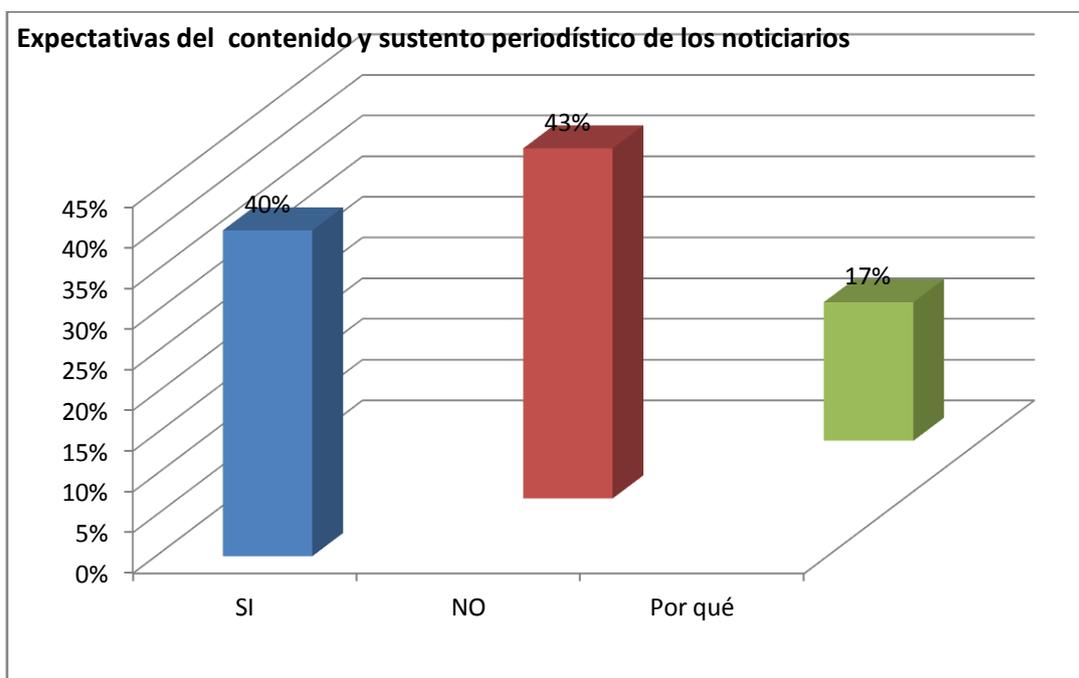
**Pregunta N° 3.- El contenido y sustento periodístico de los noticiarios de la televisión lojana cubren sus expectativas?**

**Cuadro N° 3**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales Comunicación		
SI	107	15	17	19	158	40%
NO	135	15	11	11	172	43%
Por qué	58	10	02	00	70	17%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N° 3**



Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

A través de la interrogante que hacía referencia sobre el sustento periodístico de los noticiarios, el 43% que representa a 172 consultados dijeron que los espacios informativos no cubren sus expectativas, en tanto que 158 personas que simbolizan a un 40% tienen la percepción que los noticiarios carecen de sustento periodístico, y un 17% que simboliza a 70 ciudadanos sostienen que la televisión lojana es epidérmica, entre otras razones, para no lograr de su preferencia.

### **Análisis cualitativo**

Se podría pensar que al no existir espacios noticiosos con sustento periodístico y que cubran las expectativas de los televidentes lojanos es un inconveniente para una comunicación entre la ciudadanía, las instituciones, líderes de opinión y medios de comunicación, esto como vínculo generador de alertas y soluciones a los inconvenientes que se presentan en el desarrollo diario del cantón y provincia de Loja. Una cantidad elevada de individuos dejan entrever que comparten la postura mayoritaria. Pues una minoría sostiene que los espacios noticiosos cumplen con las exigencias planteadas permitiendo un acercamiento entre la ciudadanía, autoridades e instituciones.

**Pregunta N° 4.- Al observar los noticieros, usted percibe que existe investigación en cada una de las noticias que son difundidas?**

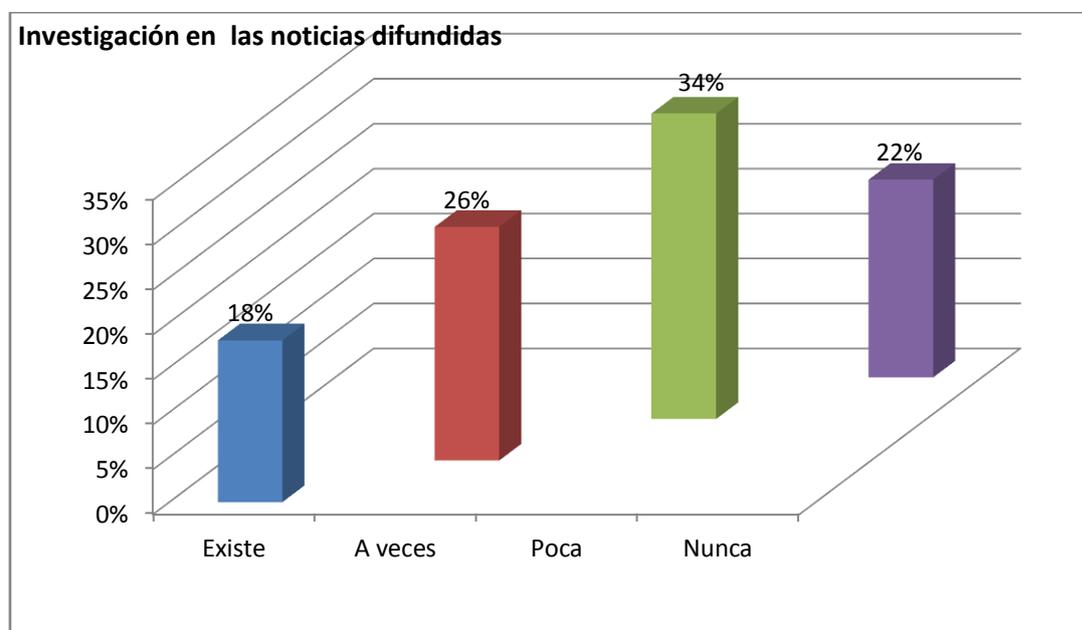
**Cuadro N° 4**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales Comunicación		
Existe	52	08	04	09	73	18%
A veces	71	16	10	08	105	26%
Poca	96	12	14	13	135	34%
Nunca	81	04	02	00	87	22%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N° 4**



Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

De los resultados obtenidos, el 18% que representa a 73 personas consultadas señalan que existe investigación en los espacios noticiosos de la televisión local, mientras que 115 personas que constituyen el 26% de encuestados sostienen que los procesos investigativos se dan a veces, por su parte 135 encuestados que significan el 34% argumenta que la investigación en las noticias difundidas se da muy poco; y un total de 87 ciudadanos que reflejan un 22% de encuestados mencionan que nunca se realiza investigación en las noticias.

### **Análisis cualitativo**

La mayoría de los encuestados sostienen que muy poca investigación se realiza dentro del proceso de generación de contenidos noticiosos; otro grupo que representa más de la cuarta parte de encuestados indican que a veces se da la investigación, lo que es reflejado en las noticias emitidas. De otro lado, un número inferior de ciudadanos sostienen que no existe investigación periodística, mientras que un número mínimo de consultados afirman que si existe procesos investigativos en los noticiarios de la televisión lojana.

**Pregunta N° 5.- A su criterio, cree que el talento humano que realiza reportería en cada uno de los canales locales está preparado profesionalmente para ejercer el periodismo?**

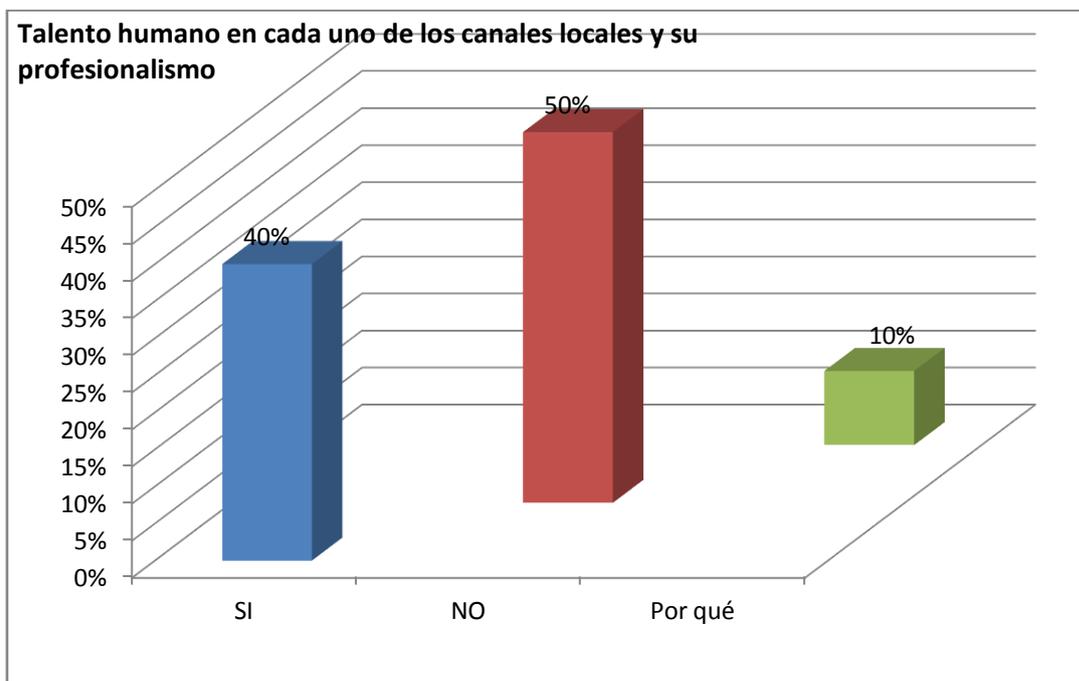
**Cuadro N°5**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales Comunicación		
SI	124	14	11	12	161	40%
NO	149	19	14	16	198	50%
Por qué	27	07	05	02	41	10%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N°5**



Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

De los resultados obtenidos, el 50% que representa a 198 personas consultadas señalan que los reporteros de la televisión lojana no están preparados profesionalmente para ejercer el periodismo; mientras que 161 personas que constituyen el 40% de encuestados sostienen que los equipos periodísticos si cumplen sus perfiles para desarrollar la comunicación social; y 41 encuestados que significan el 10% argumentan, a través de los por qué, que los hombres y mujeres que desarrollan reportería en algunos casos son profesionales y empíricos.

### **Análisis cualitativo**

La mayoría de los encuestados, que llega a la mitad, sostienen que gran parte del talento humano que efectúa tareas de reportería para los canales locales no son profesionales en comunicación lo que les dificulta tener una concepción clara de su trabajo y responsabilidad como periodistas y medios de comunicación a la hora de producir y difundir un hecho noticioso. Otro grupo que representa más de una cuarta parte, indican que los periodistas de la calle (reporteros) si cumple con este propósito, aunque quizá sin un título que los proteja, pero cumple con su cometido.

