



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

ANÁLISIS DE LOS NOTICIEROS DE LA COMUNIDAD: ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS DE  
24 HORAS EN LA COMUNIDAD DE TELEAMAZONAS Y COMUNIDAD 7 DE ECUADOR TV

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Periodismo

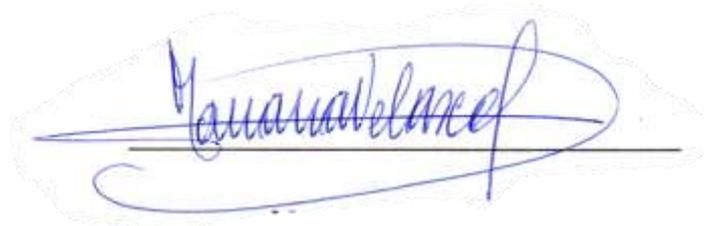
Profesora Guía  
Mariana de Jesús Velasco

Autora  
María Tatiana Sonnenholzner Espinosa

Año  
2017

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



Mariana de Jesús Velasco

1703853109

## DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



Diego Hernán Melo Pérez

1712830031

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

A handwritten signature in blue ink, reading "María Tatiana Sonnenholzner Espinosa", written over a horizontal line.

María Tatiana Sonnenholzner Espinosa

1716634587

## AGRADECIMIENTOS

A mis maestros, por su dedicación y compromiso. Sin ellos, este proceso no hubiera sido posible.

A mi madre, por educarme, amarme y enseñarme con su ejemplo lo que significa ser una mujer fuerte, independiente y triunfadora. Gracias, te amo.

## DEDICATORIA

A mi abuelo, que fue mi padre, mi orgullo y mi más valioso amor.

## RESUMEN

La televisión en el Ecuador irrumpe en el año 1959 con una parrilla de programación con diferentes contenidos como: telenovelas, programas musicales, culturales, deportivos, de entretenimiento, de opinión, informativos, entre otros. Quizás el más joven es el noticiero de la comunidad. En 2003 Teleamazonas se aventuró por este formato de noticias que busca el reconocimiento de las culturas en sus diferencias, ponerle un rostro y una voz a las audiencias y trabajar con el fin de reconocer y reflejar las identidades que estaban acostumbradas a oír, ver y aceptar las noticias que los medios enviaban siendo esa su única interacción.

Se podría analizar a los noticieros de la comunidad entre una fusión de interacción y denuncia, convirtiendo a los ciudadanos en actores y protagonistas de los hechos noticiosos que a su vez buscarían elevar el nivel de audiencias. Estos noticieros visibilizan la realidad social en la que viven pobladores de barrios, comunidades, ciudades, parroquias, etc. Están hechos por y para los ciudadanos, con el propósito de reflejar los problemas que afectan su forma de vivir dentro de la ciudad. Es por esto el interés por evidenciar cuáles son las características y la estructura de este formato de noticias utilizando a un canal público, Ecuador TV, y a un canal privado, Teleamazonas, como ejemplo.

## **ABSTRACT**

Television in Ecuador was introduced in 1959 with a media schedule selection involving different contents as television novels, music television, culture, sports, entertainment, news, among other selections. Maybe the youngest program is the community news "noticiero de la comunidad". In 2003 Teleamazonas bet on this news format seeking the recognition of the cultures in their differences, putting a face and a voice on the audience and work with the purpose of recognizing and reflecting the identity that they were used to hear, see and accept the news the media published being their only interaction.

We could analyze the community news between a fusion of interaction and social complaint, making the citizens into protagonists of the news seeking to raise the audience levels. This news show the social reality in which the populations, communities, districts, neighborhoods, and others live. These are made by and for the people, with the purpose of reflecting the problems that affect their ways of living inside the city. This is the reason for the interest in evidencing which are the characteristics and structure of this news format using the public television channel Ecuador TV, and a private channel Teleamazonas as an example.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
1. TEMA DEL REPORTAJE .....	2
2. OBJETIVO DEL REPORTAJE MULTIMEDIA .....	2
3. JUSTIFICACIÓN DE SELECCIÓN DEL TEMA.....	2
4. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA: .....	2
4.1 LA COMUNICACIÓN.....	2
4.2 LOS MEDIOS:.....	3
4.3 LA TELEVISIÓN:.....	4
4.4 NOTICIEROS DE LA COMUNIDAD:.....	6
5. MARCO TEÓRICO: .....	7
6. FUENTES UTILIZADAS: .....	11
6.1 FUENTES DOCUMENTALES: .....	11
6.2 FUENTES PERSONALES.....	16
7. PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN:.....	24
9. ESTRUCTURA DEL REPORTAJE MULTIMEDIA Y ELEMENTOS: .....	26
REFERENCIAS:.....	28
ANEXOS .....	32

## INTRODUCCIÓN

Omar Rincón describe a la televisión como el lugar de expresión de la cultura, de lo local, de lo cercano, de lo próximo, de los rostros propios de la imagen y de la identidad. Por lo tanto, los noticieros de la comunidad son el lugar correcto para que las comunidades formen parte de la búsqueda de la información, de la transmisión de sus necesidades y de la interacción con quienes forman parte del noticiero. (Rincón, 2006).

Todo lo que afirma Rincón en la teoría, los medios de comunicación lo llevaron a la práctica con el afán de satisfacer las demandas comunicacionales de esta población y además convertirse -consciente o inconscientemente- en facilitadores ante las autoridades locales, con resultados positivos de aceptación y credibilidad.

Con este formato de noticias, la democratización de la información existe, como dice Ignacio López Vigil, porque los ciudadanos participan de una forma activa en su creación. Mediante diferentes herramientas como, redes sociales, números de teléfono o llamadas telefónicas, son parte de la selección de noticias. Desde 2003 (cuando nació el primer noticiero de la comunidad, según Teleamazonas) hasta la actualidad estos espacios forman parte de la programación de la mayoría de noticieros ecuatorianos. Si bien es cierto, no todos manejan la misma estructura ni características, pero la misión de generar interacción con sus audiencias, presentar información actual y cotidiana y distinguirse de la seriedad de los noticieros tradicionales, es la misma.

## **1. Tema del reportaje**

Análisis de los noticieros de la comunidad: estructura y características de 24 horas en la Comunidad de Teleamazonas y Comunidad 7 de Ecuador TV.

## **2. Objetivo del reportaje multimedia**

A través de esta investigación busco evidenciar, utilizando datos específicos, análisis de expertos y testimonios, cómo están estructurados y cuáles son las características de los noticieros de la comunidad del canal privado (Teleamazonas) y del público (Ecuador TV). Mediante un enfoque periodístico se identificarán las dinámicas de este tipo de noticieros, el rol del presentador, la importancia de la audiencia y cómo es la categorización de la información.

## **3. Justificación de selección del tema**

En 2003, aproximadamente, nace un nuevo formato de periodismo, los noticieros de la comunidad. Gozando de gran aceptación de las audiencias, hizo que la idea se reproduzca en la mayoría de canales ecuatorianos, se posicione en un horario triple A y se genere una interacción con el público mucho mayor.

Por esa razón, esta investigación se basa en su existencia, en conocer cuáles son los factores que los caracteriza para forjar la aceptación popular y cuál es la estructura que los profesionales, que dirigen y participan de la creación del noticiero, manejan para que estos tengan tanto éxito.

## **4. Antecedentes y contextualización del tema:**

### **4.1 La comunicación**

Es un valor de época que atraviesa todas las acciones y formas de pensar de la sociedad, según Rincón, periodista, profesor, crítico de televisión y autor

audiovisual. La comunicación produce culturas mediáticas, las cuales generalizan en la sociedad un gusto, “una sensación individual de placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros” (Omar Rincón, 2006, p.17).

Es fundamental la comunicación en la sociedad ya que gracias a ella se puede analizar, visualizar y comprender los comportamientos sociales, las diferencias culturales y los pensamientos, tanto individuales como colectivos. Según Alberto Pereira, se la debe considerar como un hecho social permanente y omnipresente, resultado de la producción humana, y como el medio que permite el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones y pensamientos. (Pereira, 2002, p. 29).

Omar Rincón asegura que la comunicación engloba a diferentes formas de compartir que se ejecutan en una sociedad “estas, obviamente, incluyen a los medios masivos pero también las músicas, los bares, las rumbas, los cuerpos, las modas, todas las formas de expresión y encuentro social que tengamos como sociedad” (Rincón, 1999, p:24). De manera que la comunicación es una acción colectiva donde se piensa e interactúa con otro u otros individuos por medio de códigos que permitan generar algún tipo de reacción y afección.

Una de las principales formas de comunicación, ya que es la gran ventana para mostrar diferentes realidades, culturas, formas y comportamientos, son los medios masivos. Los que Rincón describe como un producto de sentido social que se crea por medio de un proceso de planeación, diseño, mensajes e interacción. (Rincón, 1999).