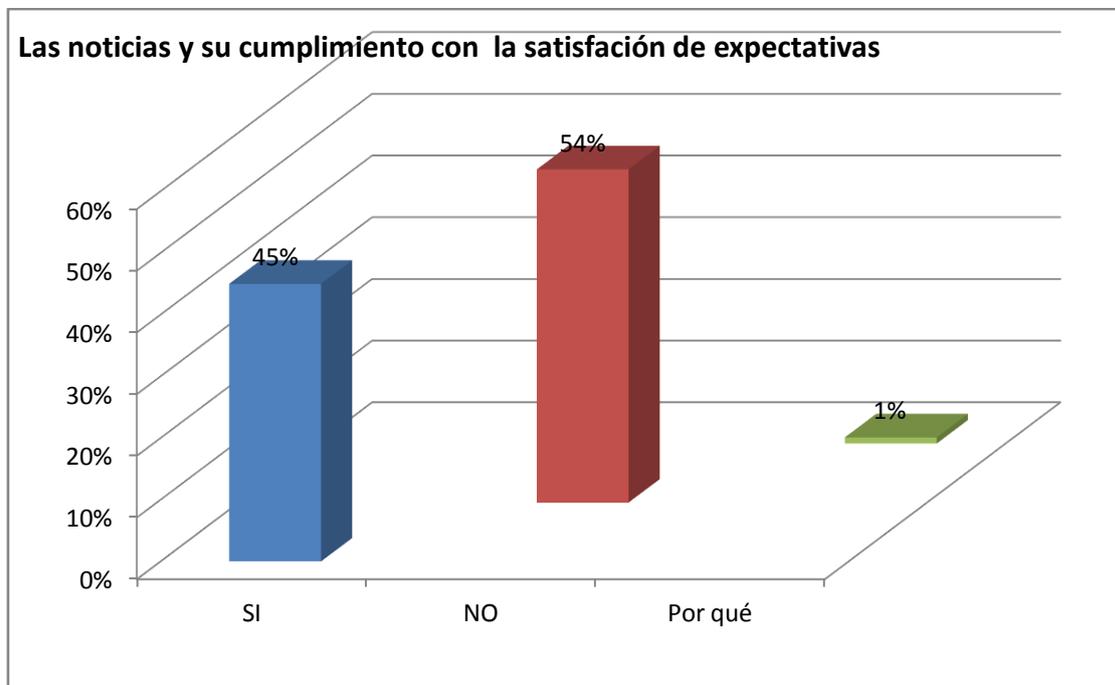
**Pregunta N° 6.- Las noticias que a diario observa son manejadas de forma profesional y cumplen con sus expectativas?**

**Cuadro N°6**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales Comunicación		
SI	136	16	12	15	179	45%
NO	162	21	18	15	216	54%
Por qué	02	03	00	00	05	01%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N°6**



Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

De los datos obtenidos, el 54% que representa a 206 personas consultadas señalan que las noticias que difunden los espacios noticiosos no cumplen profesionalmente y existen falencias a la hora difundirlas; mientras que 179 personas que constituyen el 45% de encuestados sostienen que los acontecimientos mostrados a la colectividad son manejados profesionalmente y cumplen con sus expectativas; y 05 encuestados que significan el 01% a través de sus por qué indican que las noticias pueden ser tratadas como no profesionalmente, sin embargo no están en la capacidad de distinguir aquello y emitir un criterio acertado.

### **Análisis cualitativo**

La mayoría de los encuestados sostienen que las noticias que emiten los canales locales no son manejadas en su totalidad de forma profesional, destacando que uno de los canales lo hace de mejor forma tratando de llegar a cumplir con este objetivo y no así los otros dos. Otro grupo que representa menos de la mitad, indican que en dos de las televisoras lojanas si se brinda un tratamiento profesional a los acontecimientos antes y durante su publicación, cosa que no sucede con un medio televisivo. De otro lado, un número inferior de ciudadanos sostienen que el problema pueda suscitarse ante la falta de direccionamiento en los medios.

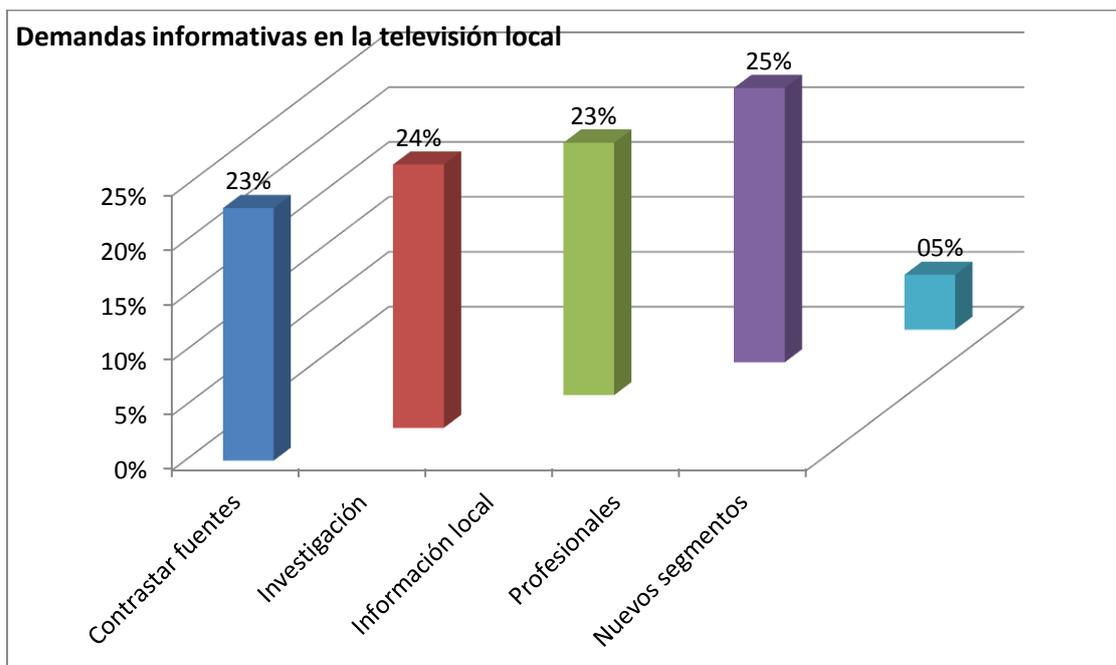
**Pregunta N° 7.- Cuáles son sus principales demandas informativas que deben ser incorporadas en cada noticiarios por la televisión local?**

**Cuadro N° 7**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales Comunicación		
Contrastar fuentes	67	10	08	08	93	23%
Investigación	72	09	07	08	96	24%
Información local	73	06	05	06	90	23%
Profesionales	74	11	08	07	100	25%
Nuevos segmentos	14	04	02	01	21	05%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N°7**



Fuente: Ciudadanía de Loja  
Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

Al consultar sobre las principales demandas informativas que deben considerar la televisión lojana, el 25% que representa a 100 personas dijeron que deben existir equipos periodísticos profesionales en los espacios noticiosos; un 24% que refiere a 96 encuestados señalan que se debe realizar investigación a cada hecho informativo antes de emitirlo a la colectividad; el 23% que representa a 93 ciudadanos sostienen que es necesario que se deba contrastar la fuentes informativas previa a realización de notas informativas; un 23% de consultados que responde a 90 personas indican que se debe dar prioridad a la información local y provincial; y el 05% que determina a 21 indagados afirman que se debe incorporar nuevos segmentos dentro de los noticiarios.

### **Análisis cualitativo**

En relación a esta interrogante, la mayoría de consultados coinciden que dentro de las demandas informativas los canales lojanos deben incorporar talento humano profesional en comunicación o periodismo que garantice la generación de contenidos noticiosos. De otro lado, recomiendan que se debe implementar la investigación como política empresarial la producción de noticias; así como contrastar las fuentes informativas y no solo considerar una sola parte a la hora de generar una noticia; y brindar un mayor espacio a los hechos locales y provinciales considerando que son los único medios que pueden informar de nuestro entorno.

**Pregunta N° 8.- Con los antecedentes expuestos. Marque 1, 2 ó 3, según su nivel de importancia al canal local que es manejado de mejor forma y llega a sus televidentes:**

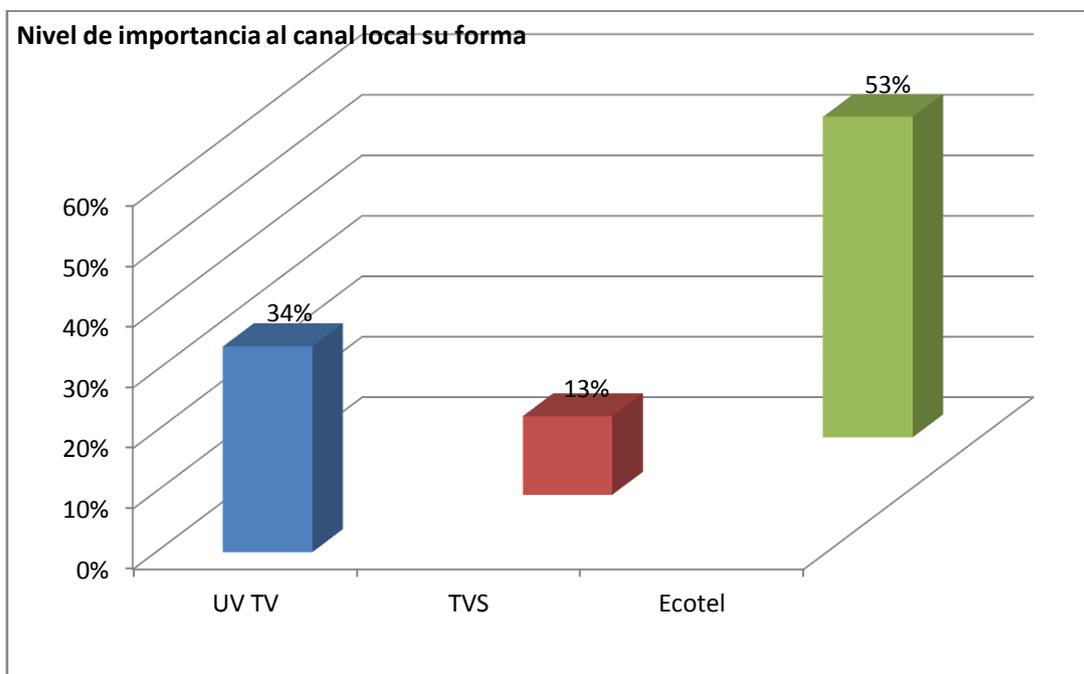
**Cuadro N° 8**

Variable	Frecuencia segmentada				Total Frecuencia	%
	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Profesionales Comunicación		
UV Televisión	102	14	09	11	136	34%
Televisora del Sur	37	04	06	04	51	13%
Ecotel Tv	161	22	15	15	213	53%
<b>Total</b>	300	40	30	30	400	100%

Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaborado: Pilar Quito Ulloa

**Gráfico N°8**



Fuente: Ciudadanía de Loja

Elaborado: Pilar Quito Ulloa

### **Análisis cuantitativo**

Al preguntar sobre el canal de televisión que es manejado de mejor forma y llega a sus públicos, 213 personas que representan al 53% dan su respuesta y sostienen que Ecotel Tv es el medio televisivo lojano que presenta a sus televidentes un noticiario mejor ordenado y con mejor sustento periodístico; en tanto que un 34% que constituyen 136 individuos indican que UV Televisión es el segundo medio televisivo que cumple su trabajo periodístico a través de sus noticiarios, pero que aún le falta ser manejado de mejor forma; y por su parte 51 encuestados que representan al 13% sostienen en tercera opción está Televisora del Sur.

### **Análisis cualitativo**

Del total de encuestados, un porcentaje altísimo de respuestas sostienen que los noticiarios Mundovisión de Ecotel Tv tiene un gran respaldo de sus televidentes, haciendo referencia que el espacio noticioso es manejado de forma más profesional y cumple con ciertas exigencias de la ciudadanía lo que ha logrado su preferencia; no así UV Televisión con sus informativos UV Noticias, que ocupan el segundo lugar, atribuyéndole a aquello a la ausencia de seguimiento a los hechos noticiosos y al tratamiento de la información difundida; y finalmente ubican como tercero a Televisora del Sur por su baja producción noticiosa.

## **ANÁLISIS DE ENTREVISTAS APLICADAS**

En un solo público que estuvo dirigida a: directivos y equipos de trabajo de cada uno de los noticiarios (UV Noticias, Noticias 13 Plus y Mundovisión). Cada una de las encuestas fueron formuladas y aplicadas con 10 interrogantes.

### **1. ¿Qué criterio le merece los espacios informativos de televisión Loja?**

Frente a esta interrogante, los criterios son divididos. Un grupo de directivos y periodistas señalan que los informativos son objetivos y cumplen con cierta línea editorial; mientras que otro sector argumenta que los espacios noticiosos tienen cierto apego político y que responde a agendas propias más no a la demanda informativa.

### **2. ¿Las noticias difundidas en los noticiarios responden a la realidad de Loja y su provincia?**

Aquí todas las respuestas son coincidentes, dejando entrever que los canales locales cumplen con un papel de informar primero lo que sucede en su entorno. Sin embargo, se mencionó que existen canales que con el fin de cumplir con el tiempo establecido para los noticiarios lo que hacen es completar con cualquier otra clase de información.

### **3. ¿Cómo es el proceso de planificación de la comunicación?**

Sus respuestas son divididas. En un solo canal existe planificación de la comunicación antes, durante y después de poner en escena un noticiario,

no así en los otros medios televisivos donde la cobertura y generación de contenidos noticiosos no responde a una planificación sino a la casuística.

#### **4. ¿Cuál ha sido el aporte del canal y sus espacios informativo con la ciudadanía lojana?**

Los comunicadores sociales señalan que el simple hecho de informar el acontecer diario, están aportando al desarrollo del cantón y provincia de Loja. Sin embargo se contraponen criterios argumentando que existen canales que no cumplen con su responsabilidad social empresarial y solo están cumpliendo intereses netamente comerciales. En uno de ellos se destaca que la divulgación de ayuda social es a diario.

#### **5. ¿Los noticiarios tienen un direccionamiento?**

Todos coinciden que no existe aquello, aclarando que el direccionamiento iría encaminado a beneficiar a persona o grupo alguno a través de la generación de noticias. De otro lado, indican que en uno de los canales existen las directrices para realizar el trabajo diario, mientras que en los otros canales rara vez.

**6. ¿La puesta en marcha de los noticiarios responde a una necesidad informativa o a otros intereses?**

Los entrevistados aciertan al indicar que los noticiarios responden a una necesidad informativa. Argumentan, su coincidencia, señalando que obligadamente debe existir un noticiario ya que es la columna vertebral de un medio de comunicación y a través de éste mostrar su responsabilidad con la ciudadanía.

**7. ¿A usted le satisface la información difundida en la televisión lojana?**

Las respuestas son similares, donde cada uno de los medios destaca su trabajo y cuestiona el de la competencia. Es destacable donde todos están conscientes que a pesar de dar todo hay días que les falta cumplir con su audiencia y exigencia de sus públicos.

**8. ¿Qué le hace falta a los espacios informativos?**

Aquí la mayoría de criterios son unánimes, señalando que es necesario brindar más seguimiento e investigación a los hechos difundidos y de manera especial cuando se trata de temas institucionales. De otro lado, dar mayor cobertura a los cantones de la provincia de Loja y a la región sur.

**9. ¿Cuál es el manejo y tratamiento de las fuentes informativas para la elaboración de las noticias?**

Frente a esta interrogante las respuesta son varias: En un solo canal se realiza sesiones diarias para la distribución de fuentes y discutir entre el equipo el enfoque que se dará a cada noticias; no así en los otros dos canales locales.

**10. ¿Existe investigación, seguimiento y evaluación a los hechos noticiosos y a cada uno de los espacios informativos?**

Ante la inquietud planteada, los enunciados son divididos. En un solo medio hacen el esfuerzo de investigar con un mayor nivel de profundidad y dar seguimiento a los hechos noticiosos; mientras que en los otros medios no existe aquello, argumentando a la falta de personal y presupuesto para estas tareas periodísticas.

## **g. DISCUSIÓN**

- **Conocer la planificación de la comunicación durante el proceso de generación de contenidos noticiosos.**

Este objetivo se logra comprobar con los resultados arrojados de la pregunta tres de la entrevista aplicada a directivos y periodistas de los canales locales de Loja, quienes con sus criterios y conocimiento del trabajo que realizan a diario, se pudo evidenciar que la mayoría de las televisoras no cumplen con procesos de planificación de la comunicación y en muchos casos responde a la casuística y al día a día que se presenta en la agenda noticiosa de la ciudad y provincia de Loja.

- **Determinar si existe investigación, seguimiento y evaluación a los hechos noticiosos y a cada uno de los espacios informativos.**

Este objetivo se verifica a través de la pregunta cuatro de la encuesta aplicada a la ciudadanía, instituciones, líderes de opinión y comunicadores sociales; por cuanto la percepción que tienen los encuestados es negativa (34%), señalando que la investigación que se da a las noticias es muy poca. Mientras que el 35% de los entrevistados que responde a directivos y periodistas de los medios consideran que si se realiza investigación periodística, que significa un canal, y los otros no lo hacen justificando por los costos que implica dicho trabajo.

- **Saber cuál es el manejo y tratamiento de las fuentes informativas para la elaboración de las noticias.**

Este objetivo se verifica a través de la pregunta nueve de la entrevista desarrollada a directivos y periodistas de los medios televisivos, donde se demuestra que el tratamiento y manejo de las fuentes informativas no son las adecuadas. Uno de los canales realiza sesiones de trabajo, repartición de fuentes y manejo del enfoque informativo a cada hecho noticioso a cubrir, no así en los otros dos medios donde cada nota informativa resulta como iniciativa del periodista o reporte más no de un director o responsable.

- **Indagar a los usuarios de la televisión lojana sobre la percepción que tienen de los informativos y sus demandas.**

Este objetivo se verifica por medio de dos preguntas de la encuesta aplicada: en la interrogante tres, los televidentes (43%) sostienen que el contenido y sustento periodístico de los noticiarios de la televisión lojana no cubren sus expectativas; mientras que la pregunta siete (25%, 24%, 23% y 5%) solicitan se le ponga más atención en el ámbito profesional de sus equipos de trabajo, se realice investigación a los hechos noticiosos, se contraste las fuentes informativas y se difunda más noticias locales y provinciales, y se incremente nuevos segmentos.

- **Plantear una propuesta alternativa que contribuya a la solución de la problemática estudiada.**

Este objetivo se verifica por medio de todas las interrogantes planteadas en la encuesta y aplicada a la ciudadanía y usuarios de la televisión lojana. Lo propio con las nueve entrevistas ejecutadas a directivos y periodistas de los canales locales. Insumos que determinan claramente cada una de las falencias, demandas y sugerencias para plantear una propuesta alternativa que dé solución a la problemática estudiada.

### **CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS**

Para la ejecución de la presente investigación, y que contribuya a obtener resultados que nos encaminen al objeto de estudio, se analizaron varias hipótesis, donde fue necesario plantearnos una de ellas que englobe todo la problemática.

La principal hipótesis que nace del estudio de los espacios noticiosos fue: LA AUSENCIA DE DIRECTORES DE NOTICIAS ESPECIALIZADOS EN EL CAMPO INFORMATIVO Y DE REPORTEROS PROFESIONALES, OCASIONA UN MAL MANEJO EN LAS FUENTES INFORMATIVAS Y CONSECUENTEMENTE GENERAN CONTENIDOS NOTICIOSOS QUE NO PERMITEN A LA CIUDADANÍA INFORMARSE OBJETIVAMENTE DE LOS SUCESOS DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.

La Hipótesis se contrasta a través de la pregunta cinco de la encuesta, donde el 50% de encuestados sostienen que el talento humano encargado del procesamiento de la información no le dan el tratamiento y distorsionan su mensaje. De otro lado, el 54% de usuarios de la televisión local, en la pregunta seis, hacen referencia que las noticias que observan en los noticiarios no cumplen con sus expectativas; a esto se une el 43% de televidentes donde afirman que los contenidos y sustento periodístico no son los adecuados.

Por lo tanto, se comprueba la hipótesis planteada; donde con los resultados se evidencia que ante la ausencia de profesionales en la dirección de noticias y en los equipos periodísticos se genera un tratamiento inadecuado a la generación de contenidos noticiosos. Lo que produce que los ciudadanos no se informen de manera objetiva de lo que acontece en Loja.

## **h. CONCLUSIONES**

En base a los resultados arrojados en esta investigación se arribaron a las siguientes conclusiones:

- El nivel de audiencia de los canales de televisión local y sus espacios noticiosos se ubican en el mismo lugar de acuerdo a la percepción de sus audiencias quienes consideraron su estructura, tratamiento a las noticias, contrastación de fuentes, investigación, etc. Su nivel de aceptación del 100% se distribuye de la siguiente manera: Ecotel Tv 56% (Mundovisión), UV Televisión 33%(UV Noticias) y Televisora del Sur 11% (13 Plus Noticias).
- La ausencia de investigación periodística es una de las limitantes de los medios de comunicación televisivos de Loja, así se refleja que del 100% el 34% siente que no existe un nivel de investigación aunque existen esfuerzos en uno de los canales para cumplir con este fin; la ciudadanía observa como un problema el que haya poco investigación, seguimiento y contrastación de las fuentes informativas previo a la difusión de hechos noticiosos.
- La dirección de los espacios noticiosos de la televisión lojana, con excepción de un medio que refleja un 62%, están bajo la responsabilidad de personas no profesionales en comunicación social y

sin experiencia en Dircom o temas a fines que los habilite para dichos cargos. Mientras que los equipos periodísticos en un alto número son egresados en comunicación y otros no son de ésta área.

- Mas del 50% de los usuarios de la televisión lojana demandan de los medios de comunicación que su planta de periodistas sean profesionales, se realice investigación a los hechos noticiosos.