#### **4.2 Los medios:**

La comunicación es, como dice Vizer en *La trama (IN)visible de la vida social*, la construcción del sentido de la vida social, las relaciones que se construyen en el día a día de la gente, en los relatos, en la conversación de las costumbres con los medios masivos. (Vizer, 2002, p. 15). Medios de comunicación que son la representación física de la comunicación del mundo. En resumen, los

medios, como su nombre lo indica, son el *medio* por el cual la información se consigue, se trata y se expresa. (Roll, 2005, p. 180).

Los medios han hecho visibles realidades sociales con sus propios artefactos de producción mediática “llevándonos de la curiosidad al asombro, y del entretenimiento a la dramatización y al horror, y finalmente a cierta insensibilización e impotencia por la saturación permanente de información”. (Vizer, 2003, p. 19). Uno de los principales es la Televisión.

### **4.3 La Televisión:**

Antes de llegar a los noticieros de la comunidad se debe entender lo que significa la televisión como medio. Esta es la gran ventana global porque su forma de expresión es la más completa. Dentro de la variedad de sus contenidos y la diversidad de lenguajes que adquiere, logra cambiar la realidad de lo que se observa, ya que su principal objetivo es construir relatos, expresar realidades y alcanzar audiencias. (Sartori, 1998, p. 12).

Existen varias versiones sobre la historia de la televisión en Ecuador. Sin embargo, la que más se repite es la que sucede en 1954 cuando el norteamericano Glifford Hartwell encontró un equipo abandonado en bodegas de General Electric en New York. Lo arregla 5 años y en 1959 decide donarlos a HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice) un grupo misionero de Quito. (Córdova, 2010, p. 2).

Otro acontecimiento que asegura ser el primero de la llegada de este fenómeno al país, tiene que ver con la vida de la manabita Linda Zambrano y su esposo el alemán Horts Michael Rosembaum “cuando fueron en la década de los 50, a la Feria Internacional de la Tecnología en Alemania donde encontraron a la novedosa televisión” (Córdova, 2010, p. 4) para posteriormente traerla al país.

HCJB y la pareja de esposos iniciaron las gestiones para la instalación de un canal de TV en el país. Como no existía una reglamentación sobre usos de

frecuencia, tuvieron que esperar hasta 1959 para que se consolide el Decreto Nº 1917, dictaminado por el Presidente Camilo Ponce y publicado en el registro oficial con el número 985. (Mora, 1982).

El 1 de junio de 1960 se le otorgó a Linda Zambrano la primera frecuencia de televisión que fue Canal 4, Teletortuga, considerada la Primera Televisión Ecuatoriana con sede en Guayaquil. (Córdova, 2010, p. 6).

“1959: Por iniciativa de la Unión Nacional de Periodistas se trasladan los equipos de televisión de HCJB a los Jardines del Colegio Americano de Quito, allí los quiteños pudieron ver televisión en blanco y negro.

1967: El martes 15 de agosto se emite la primera señal del primer canal instalado en la ciudad de Cuenca, se trata de Tele tortuga (luego Tele cuatro, Tele sistema y hoy RTS) Canal 3 que perteneció a Presley Norton y Alberto López. El canal de televisión funcionó ubicado en las calles Benigno Malo y Sucre (junto a la Catedral Nueva), allí funcionaba el Centro de Reconversión Económica para el Austro (CREA) y actualmente funciona la Empresa Municipal de Teléfonos, Agua Potable y Alcantarillado (ETAPA).

1967: El miércoles 1 de marzo, Ecuavisa lanza por primera vez su señal al aire. El canal pertenece a la empresa ENSA del empresario Xavier Alvarado Roca.

1969: El viernes 30 de mayo TC TELEVISIÓN lanza por primera vez su señal al aire. El canal pertenece al diario EL UNIVERSO del empresario Ismael Pérez Perasso.

1974: El viernes 22 de febrero TELEAMAZONAS comienza sus transmisiones por primera vez su señal al aire convirtiéndose en la primera red en color del Ecuador.

1977: GAMA TV (anteriormente Gamavisión) empieza a emitir su señal el lunes 18 de abril.

1992: CANAL UNO (anteriormente CRE Televisión) empieza a emitir su señal el viernes 6 de noviembre.

1993: El miércoles 3 de noviembre el canal de origen cuencano TELERAMA inicia con sus emisiones.

1994: SÍTV (actualmente Canal Uno) emite su señal el lunes 18 de abril. Y el 6 de mayo de 2002, el ya CANAL UNO difunde su señal por primera vez.

2007: ECUADOR TV, nace el canal público” (Córdova, 2010, p. 7).