## **i. RECOMENDACIONES**

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

- Es necesario la incorporación de directores de noticias en cada uno de los canales de televisión y profesionales en comunicación con experiencia en reportería televisiva, con el fin de garantizar un tratamiento, seguimiento e investigación a la hora de generar contenidos noticiosos y sean difundidos de manera responsable a la ciudadanía lojana.
- Cada uno de los canales locales, debe implementar la planificación de la comunicación como una política institucional. Es decir, todos los días previo a su trabajo, deberán planificar su agenda noticiosa donde el director de noticias guiará a sus equipos, sugerirá las fuentes, discutirán su enfoque, sin descuidar el seguimiento e investigación a los hechos noticiosos.
- Los noticiarios deberán incrementar segmentos noticiosos donde los televidentes puedan conocer lo que sucede en su entorno desde otra óptica. Todo esto acompañado de un adecuado tratamiento de las noticias a través de la contrastación de las fuentes informativas.

- Generar procesos de transferencia de conocimiento, como capacitaciones, a todos los involucrados en la producción de los noticiarios, donde se abarque temáticas que ayuden a mejorar el nivel profesional de los espacios noticiosos de la televisión lojana, con el objeto que los televidentes se informe de manera clara y objetiva.
- Los usuarios de la televisión lojana requieren de los medios de comunicación que su planta de periodistas sean profesionales, para que se realice investigación a los hechos noticiosos, se de espacio a más información local y provincial, y se incremente nuevos segmentos en los noticiarios.

## **PROPUESTA**

### **TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS A LOS EQUIPOS PERIODÍSTICOS DE LA TELEVISIÓN LOJANA.**

#### **PRESENTACIÓN**

Cada día se requieren más profesionales con capacidad para aplicar de manera eficiente los avances de la comunicación y la tecnología. Para ello resulta fundamental adquirir los conocimientos y desarrollar las habilidades necesarias para poder ingresar y ser competitivo en el periodismo televisivo que exige una actualización en los conceptos y las técnicas.

Por eso, la capacitación que está dirigida a los equipos periodísticos de la televisión lojana, busca dotar a los profesionales de conocimientos académicos orientados a utilizar las nuevas tecnologías, para que todos los procesos comunicacionales que emprenda se encaminen de manera exitosa.

#### **OBJETIVOS**

##### **Objetivo general:**

- Formar profesionales que posean las capacidades necesarias que le permitan realizar tareas de seguimiento, investigación y generación de contenidos noticiosos; desarrollando la capacidad de planificación, realización y operación de la comunicación social.

##### **Objetivos específicos:**

- Conferir las habilidades básicas del comunicador en la concepción, dirección y desarrollo de proyectos en comunicación.
- Enseñar a los profesionales una serie de conocimientos actualizados sobre diversas técnicas periodísticas en televisión.

## **ESTRUCTURA DEL PROGRAMA**

La capacitación a los periodistas de los canales de televisión de la ciudad de Loja está estructurado de la siguiente manera:

La primera parte estará dedicada exclusivamente para la parte periodística, donde los participantes podrán conocer las técnicas de redacción para televisión y sus contenidos conceptuales. Además aplicar lo que determinan los autores con su trabajo cotidiano. Es decir, Los textos escritos para la televisión son el arte de escribir para las conversaciones cara a cara.

La segunda parte permitirá conocer y comprender, en primer lugar, los fundamentos teóricos, conceptuales e históricos implicados en la producción televisiva y, en segundo lugar, su implementación. El objetivo es conseguir que los alumnos adquieran una visión global del campo periodístico televisivo, a través de diferentes temáticas multidisciplinares relacionadas.

La tercera parte responderá a actividades y ejercicios prácticos.

## **CONTENIDOS**

### **Redacción para televisión**

Arrancamos la capacitación buscando la conexión con la audiencia a través del oído.

La redacción de textos para televisión bien sea para el presentador, el reportero en cámara o para la voz en off, debe buscar el estilo más simple, enfocado y directo posible, con frases cortas y palabras de uso diario y significado conocido.

### ❖ **Redacción de noticias para tv**

Hemos de inclinarnos básicamente a la redacción relacionada con el periodismo televisivo, adoptando para tal fin al periodismo informativo, por lo que necesariamente nos referiremos a los principales géneros que se incorporan a un noticiario de televisión.

### ❖ **La secuencia**

Es una narración, es una unidad de tiempo y espacio; en otras palabras, la secuencia es una unidad narrativa. El film es una historia narrada en imágenes, es un todo que tiene un inicio, desarrollo y fin.

### ❖ **El guion informativo**

Para los informativos de televisión se utilizan algunos tipos de guiones, entre ellos el informativo que los analizaremos en la capacitación.

### ❖ **La entrevista**

Una entrevista en televisión, reúne los mismos requisitos y observaciones que las hechas para la entrevista en otros medios de comunicación.

### ❖ **El reportaje**

El reportaje para televisión, es concebido en idéntica forma como para los otros medios. La particularidad es que, es sumamente vivencial por las imágenes y sonidos propios, tomados de los protagonistas de los hechos.

## **Diseño y Organización de la Producción televisiva**

Arrancaremos la capacitación desarrollando las habilidades necesarias para realizar tareas propias del diseño, planificación, gestión y control de la producción adentrándose en las diversas fases de desarrollo y edición del proyecto audiovisual.

### **❖ El Guión Audiovisual y Multimedia**

En esta parte se estudian las diferentes fases y aspectos a tener en cuenta, en el desarrollo de una historia, desde su concepción hasta la puesta en escena, para ser presentada a través de los noticiarios de la televisión lojana.

### **❖ Lenguaje y Narrativa Audiovisual**

El objetivo fundamental de esta parte de estudio es enseñar a los periodistas los conocimientos académicos y prácticos sobre el manejo de cámara, composición visual y sonora, entre otros elementos necesarios para que comprendan y dominen el lenguaje audiovisual.

### **❖ Captación, Registro y Postproducción de Sonido**

Examinaremos en esta sección la estructura del sonido, desde sus fundamentos físicos y fisiológicos hasta su inserción en el soporte audiovisual, pasando por los mecanismos empleados para la captación, almacenamiento y reproducción del sonido.

### **❖ Técnicas de Iluminación**

En este campo analizaremos los fundamentos físicos y fisiológicos de la luz y el color, así como sus aplicaciones en el campo audiovisual y las técnicas más usuales.

### Actividades prácticas

Los comunicadores sociales de los canales locales que sean parte de la capacitación deberán realizar ejercicios prácticos de cada una de las temáticas abordadas, de acuerdo a su avance. Al final deberán presentar un ejercicio completo sobre una nota informativa, reportaje, entrevista u otro género periodístico donde conste cada uno de los elementos estudiados.

### Cronograma de Ejecución

Actividad	Tema	Tiempo	Practica por Resultados
<b>Contenidos</b>	Redacción para televisión	40 horas	Elaboración de guiones
<b>Diseño y organización de la producción televisiva</b>	Guion audiovisual y multimedia	80 horas	Trabajo de campo
<b>Diseño de productos finales</b>	Ejercicios prácticos de periodismo y producción	20 horas	Trabajo de campo y producto final

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

- TELEVISIÓN: PANTALLA E IDENTIDAD, Rincón, O., Estrella, M. Colombia (2000).
- HISTORIA GENERAL DE LA COMUNICACIÓN, José Enrique Monterde, (1989).
- RIODISMO TELEVISIVO, Buendía y otros, (1998).
- INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO, Fraser Bond, F, México, 1986.
- EVOLUCIÓN Y RETOS DE LA TELEVISIÓN, Esteban Proaño, Ciespal Quito (2003).
- TELEVISIÓN INFORMATIVA, Omar Rincón, Colombia (1996).
- LA TELEVISIÓN, Iñiguez Cartagena José, Ecuador – 2007.
- PERIODISMO, OPINIÓN PÚBLICA Y AGENDA CIUDADANA, Miralles, A. (2002).
- PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Mostaza, Bortdame. Barcelona, 1995.
- TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, De Fleur, M., BALL, R España(1993).
- REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN, Millerson y Gerald, Madrid (2001).
- INDOLE DEL PERIODISMO (varios autores) EEUU, 1983.
- PERIODISMO INFORMATIVO E INTERPRETATIVO: el impacto de la noticia, las fuentes y los géneros. México, D.F.: Alfaomega. 2009.
- TELEVISIÓN PARA PERIODISTAS: un enfoque práctico. Buenos Aires, Martinchuk Ernesto, Argentina (2007).
- TELEVISIÓN Y CALIDAD: el debate internacional, Lasagni María Cristina, Buenos Aires (2006).
- ABC DEL PERIODISMO, Gorz. Margarita, Editorial Concepto. S.N. México D.F. 1988.
- TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN, Jorge Enrique González, (1994).

## K. ANEXOS



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## Modalidad de Estudios a Distancia MED

### Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

#### TEMA:

"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-DICIEMBRE 2013"

Proyecto de tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Comunicación Social.

#### AUTORA:

Mercedes del Pilar Quito Ulloa

*Loja - Ecuador*  
2013

1859

**a). TEMA**

"ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS, DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS, DE LA TELEVISIÓN LOJANA; PERIODO AGOSTO-DICIEMBRE 2013"

## **b). PROBLEMATICA**

### **Ubicación y contextualización**

La televisión se impone como el medio de comunicación masivo de mayor importancia. Sin dudas es el medio de comunicación social más influyente, popular y completa: dispone de imágenes, texto, sonido y una variedad de efectos especiales que la hacen aún más atractiva. Al igual que la prensa escrita y la radio, ella cumple importantes funciones, como la de informar, educar, entretener y prestar servicios a la comunidad.

La importancia de la televisión radica en su informar, a ello responde la acogida que ha tenido este medio de comunicación en el sur del Ecuador, específicamente en la provincia que tiene una rica tradición en el arte –Loja– y por esta razón es conocida como la capital musical y cultural del Ecuador. En la ciudad de Loja, que es la capital de provincia, sus 206.834 habitan (zona urbana) tienden a informarse a través de la televisión al igual que las 238.625 personas que conforman el cantón.

La provincia de Loja, por su desarrollo y ubicación geográfica fue nombrada sede administrativa de la región sur o zona 7 de planificación comprendida por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe. En esta provincia se encuentran tres medios de comunicación televisivos que cubren su jurisdicción y sectores aledaños, canales que en su mayoría se han encargado de cumplir con los postulados de la comunicación social.

En la ciudad de Loja, en el año de 1969, inicia sus emisiones el Canal 4 de Televisión, bajo la conducción de su gerente propietario, Rafael Jaramillo Loiza. Este medio de comunicación de cobertura local, tuvo como características la emisión en blanco y negro, con emisiones regulares de 16h00

a 24h00; y, emisiones especiales los sábados y domingos desde las 10h00. En 1974, se suspenden las emisiones del Canal de televisión lojano, debido a los altos costos de operación y mantenimiento, situación insostenible por la falta de auspicios económicos.

En su segunda etapa, en el año 1990, el Lic. Walter Jaramillo Zayre, sucesor de la actividad de su padre, nuevamente pone en funcionamiento el Canal 4 de Televisión, agregándole el nombre de "Univisión". Esta vez, el canal utiliza el sistema a colores y se incorpora una antena parabólica que permite la recepción vía satélite. Más tarde, con su fallecimiento, el Canal toma la imagen corporativa de "UV Televisión" y es dirigido por la Lic. Rosa Petronila Valdivieso. En la actualidad, UV Televisión se enlace vía satélite con el canal Multiestatal TELESUR, con el Canal Vasco y con el Canal DW. La producción propia de a poco va incrementándose.

En nuestra provincia de Loja, existen además, los canales ECOTEL TV (Canal 22 UHF), de propiedad del Lic. Ramiro Cueva Atarihuana; y, Televisora del Sur, llamada 13 Plus (Canal 13 VHF) de propiedad del ex diputado Dr. Jorge Montero Rodríguez<sup>15</sup>.

De acuerdo a la observación realizada en los canales de televisión de la ciudad de Loja, el mayor porcentaje del esfuerzo de su producción está en los noticiarios (Mundovisión, UV Noticias y Noticias 13 Plus), luego se ubican los programas deportivos y finalmente las pequeñas producciones musicales y de entretenimiento. Últimamente se ha notado un interés, en los canales locales, por programas variedades, musicales y de opinión.

El 22.20% de la producción televisiva local corresponde a los programas informativos. En esta categoría, los noticiarios con el 79.54% son los más representativos y los programas de variedades alcanzan el restante 20.46%.

---

<sup>15</sup> IÑIGUEZ CARTAGENA, José, La Televisión, cuadernos de trabajo, Universidad Nacional de Loja, Ecuador – 2007.

Asimismo, dentro de la producción propia, la categoría educativo-culturales apenas alcanza el 6.74%, que en su mayoría son adquiridos, tomados de canales aliados, suministrados por el estado o bajados de la web.

### **Situación actual del problema**

Hoy en día, la gente dedica más horas semanales a mirar televisión que a leer periódicos, escuchar la radio, ir al cine o informarse en Internet. Esto se debe a que al atractivo de las imágenes, se suma la comodidad de satisfacer las curiosidades en la propia casa y en la intimidad de la familia.

A pocos años de haber terminado la primera década de este nuevo siglo, en el Ecuador nos seguimos enfrentando a una crisis de contenidos en los diferentes medios de comunicación, donde la poca atención hacia la producción, la falta de iniciativa en cuanto a diversificación de géneros, hacen que exista un detrimento de la calidad de los programas.

Un ejemplo de ello son los noticiarios UV Noticias, Noticias 13 Plus y Mundovisión; donde los problemas en cuanto a producción, coordinación de equipo técnico, estilo en los contenidos se hacen evidente día tras día, de ahí que se registra la necesidad de analizar sus contenidos noticiosos y su programación siendo los de mayor importancia sus informativos; donde lo que se requiere es que este se focalice más en las necesidades que la audiencia tiene, para que de esta manera puedan competir sanamente con los noticiarios de cobertura local como nacional.

Los noticiarios locales (con excepción de uno), trabajan de manera empírica, según lo que el director, responsables o encargado de noticias proponga, sin la investigación y producción previa, muchas veces por falta de presupuesto; pero sobretodo porque no consideran como indispensable realizar

un análisis de sus propios contenidos, de la competencia y sus audiencias, para conocer las fallas, debilidades, oportunidades ante el resto y sobren todo las preferencias del público televidente; y así tener parámetros acerca de la información que presentar y la gráfica que mostrar para que mediante esta estrategia aumente la teleaudiencia.

Al no realizar un análisis de sus contenidos y del resto de espacios noticiosos, los directivos de los canales no conocen cuál es la realidad en que se están desarrollando; lo que se refleja que dos de los noticiarios no tienen la aceptación que necesitan por parte de la población para seguir creciendo como informativo y canal, esto acarrea a un desinterés por parte del público televidente.

La televisión lojana al no ejecutar una modificación de sus contenidos, investigación, seguimiento y técnicas visuales, se genera una inestabilidad y desinterés del televidente, lo que los está convirtiendo en espacios informativos monótonos, cansinos y que no cubren las expectativas de sus usuarios. En último de los casos, el televidente al no tener respuesta de los contenidos de los noticiarios, espera modificaciones en su imagen, ya que la imagen televisiva genera un equilibrio entre la programación y el espectador, esto quiere decir que si no se modifica la línea gráfica, el informativo está expuesto a no ser visto, y se investiga mejores propuestas televisivas, en donde la imagen e información son realizadas de acuerdo a lo que al público le gusta ver.

Frente a esta problemática, es necesario realizar estudios a profundidad y a detalle para conocer en lo que la televisión lojana está fallando y cuáles son las expectativas de los televidentes para satisfacer sus necesidades de información. Esto debido que en UV Televisión y 13 Plus sus espacios noticiosos no responde a procesos de planificación de la información, sino a la

cotidianidad e interés del responsable del área de noticias y no a las exigencias de la ciudadanía.

Cuando se habla de organización de noticiarios, se refiere a las formas que se acoge la información, para introducir contenidos hacia la audiencia. Dichas estructuras se definen, a partir de la importancia que se le da a cada noticia hasta las consideraciones estéticas y el rol que desempeña dentro del informe. Iniciando desde la organización más sencilla hasta la complicada para garantizar un programa informativo de calidad.

### **Delimitación del problema**

Entendiendo todo este trabajo que debe cumplir la televisión lojana que está dirigido a las audiencias que son parte activa del proceso de comunicación en la televisión, ya que el televidente ve el mensaje emitido, se entretiene y le da el significado a lo receptado; pero las televisoras locales no están cumpliendo con este propósito.

Frente a esta problemática y tomando en cuenta las facilidades que presta la televisión y el rol que desempeña ante la ciudadanía, la presente investigación se enmarcará en darle un seguimiento a los espacios noticiosos para luego presentar alternativas de solución y lograr espacios informativos con sustento profesional y que cubran las demandas de los televidentes de UV Televisión, 13 Plus y Ecotel Tv.

El presente estudio estará centrado exclusivamente en el sector urbano de la ciudad de Loja, es así que como se pretende poner en marcha la realización del presente proyecto, pero cabe preguntarse ¿Con una reestructuración de los espacios noticiosos de la televisión lojana se lograría mejorar el nivel de audiencia? ¿El tratamiento y manejo de los contenidos noticiosos cubriría la demanda de información de la ciudadanía? ¿Identificados

los problemas de los espacios noticiosos de la televisión lojana se podrá llegar a los televidentes con información de calidad y que satisfagan sus inquietudes?

Por lo tanto, considero que el problema radica en que **“LA AUSENCIA DE LA PLANIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA TELEVISIÓN LOJANA, HA DADO ESPACIO PARA QUE LOS TELEVIDENTES PIERDAN INTERÉS POR LOS ESPACIOS NOTICIOSOS; NO PERMITIENDO QUE LA CIUDADANÍA DE LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA SE INFORME OBJETIVAMENTE DE LO QUE SUCEDE EN SU CANTÓN Y PROVINCIA”**

## **c). OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- Analizar el contenido y sustento periodístico de los noticiarios de la televisión lojana.

### **Objetivos Específicos**

- Conocer la planificación de la comunicación durante el proceso de generación de contenidos noticiosos.
- Saber cuál es el manejo y tratamiento de las fuentes informativas para la elaboración de las noticias.
- Determinar si existe investigación, seguimiento y evaluación a los hechos noticiosos y a cada uno de los espacios informativos.
- Indagar a los usuarios de la televisión lojana sobre la percepción que tienen de los informativos y sus demandas.
- Plantear una propuesta alternativa que contribuya a la solución de la problemática estudiada.

#### **d). HIPÓTESIS**

De acuerdo al análisis de la problemática que fue realizado median indagación previa, aplicando herramientas rápidas para el levantamiento de información, se pudo conocer sobre la realidad del problema existente dentro de los espacios noticiosos de la televisión lojana.

Sin embargo existen varias inquietudes, en torno a esta tema, que deben ser resueltas con un proceso investigativo de campo y con la aplicación de métodos y técnicas a cada uno de los sectores involucrados quienes están siendo los principales perjudicados al no contar con información objetiva e imparcial.

Una de las principales hipótesis que nace del estudio de los espacios noticiosos, es: LA AUSENCIA DE DIRECTORES DE NOTICIAS ESPECIALIZADOS EN EL CAMPO INFORMATIVO Y DE REPORTEROS PROFESIONALES, OCASIONA UN MAL MANEJO EN LAS FUENTES INFORMATIVAS Y CONSECUENTEMENTE GENERAN CONTENIDOS NOTICIOSOS QUE NO PERMITEN A LA CIUDADANÍA INFORMARSE OBJETIVAMENTE DE LOS SUCESOS DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.

## **e).MARCO TEÓRICO**

### **La televisión**

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<sup>16</sup>.

El fenómeno televisivo, típico de nuestros tiempos, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de la TV es la de ser un medio de comunicación de masa debido a lo cual se concentran en torno a ellos números y variados intereses como es la programación que transmite. Es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de los hogares, al colocarse como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes.

**“La televisión fue** inventada en la década de 1930 por John Logie Baird (1888-1946), que tiene la capacidad de transmitir imágenes y sonido, y es un gran instrumento de la globalización. Fue en la década de 1950, cuando este aparato, llamado comúnmente TV, comenzó a hacerse popular, esto es después de la segunda guerra mundial.

### **Periodismo**

Actualmente, la palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de las noticias llegan hasta el público. Cuando ocurre en el mundo, si es de interés general, y todos los pensamientos,

---

<sup>16</sup>MOSTAZA, Bortdame. PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 188-189

los actos y las ideas que esos acontecimientos provocan, se convierten en el material fundamental del periodista.

Varían las definiciones de periodismo, según el punto de vista de quienes las dan. “Para el escéptico, el periodismo es sencillamente un oficio; para el idealista es una brillante responsabilidad y un privilegio”. Al decir de “Leslie Stephens: El periodismo consiste en escribir a suelo sobre asuntos que se ignoran. Según Eric Hodgina, de la Revista Times: Periodismo es llevar información de aquí y de allá, con precisión, responsabilidad y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas, y así lenta, aunque no inmediata, se vuelve más evidente”<sup>17</sup>.

Ambos conceptos de periodismo florecen bajo garantías de libertad, ya sea que esas garantías sean o no merecidas. Una filosofía dice: “Dad al público lo que el público quiere”, La otra dice: “Dad al público la verdad, que es la que debe ser”. Esa libertad de la que ahora disfruta el periodismo en todas sus formas fue ganada penosamente. En los comienzos, la autoridad, tanto civil como eclesiástica, solía suprimir todos aquellos anuncios acerca de hechos y de opiniones que no coincidieran con sus deseos, pues temía el contenido de la frase bíblica; “La verdad te liberará”.

La prensa libre debe estar exenta de toda compulsión, gubernamental o social. Como lo señaló Milton en su gran llamado a favor de la libertad de prensa, es imposible determinar que criterio será el que decida lo que es bueno y conveniente que el público lea, escuche o vea. Sólo el apoyo público puede aceptarse como criterio seguro. Las publicaciones indignas hallarán pocos lectores, televidentes y radioescuchas que obtengan algún beneficio de ellas y pronto dejarán de existir.