Los noticieros funcionaban de forma tradicional siguiendo la idea del telediario que nació como género en Estados Unidos en junio de 1941: con un estudio, presentadores, equipo técnico, productores, directores, tecnología para transmitir en vivo y con audiencias que se limitaban a recibir la información impartida. (Ramonet, 1998, p. 86).

#### **4.4 Noticieros de la comunidad:**

Poco conocimiento e interés se tenía sobre este tipo de formato televisivo. Sin embargo, el crecimiento de la población, el apareamiento de ciudades satélites, el vertiginoso día a día de los ciudadanos, el concepto de familia y el funcionamiento de la televisión como espejo social hicieron que los medios de comunicación audiovisuales empiecen a generar productos segmentados (Imbert, 2003, p. 28) entre ellos los Noticieros de Comunidad.

Uno de los primeros casos de periodismo y comunidad se dio “en la cuarta década de siglo XIX en Inglaterra, cuando los dirigentes de los obreros de la Revolución Industrial, decidieron fundar el semanario The Poor Man’s Guardian” (Valbuena, s/f, p. 7).

En la investigación de comunicación académica, *“Reestructuración del Noticiero Hechos y Noticias del canal municipal TV 5 Guaranda, en base al análisis de las audiencias, dirigido para todo tipo de público”*, realizada en la universidad Israel, se presenta como dato que el primer canal comunitario en el Ecuador ocurrió en 1995 por la cadena Telerama, ya que presentaba información cultural que interesaba únicamente a la ciudad de Guayaquil, (Vásconez, 2013, p. 59). Sin embargo, no tuvo acogida por el público y el canal desistió de esta programación.

Después de 8 años Teleamazonas empezó con este tipo de noticieros creando en 2003 24Horas en la comunidad, dice Sebastián Piedra, productor de contenidos de este canal. En el país no existe una cuantiosa información acerca de estos formatos es por esto que no se podría decir exactamente cuando surgieron, pero se puede concluir que los noticieros de la comunidad se consolidan y reproducen después del 2000 cuando, además del antes mencionado canal, Ecuavisa y RTS ya proponían en su parrilla esta programación. (Espinoza, 2013, p. 59).

## **5. Marco teórico:**

En este apartado es importante mencionar los autores y criterios que han sido útiles para la investigación. En primer lugar, el concepto de comunicación de Omar Rincón y Mauricio Estrella es de gran provecho para poner en contexto lo que significan los medios dentro de la sociedad.

“Socializar y negociar significaciones, en el horizonte de la cultura, las audiencias, para construir red de sentidos que permitan a los sujetos entrar en contacto, conexión y construir colectividad social. La comunicación es un campo cultural donde se realizan simultáneamente varios procesos de significación social. La comunicación trabaja sobre ejes de información pero no se agota en ella, se actualiza en los

medios masivos pero es mucho más que productos mediáticos”.  
(Rincón, Estrella, 1999, p. 25).

Por otro lado la definición de Vizer comprende lo subjetivo, lo intencional, lo que se desea manifestar de la comunicación. Como él dice “la comunicación aparece en la sociedad contemporánea como base de la cultura. (Eduardo Vizer, 2003, p. 154).

Dentro de la comunicación existen elementos y características. Baylon expone los comportamientos y los medios utilizados para comunicar:

- “1) Vocal- verbal: la palabra fonética como unidad lingüística;
  - 2) Vocal-no verbal: la entonación, la calidad de la voz, el énfasis, etc.;
  - 3) No vocal-verbal: la palabra gráfico como unidad lingüística;
  - 4) No vocal-no verbal: la expresión de la cara, los gestos, las actitudes”.
- (Baylon,1996, pp. 152-153).

Es importante nombrarlo dentro de la investigación ya que al hablar de noticieros estamos hablando de programas de televisión, por lo que intervienen otras formas de expresión más allá del lenguaje hablado. Los presentadores deben manejar todos las maneras de comunicar que Baylon propone para afectar de alguna forma a quien lo ve, lo escucha y le cree.

Cuando se menciona el tema de la comunicación dentro del contexto de esta investigación se debe mencionar los medios masivos. Ya que dentro de estos están los noticieros de la comunidad. Como su nombre lo indica, su función es ser el medio que lleva el mensaje. En la biblioteca en línea “Luis Ángel Andrango” se define a los medios de comunicación masivos como:

“Instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su

alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica". (Biblioteca virtual, 2010).

El medio que está presente en esta investigación es la televisión. El discurso de esta herramienta es válido de conocer y nombrar para comprender la construcción de los noticieros en este formato y para conocer cuál es el rol que juega dentro de la comunicación.