---

<sup>17</sup>INDOLE DEL PERIODISMO (varios autores) EEUU, 1983, pág. 89

## Deberes del periodista

Al aceptar, como lo hace, las garantías de libertad, el periodismo acepta también la obligación de merecer esas garantías. “El periodismo que se respeta así mismo, se esfuerza constantemente, en todas sus formas, por cumplir con esa obligación y por desempeñar sus deberes hacia la sociedad”<sup>18</sup>

*La prensa debe ser independiente.* Para ser independiente necesita sostener por sí misma, obtener utilidades sin subsidios. No puede servir bien al público que la apoya si tiene “cola que le pise”

*La prensa debe ser imparcial.* Casi todas las personas coincidirán la imparcialidad como una virtud que se esfuerza por cultivar. El periodismo considera la imparcialidad como un ideal. Los mejores canales de televisión tratan evitar la parcialidad deliberada e intencional. Ahora es muy común permitir a bandos opuestos que expresen sus respectivos puntos de vista. El ideal de la imparcialidad lo alcanza el periodismo que evita el error, la predisposición, el prejuicio y el colorido falso.

*La prensa debe ser exacta.* El esfuerzo por lograr una exactitud imparcial es la medida del carácter periodístico, cualquiera que sea el medio que se emplee. Esparcir hechos verdaderos y objetivos brilla como el ideal del logro periodístico. Naturalmente la exactitud de la prensa diaria depende del elemento tiempo como lo hizo ver en una ocasión el finado Louis Wiley, antiguo gerente del *Times de Nueva York*.

*La Prensa debe ser honrada.* La buena reputación no se adquiere o se sostiene fácilmente, se lucha por ella a diario. Ningún negocio se encuentra tan sujeto como el periodismo a multitud de cambiantes contactos con el público, a tan variados problemas que demandan decisiones inmediatas. Pero los elementos sencillos de la buena reputación en todas las formas de

---

<sup>18</sup>FRASER BOND, F, INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO, México, 1986, pág. 19

periodismo son siempre los mismos: honrados en las noticias y en los anuncios.

*La Prensa debe tener sentido de responsabilidad.* Como lo ha señalado Grove Petterson, del *Blade*, de Toledo, “una prensa libre es algo más que la manera de ganarse la vida de quienes la publican”. Goza de esa libertad porque es una institución semipública. Como tal un medio de comunicación tiene un deber hacia la comunidad a la que sirve y que la apoya.

*La prensa debe ser decente.* El deber de ser decente no solo se refiere a la decencia del lenguaje y a las imágenes que una televisora emplea, ya que la ley se encarga de eso, sino a la forma de cómo procede para obtener sus noticias. Los buenos periodistas imponen en su trabajo, como imponen en ellos mismos, la censura del buen gusto.

### **Propósitos del periodismo**

El periodismo, sobre todo en televisión, tienen cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir. Desempeña otras funciones importantes, como la difusión de los anuncios y la diseminación de un cúmulo inmenso de información y de comentarios que casi no encajan en el concepto general de la noticia.

Extender la noticia es el fin principal del periodismo. Como lo ha expresado la American Society of NewspaperEditores: “La función primaria de los medios televisivos es comunicar al género humano lo que sus integrantes hacen, sienten y piensan”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup>Ob. Cit. Pág. 21-23

## **Géneros periodísticos**

“El periodismo admite varios géneros, y cada uno de ellos exige de quien lo cultiva talentos especiales: el artículo, el editorial, el reportaje, la noticia, la entrevista y la crítica, que son los más señalados”<sup>20</sup>.

Dominarlos a fondo no es cosa nada sencilla, para lograrlo se precisa un buen dominio de la herramienta expresiva: el lenguaje, sea oral o escrito. Y también, desde luego, cultura general. Los géneros periodísticos conforman el *corpus* de la prensa: son su expresión y su fuerza.

### **La noticia**

La noticia es el género periodístico más antiguo y tradicional de la historia, la necesidad de estar informado sobre los acontecimientos que ocurren a nivel mundial, nacional y local, ha llevado al ser humanos a buscar formas de transmitir los hechos y acontecimientos con mayor trascendencia a nivel que van pasando.

Se entiende que, ésta, se constituye toda vez que, se genera un hecho o acontecimiento de trascendencia en un determinado lugar, la misma que un comunicador social, actuando como tal, encuentra la necesidad y satisfacción de escribirla, desarrollarla y publicarla. “La noticia es el relato periodístico de un hecho reciente capaz de interesar al lector. Es algo que ha sucedido y en lo que se hallan interesados un gran número de personas. Es el primer informe de eventos significativos que tienen interés para el público”<sup>21</sup>.

En pocas palabras, la noticia es una recopilación de hechos y acontecimientos de interés actual y general que revista importancia para los televidentes de un noticiero que la pública, por lo que debe ser confiable y transparente sin fundamentalismos.

---

<sup>20</sup>GORZ. Margarita, ABC DEL PERIODISMO, Editorial Concepto. S.N. México D.F. 1988. Pág. 33

<sup>21</sup>INIGUEZ CARTAGENA, José. REDACCIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS: Documento de trabajo No2. Loja-Ecuador. 1999.

A pesar de los años la noticia no se ha quedado estática, ha evolucionado a la par con la tecnología. Con el nacimiento de la imprenta empezaron a informar la noticia en papel y posteriormente salió a la pantalla grande mediante el cine, la radio y televisión, se encargaron de igual forma cubrir las necesidades del hombre en estar informados.

En la actualidad la noticia debe tener tres elementos fundamentales según Guillermo Franco en su libro “Necesidades de formación para medios de comunicación”:

- Información detallada sobre el hecho de actualidad, de manera que se pueda contar detalladamente lo ocurrido.
- Antecedentes y consecuencias del hecho actual, con el fin de que el público entienda las razones por las cuales ocurrió y lo que podría pasar a partir de lo acontecido.
- Realizar comparaciones con casos similares que se han suscitado, en ocasiones anteriores en cualquier lugar del mundo y compartir las medidas que se han usado para la solución al problema dado, esto permite hallar ideas nuevas a quienes deben tomar decisiones y acciones sobre el nuevo hecho<sup>22</sup>.

En Ecuador, la televisión va a la cabeza de las estadísticas en materia de consumo de información a través de los distintos medios de comunicación.

La información superficial, puede llevar al televidente a no creer, a la indiferencia y frustración intelectual.

En el noticiero no se permite que exista: torpeza, confusión, parcialidad, aburrimiento, errores, miedo y vulgaridad, estos se les puede considerar como los 7 errores de la información, todos lo que intervienen en un noticiero de

---

<sup>22</sup>FRANCO, Guillermo. NECESIDADES DE FORMACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 188-189

televisión, desde el más alto hasta el más pequeño en equipos y personal, deben tener en cuenta estas equivocaciones y evitarlas.

### **Estructura de la Noticia**

Cuando se discute sobre la estructura de la noticia en televisión, se refiere a las formas que se va a realizar la información para trasladar sus contenidos a la audiencia. La estructura concreta, la importancia que se le da a cada una de las noticias, desde la parte de información hasta lo estético de la misma y lo que va a cumplir en el televidente al momento de verla. Se parte desde la estructura sencilla, hasta llegar a la completa, teniendo en cuenta que en un informativo de televisión se encuentra varios formatos de transmitir la información.

El titular indica en un resumen de que se trata la noticia que se va a transmitir. En el periodismo clásico, por lo general responde a las preguntas: quién, qué, cuándo, dónde, cómo, porqué.

El cuerpo de la noticia, su estructura tiene forma de pirámide invertida, en la cual se muestra, lo de mayor importancia a menor importancia, por medio de párrafos secuenciales y que tengan interés al público televidente.

La noticia debe tener estos siguientes puntos, según Guillermo Franco en su libro. "Necesidades de formación para medios de comunicación"<sup>23</sup>:

- **Actualidad:** Hecho reciente y novedoso.
- **Imprevisibilidad:** Cuanto más extraño resulte un acontecimiento, más posibilidades tendrá de convertirse en noticia.
- **Implicación:** Es la importancia que tiene el acontecimiento, tanto la cantidad de objetos como de sujetos implicados en el hecho noticioso.

---

<sup>23</sup>FRANCO, Guillermo. NECESIDADES DE FORMACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Barcelona, 1995, pág. 213

- **Proximidad:** La distancia a la que se encuentra el receptor potencial del acontecimiento.
- **Conflicto:** Un suceso que provoca entre dos o más personas.
- **Negatividad:** Noticias de carácter negativo ya que suscitan un mayor interés.

### **Tipos de Noticias**

Es conveniente que las noticias no sean del mismo tipo o redactadas de la misma manera, existen diferentes tipos de noticias tales como:

- Fortuitas, aquellos hechos que ocurren sin que nadie lo espere.
- Previsibles, acontecimientos que tendrán lugar, pero no se tiene conocimiento de donde y cuando ocurre.
- Programadas, son los hechos que se tiene el conocimiento de donde y cuando van a ocurrir, pero no se conoce cuál será el desenlace.

### **La entrevista**

Una entrevista en televisión, reúne los mismos requisitos y observaciones que las hechas para la entrevista en otros medios de comunicación.

Este género periodístico, es muy utilizado en los telediarios, ofreciendo a la audiencia información nueva sobre los principales aspectos del convivir local, en todos los órdenes de la actividad de la sociedad.

En el caso de la televisión, es necesario, efectuar una pre-entrevista, la que permitirá conocer de menor manera al entrevistado y ganar confianza mutua entre el entrevistador y el entrevistado.

El entrevistador, conduce la entrevista, previamente planificada por él o por el Director de noticias del canal. El entrevistador debe tener identificados plenamente los objetivos que persigue a través de la entrevista<sup>24</sup>.

Las preguntas que se formulen al entrevistado deben ser específicas, claras y directas, sin abundar en preámbulos. No se deben formular preguntas capciosas ni ambiguas.

## **El Noticiero**

El primer periódico televisivo del que se tiene constancia en el continente latinoamericano, se transmitió el 7 de diciembre de 1941, a través de la estación WCBW de New York, instalada por la Columbia BroadcasytingSystems una empresa innovadora en el campo comunicacional de ese entonces.

En el Ecuador el inicio de los noticieros se remonta a los años veinte cuando aún no existía la televisión, sino únicamente se tenía como medio de comunicación al cine.

La producción inicial se centraba en los noticieros como registro fehaciente no lo que reseñaba la prensa y la radio, además cerca de cincuenta documentales sobre temas de estado, que se mantienen a la fecha.

Los noticieros televisivos la mayor fuente de información en el Ecuador, el presentador no se sentó ante el telespectador hasta 1984, cuando el noticiero televisivo fijó su horario, a las 20:00 horas, las 8 p.m. en la ciudad de Guayaquil, con Alfonso Espinosa de los Monteros, quien es un hombre lleno de experiencia y en la actualidad es uno de los mejores presentadores de noticias,

---

<sup>24</sup>RINCÓN, Omar. TELEVISIÓN INFORMATIVA, Colombia, 1996, pág. 89

no solo por llegar con la información a las personas, sino también por conocer la noticia a fondo<sup>25</sup>.

Actualmente, los noticieros en Ecuador son quizá la fuente de información más importante con la que cuenta la población. Gran parte de la programación presentada en los diferentes canales televisivos incluye programas de noticias a distintas horas del día; los noticieros han ido sufriendo cambios importantes tanto en los avances tecnológicos, como el manejo de la noticia; sin embargo a pesar de los cambios que éstos puedan sufrir, los noticieros continúan siendo la carta de presentación para las empresas televisoras.

Durante las últimas décadas en el Ecuador, los noticieros manejan como principal protagonista a la política, ya sea nacional o internacional, en apoyo o desacuerdo con el gobierno. La política es noticia.

### **Estructura de Noticiero**

Las noticias se transmiten en bloques con un tiempo determinado. De esta forma se asegura el equilibrio y el interés del televidente, ya que cada bloque comienza con la noticia más importante del día en ese ámbito.

Todas las personas alguna vez en la vida se han detenido a ver un noticiero, sin importar, si es de tipo local, regional, nacional o internacional, siempre y cuando este contenga algún tipo de información que sea de interés.

Para realizar un noticiero de calidad, lo que primero se debe realizar es la selección de contenido, es el primer paso del que se desprende todo el proceso de información, el consejo de redacción es la parte virtual donde la selección

---

<sup>25</sup>PERIODISMO INFORMATIVO E INTERPRETATIVO: el impacto de la noticia, las fuentes y los géneros. México, D.F.: Alfaomega. 2009.

de hechos más importantes, que sean de interés general y actual, son analizados por el grupo de periodistas, director general del noticiero y productor del mismo, acepten las noticias que han sido analizadas entre todo el equipo de producción<sup>26</sup>.

El director general asigna a cada grupo que se compone de camarógrafo y periodista, la tarea de hacerle el seguimiento a la noticia designada.

El tiempo es limitado y muchas veces va contra reloj, una vez recogida toda la información, se redacta la noticia de una manera clara y neutral, el *segmento* de la información dura aproximadamente dos minutos.

Las noticias listas se las entrega al director, ya que él es el encargado de introducirlas dentro del libreto, y de esta manera se tiene la continuidad entre notas y el tiempo que cada una de ellas tiene dentro del noticiero.

Las notas que son excluidas se las guarda dentro del archivero, ya que pueden ser usadas en otro momento.

Los presentadores son la imagen pública escogida, son los que van a realizar la introducción de la noticia que va a ser emitida, en la mayoría de los casos se usa el pronter, es un objeto importante para todo presentador ya que tiene un mínimo de error al equivocarse en presentar la información.

El jefe de piso sigue las indicaciones del productor y director, él es la persona que exige concentración en *set*, y de esta manera que el televidente se sienta a gusto con lo que está mirando.

---

<sup>26</sup>MARTINCHUK, Ernesto. TELEVISIÓN PARA PERIODISTAS: un enfoque práctico. Buenos Aires: La Crujía. 2007.

Los noticieros son realizados para mostrar la noticia de una manera clara, objetiva y lograr un trabajo de calidad con un buen equipo humano y técnico de producción<sup>27</sup>.

Los noticieros con sus emisiones en horarios diferentes, en la mañana, tarde y noche, las horas en las que se presentan los informativos varían, dependiendo de la programación que tiene cada canal, la sociedad se han convertido, en un mundo consumista de información, cada día el ser humano necesita conocer con mayor profundidad lo que ocurre en el país y el mundo, por esta razón tienen la obligación de sentarse a mirar el noticiero a la hora que el televidente tenga tiempo, cubriendo de esta manera la necesidad de estar informado de los acontecimientos actuales.

El presentador es fundamental para lo que se desea lograr, depende de la calidad, al presentar la información, y la manera adecuada de llegar al televidente.

En la apertura del noticiero, inicia con el audio que representativo, mientras pasa la música, se presentan el *logotipo* del mismo, se usa diferentes tipos de tomas, para la entrada del presentador y posteriormente empieza con la presentación de toda información, preparada para el tiempo de duración del noticiero.

### **Tipos de Noticieros**

El noticiero televisivo, es un programa en el cual pasan las noticias del día. En televisión existen tres emisiones, en la mañana, tarde y en la noche, en cada una se va actualizando la información que se va dando durante el día, y se

---

<sup>27</sup>MARTINCHUK, Ernesto. TELEVISIÓN PARA PERIODISTAS: un enfoque práctico. Buenos Aires: La Crujía. 2007.

presenta lo más importante del acontecer nacional e internacional, los noticieros son programas conducidos por periodistas que tienen carisma y generan credibilidad al espectador. Un informativo está dividido en varios bloques, dependiendo como lo tenga estructurado cada noticiero, los bloques tienen tiempos determinados y a su vez notas concretas en información y tiempo<sup>28</sup>.

**Bloque Nacional:** Es el espacio en el cual se presenta todas las noticias de acontecer nacional, regional, local. Esta clase de información se caracterizan por narrar los hechos más importantes del acontecer nacional, sea político, social, económico, se muestra los que el público desea ver del país. Por otra parte también este tipo de noticias, se presentan en forma de informe, no tienen que abordar un hecho inmediato. Muchas veces se acceden a temas que resultan interesantes para la sociedad.

El cual se sub - divide en diversos bloques según Chris Willis e ShayneBowman en su libro “Nosotros, el medio”:

**Bloque de notas políticas,** se trata de las noticias basadas en los temas de interés general, por cuestiones políticas, educación, sociales, financieras, culturales, se basa en todo lo que tiene que ver en las cuestiones del gobierno en turno.

**Ejemplo:** Elecciones Presidenciales, educación.

**Bloque de Servicio Social,** transmiten información que resulta útil para los receptores, de esta manera se puede colaborar a diferentes personas a buscar personas desaparecidas, gente con necesidades domésticas, salud, entre otros temas de ayuda a la población.

---

<sup>28</sup>BUENDÍA y otros. PERIODISMO TELEVISIVO, (1998).

**Ejemplo:** Se requiere, sangre tipo ORH-, para niño de Solca.

**Bloque de notas de la comunidad,** se trata de dar a conocer las noticias que giran alrededor de una comunidad, sector, es el espacio informativo en donde los reporteros tienen un acercamiento con el público, y cumplir con mayor eficacia las necesidades de dicho lugar.

**Ejemplo:** Sin agua potable en el sector de la Magdalena.

**Bloque de notas Deportivos,** en este tipo de noticias se presenta, lo más destacado en el ámbito de los deportes, sean nacionales o a su vez internacionales, ya que es un tema de información que agrada a la mayoría de público<sup>29</sup>.

**Ejemplo:** Esta semana se juega la final de la Eurocopa entre sus finalistas se tiene a Italia vs España. En Brasil se juega la final de tenis donde se enfrenta Nadal vs Andy Murray. Etc.

**Bloque de notas internacionales,** son los acontecimientos que ocurren fuera del país, en todo ámbito, político, económico, social, cultural, etc.

**Ejemplo:** destitución del presidente Paraguayo.

**Noticiero de Farándula,** es un noticiero que comunica los sucesos de actualidad del mundo del espectáculo y la vida de los famosos, se muestra todo tipo de acontecimiento que ocurre, en torno a la vida de los famosos, sean comentarios, positivos o negativos, lo básico en este tipo de noticieros, es generar polémica ya con esto se obtiene mayor audiencia.

---

<sup>29</sup>CHRIS Willis e SHAYNE Bowman "NOSOTROS, EL MEDIO" (2001)

**Ejemplo:** Se casa por quinta vez Sharon la hechicera.

**Noticiero Editorial**, es un género periodístico, que consiste en valorar, explicar y juzgar un hecho noticioso de mayor importancia. Es un comentario que hace el periodista sobre la noticia más relevante de la semana<sup>30</sup>.

**Ejemplo:** La nueva ley de educación.

---

<sup>30</sup>CHRIS Willis e SHAYNE Bowman "NOSOTROS, EL MEDIO" (2001)

## **f). JUSTIFICACIÓN**

El propósito de desarrollar esta investigación, está cimentado en el interés personal y el deseo de dar un aporte fundamentado en el estudio y la investigación, a directivos, productores, comunicadores sociales y a todos quienes están inmersos dentro del periodismo televisivo de la provincia de Loja.

### **Justificación Social**

Los medios de comunicación han empezado una lucha en busca del entretenimiento de masas y su arma más potente son los noticieros. La televisión se ha convertido en un medio que configura nuestra sociedad en la era audiovisual. En cierto modo, somos y actuamos conforme a lo que vemos.

De esta manera, considero se justifica su importancia ya que como futura comunicadora social tendré la oportunidad de generar contenidos periodísticos, considerando que los comunicadores construyen la realidad informativa en televisión a partir de los hechos ocurridos en la sociedad.

### **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 Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

### **Justificación Institucional**

A nivel institucional, este trabajo investigativo permitirá que las personas involucradas, puedan generar espacios noticiosos con un alto contenido periodístico con el fin de informar objetivamente a los televidentes del cantón y provincia de Loja, ya que de ellos dependerá el éxito o fracaso del proyecto. Aquí se expresará el manejo periodístico, la generación de contenidos y la parte ética como responsabilidad de los medios. Al tratarse del análisis de los contenidos de los espacios noticiosos en la televisión lojana, sus lineamientos apuntará por medio de las emisiones, de cada uno de los canales de televisión, a la formación de individuos: seguros, críticos, creativos y capaces de insertarse en la sociedad.

De ahí surge mi interés por elaborar un trabajo investigativo que no solo cumpla con el requisito teórico, sino que se complemente con una actividad practica que ofrezca una solución al problema planteando. Teniendo en cuenta que está en las manos de los responsables o directores de noticias conocer, utilizar y manejar técnicas y herramientas que les permita generar espacios noticiosos con un alto nivel periodístico.

## **g). METODOLOGÍA**

La metodología es el conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Es decir, una metodología implica el estudio o elección de un método pertinente para un determinado objetivo.

Para alcanzarlos objetivos propuestos, para el presente estudio, utilizaré métodos y técnicas que me ayuden al proceso investigativo, con el ánimo que éste trabajo culmine en el tiempo planificado. Los métodos y técnicas a utilizar son:

### **MÉTODOS:**

#### **Método Analítico**

Que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

Este método, me ayudará a conocer cuál es el tratamiento que se da a las noticias difundidas en los noticiarios de UV Televisión, Televisora del Sur y Ecotel TV. Además podré interpretar la realidad en que se desenvuelve todo el equipo periodístico que laboran en los espacios informativos de la televisión lojana y tendré referentes en cuanto al origen del objeto de estudio.

Para aplicar este método realizaré una visita a cada uno de los canales donde podré conocer de cerca cómo realizan las noticias y cada uno de sus procesos, para lo cual será necesario grabar algunas notas informativas y analizar sus contenidos. Lo propio podré examinar cómo laboran y que es lo

que hacen los encargados de los espacios noticiosos, antes, durante y después de su producción.

### **Método Hipotético-Deductivo**

Es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

Una vez conocida la realidad del problema, este método me permitirá deducir las principales falencias dentro del proceso para la generación de contenidos noticiosos. También podré establecer las principales causas para el manejo y nivel periodístico en los noticiarios, como la mecánica que aplican para lograr su más alto nivel.

Esto será posible, ya que partiré de un análisis general, del porque la puesta en marcha de los espacios informativos, de sus temas a tratar, como la implementación de otros, que quizá no responde a las sugerencias de los televidentes. Además este método, me permitirá plantear una hipótesis misma que con el estudio de campo podré determinar su aprobación o disprovação.

### **Método Científico**

Es un método usado principalmente en la producción de conocimiento en las ciencias. Este método de investigación se basa en la empírica y en la medición, sujeto a los principios específicos de razonamiento. Es decir, es un

proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen las cosas con el aval de expertos.

Me permitirá conocer las opiniones del personal de cada uno de los canales (UV Televisión, Televisora del Sur y Ecotel TV), de profesionales en Comunicación Social y un importante sector de la ciudadanía, con el ánimo de contrastar datos, cuyos resultados garantizarán la consecución del objetivo general y específicos.

Para la aplicación de este método, mantendré un acercamiento con los servidores de los medios televisivos, de igual forma con conocedores de la comunicación y usuarios de los canales a quienes con la implementación de una técnica podré obtener información referente a los objetivos e hipótesis.

### **TÉCNICAS:**

Una técnica es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad.

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

### **Observación**

La observación es una percepción atenta, racional, planificada y sistemática de los fenómenos relacionados con el objetivo de la investigación,

la que se desarrolla en sus condiciones habituales, sin ser provocadas, con vista a ofrecer una explicación científica sobre la naturaleza interna de estos fenómenos. Nos lleva al conocimiento profundo de éstos a partir del registro de determinada información, la que por lo regular no se puede obtener por otros medios.

Será la primera técnica que utilice, ya que al observar atentamente mi objetivo de estudio estaré directamente relacionada con quienes se involucran en el medio y su labor que realizan, esto me conducirá a fuentes precisas para investigar el fenómenos y poder estudiarlo.

Para lograr este fin, daré seguimiento a través de esta técnica durante quince días laborables a cada una de las emisiones noticiosas donde analizaré los contenidos periodísticos. Para lograr este objetivo, me basaré en una ficha técnica de observación y análisis para desarrollar el mencionado trabajo. Además realizaré un grupo focal con usuarios de los noticiarios, donde podré obtener datos e información de los televidentes frente a su satisfacción de los contenidos informativos.

### **Entrevista**

La entrevista es una conversación intencional de carácter planificado entre el entrevistador y el (los) entrevistado(s). A través de ella podemos lograr información que no se adquiere mediante cuestionarios, por el nivel de confidencialidad de esta. Nos proporciona datos que no podemos alcanzarlos por otras vías.

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.

Para aplicar esta técnica, la entrevista estará dirigida a directivos de las televisoras, directores de noticias, periodistas, reporteros y colaboradores. 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 y que no sobrepase los 15 minutos.

### **Encuesta**

Con esta técnica determinaré las exigencias, necesidades, observaciones y sugerencias de los televidentes, de igual manera me permitirá conocer a que nivel se encuentran los espacios noticiosos en la expectativa de sus usuarios.

Con este fin, utilizaré la fórmula para públicos finitos, en el sentido que el universo no supera los cien mil (100.000) habitantes 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

La encuesta estará dirigida a los televidentes de los canales: UV Televisión, Televisora del Sur y Ecotel TV. Esta técnica se aplicará en la ciudad de Loja a 400 (cuatrocientos) usuarios de la televisión lojana. Quienes serán sectorizados, segmentados y encuestados de forma equitativa y distributiva para lograr resultados eficientes de la siguiente manera:

<b>Población</b>	<b>Informantes de calidad</b>			
Muestra	Ciudadanía	Instituciones	Líderes de opinión	Comunicadores Sociales
400	300	40	30	30
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>			

### h). CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Meses  Semanas Actividades	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	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													■							
Conclusiones y recomendaciones														■						
Presentación y revisión de propuesta															■	■				
Redacción del informe final																	■	■		
Sustentación y defensa de tesis																			■	■

## **i). PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

Para el desarrollo de la presente investigación, se requerirá del siguiente presupuesto, financiamiento y recursos:

### **Presupuesto**

▪ Adquisición de bibliografía	<b>USD.</b> 350
▪ Reproducción de documentos	150
▪ Cassettes, pilas, DVDs y CDs	100
▪ Gastos administrativos	250
▪ Elaboración de la propuesta	600
▪ Movilización	200
▪ Empastados, copias y anillado	100
▪ Imprevistos	200
	-----
<b>Total</b>	<b>USD.</b> 1.950

### **Financiamiento**

El trabajo de investigación se efectuará con recursos propios de la proponente.

### **Talentos Humanos**

- Investigadora: Mercedes del Pilar Quito Ulloa
- Director de noticias de Los canales lojanos
- Equipo de producción de los noticiarios
- Ciudadanía de la ciudad de Loja
- Director de tesis

### **Recursos materiales**

- Adquisición de bibliografía
- Reproducción de documentos
- Cassettes, pilas, DVDs y CDs.
- Gastos logísticos y administrativos
- Elaboración de la propuesta
- Movilización
- Empastados

## **j). BIBLIOGRAFÍA**

- TELEVISIÓN: PANTALLA E IDENTIDAD, Rincón, O., Estrella, M. Colombia (2000).
- HISTORIA GENERAL DE LA COMUNICACIÓN, José Enrique Monterde, (1989).
- RIODISMO TELEVISIVO, Buendía y otros, (1998).
- INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO, Fraser Bond, F, México, 1986.
- EVOLUCIÓN Y RETOS DE LA TELEVISIÓN, Esteban Proaño, Ciespal Quito (2003).
- TELEVISIÓN INFORMATIVA, Omar Rincón, Colombia (1996).
- LA TELEVISIÓN, Iñiguez Cartagena José, Ecuador – 2007.
- PERIODISMO, OPINIÓN PÚBLICA Y AGENDA CIUDADANA, Miralles, A. (2002).
- PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Mostaza, Bortdame. Barcelona, 1995.
- TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, De Fleur, M., BALL, R España(1993).
- REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN, Millerson y Gerald, Madrid (2001).
- INDOLE DEL PERIODISMO (varios autores) EEUU, 1983.
- PERIODISMO INFORMATIVO E INTERPRETATIVO: el impacto de la noticia, las fuentes y los géneros. México, D.F.: Alfaomega. 2009.
- TELEVISIÓN PARA PERIODISTAS: un enfoque práctico. Buenos Aires, Martinchuk Ernesto, Argentina (2007).
- TELEVISIÓN Y CALIDAD: el debate internacional, Lasagni María Cristina, Buenos Aires (2006).
- ABC DEL PERIODISMO, Gorz. Margarita, Editorial Concepto. S.N. México D.F. 1988.
- TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN, Jorge Enrique González, (1994).

## k). ANEXOS

### ANEXO N° 1

## FICHA DE OBSERVACIÓN

Medio de Comunicación

Programa o producto

Responsable

Fecha

### 1. TALENTO HUMANO

Comunicación	Técnico	Administrativo
Director	Productor de Audio	Secretaria
Reporteros	Productor de Video	Administrativo
Presentadores	Diseñador	Servicios Generales

COMENTARIO: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 2. PRODUCCIÓN

Propia	Adquirida
Noticias	Noticias
Deportes	Deportes
Documentales	Documentales
Reportajes	Reportajes
Entrevistas	Entrevistas
Infantiles	Infantiles
Musicales	Musicales
Cortometrajes	Cortometrajes
Películas	Películas

COMENTARIO: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO N° 2

### ENCUESTA



Estimado/a, solicito su atención contestando la presente encuesta. Dicho trabajo tiene como finalidad conocer la realidad de los espacios noticiosos de la televisión lojana.

**1. De los siguientes medios de comunicación, dónde usted se informa del acontecer de la ciudad y provincia de Loja:**

- UV Televisión ( )
- Televisora del Sur ( )
- Ecotel Tv ( )

**2. Cuál de los siguientes noticiarios, usted cree que está mejor estructurado e informa mejor a la ciudadanía lojana.**

- UV Noticias ( )
- Noticias 13 Plus ( )
- Mundovisión ( )

**3. El contenido y sustento periodístico de los noticiarios de la televisión lojana cubren sus expectativas:**

- Si ( )
- No ( )
- Por qué ( )

**4. Al observar los noticiarios, usted percibe que existe investigación en cada una de las noticias que son difundidas:**

- Existe ( )
- A veces ( )
- Poca ( )
- Nunca ( )

**5. A su criterio, cree que el talento humano que realiza reportería en cada uno de los canales locales está preparado profesionalmente para ejercer el periodismo:**

- Si ( )
- No ( )
- Por qué ( )

**6. Las noticias que a diario observa son manejadas de forma profesional y cumplen con sus expectativas:**

- Si ( )
- No ( )
- Por qué ( )

**7. Cuáles son sus principales demandas informativas que deben ser incorporadas en cada noticiarios por la televisión local:**

- Contrastar fuentes ( )
- Investigación y seguimiento ( )
- Información local y provincial ( )

- Profesionales en comunicación ( )
- Incrementar segmentos informativos ( )

**8. Con los antecedentes expuestos. Marque 1, 2 ó 3, según su nivel de importancia al canal local que es manejado de mejor forma y llega a sus televidentes:**

- UV Televisión ( )
- Televisora del Sur ( )
- Ecotel Tv ( )

## ANEXO N° 3

### ENTREVISTA

Nº	Pregunta	Respuesta
01	¿Qué criterio le merece los espacios informativos de televisión lojana?	
02	¿Las noticias difundidas en los noticiarios responden a la realidad de Loja y su provincia?	
03	¿Cómo es el proceso de planificación de la comunicación?	
04	¿Cuál ha sido el aporte del canal (UV Tv, TV Sur y Ecotel) y sus espacios informativo con la ciudadanía lojana?	
05	¿Los noticiarios tienen un direccionamiento?	
06	¿La puesta en marcha de los noticiarios responde a una necesidad informativa o a otros intereses?	
07	¿Á usted le satisface la información difundida en la televisión lojana?	
08	¿Qué le hace falta a los espacios informativos?	
09	¿Cuál es el manejo y tratamiento de las fuentes informativas para la elaboración de las noticias?	
10	¿Existe investigación, seguimiento y evaluación a los hechos noticiosos y a cada uno de los espacios informativos?	

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN .....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA .....	¡Error! Marcador no definido.
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
ESQUEMA DE CONTENIDOS .....	vii
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN .....	2
SUMMARY.....	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	22
f. RESULTADOS .....	25
g. DISCUSIÓN .....	46
h. CONCLUSIONES.....	50
i. RECOMENDACIONES .....	52
j. BIBLIOGRAFÍA.....	59
k. NEXOS PROYECTO.....	60
ÍNDICE .....	100