"La verdad de la televisión es que se la ha pensado mucho desde los contenidos, desde las intenciones de los gobiernos y los expertos, y poco se ha comprendido en su actuación social y competencia narrativa. Este medio es mucho más que imágenes transmitidas a distancia y tiene implicaciones culturales, políticas, educativas profundas para una sociedad" (Rincón, Estrella, 1999, p. 39).

Dentro de la televisión están los noticieros. En este punto es relevante acceder a autores que definan lo que significa este término ya que el principal factor de esta investigación. El texto realizado por Gordillo para CIESPAL, "*La hipertelevisión: Géneros y formatos*" define a estos programas como una construcción del discurso que se encuentra en las realidades sociales.

No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condiciones, intereses y objetivos. A partir de aquí suceden las definiciones y observaciones en torno a la imposibilidad de capturar la realidad, a la presencia de contenidos no objetivos, de elementos de selección, estructuración y ordenación; así como la espectacularización y la simulación. (Gordillo, 2009, p. 12).

En los noticieros están los presentadores, piezas clave para el posicionamiento del medio. El profesor español en la Universidad de Navarra, Salgado en su artículo *“La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas”* muestra una importante investigación sobre cuáles son los factores que intervienen en la credibilidad que depositan las audiencias. Dentro de este tema menciona al esquema estructural definido por Gaziano y McGrath:

“Actitud del receptor de la información sobre la imparcialidad de los media y los periodistas.

Cuantificación de las noticias sobre hechos negativos.

-El tratamiento que hacen los medios de determinados grupos sociales.

La manera en que es reflejado en la información el mundo del llamado hombre estándar.

Los medios como "perro guardián" de las acciones del gobierno y demás instituciones y poderes.

Los media en comparación con otras instituciones.

Los diferentes tipos de receptores de la información en cuanto a su sentido más o menos crítico con los medios”

(Gaziano, Mcgrath, 1987, p. 317).

## 6. Fuentes Utilizadas:

### 6.1 Fuentes Documentales:

- Rincón, O (2006). *Narrativas mediáticas*. Recuperado el 6 de noviembre del 2016 de <http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1J2S7FDYN-22Z90QB-208>

Este libro argumenta sobre la importancia de las narrativas en la sociedad actual. Pone a la comunicación como un suceso de época y ha servido para describirla.

- Barbero, M (2012). *Pensar la sociedad desde la comunicación*. Recuperado el 6 de noviembre del 2016 de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-pensar-la-sociedad-desde-la-comunicacion.pdf>

Igual que el otro texto, este ha servido para desarrollar diferentes términos en cuanto a comunicación y medios. La importancia de la comunicación y como es concebida por la gente.

- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Quito, Ecuador: Superintendencia de la información y Comunicación.

Con la finalidad de conocer que artículos son los que los noticieros deben seguir y respetar para su creación y reproducción. Se conoció que son los Artículos, 12 y 13.

- Carvajal, M. (2014). *Los noticieros en la comunidad: Un estudio sobre Canal Uno y RTS de Guayaquil*. Recuperado el 28 de octubre de 2016 de <https://miradaucsg.files.wordpress.com/2015/05/resultados-investigacion-noticieros-comunidad-ayuda-memoria.pdf>

El trabajo académico muestra un estudio sobre las características de estos dos medios en la comunidad de Guayaquil (Canal Uno, RTS). Existe una prevalencia en el análisis de la interacción entre los presentadores, los comentarios y las opiniones de los mismos con el uso de vocabulario coloquial antes que con la difusión de la noticia propiamente dicha, así como la importancia al rating por encima de la relevancia del contenido.

- Castillo, P. (2012). *Análisis de los programas DespiertTC de TC televisión y Contacto en la comunidad de Ecuavisa como ejemplos de periodismo comunitario*. Recuperado el 28 de octubre de 2016 de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5926/1/UPS-QT03705.pdf>

Este trabajo de titulación hace referencia, principalmente, a qué significa un medio de noticias en la comunidad. Describe lo que son, las características que debe tener el programa para ser considerado comunitario, analiza el formato y los factores que intervienen en estos dos canales (Ecuavisa y TC). Además, hace una comparativa de estos dos noticieros en cuanto a cómo se representan frente a la audiencia, en que basan sus noticias, si obtienen resultados ayudando a la comunidad, si los periodistas están capacitados para cubrir hechos de este tipo y si las noticias tratadas son estrictamente comunitarias.

- Espinoza, E. (2013). *Comunicación, televisión y noticieros comunitarios. Análisis comunicacional de los noticieros de la comunidad de Quito*. Recuperado el 30 de octubre de 2016 de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1959/1/T-UCE-0009-118.pdf>

Esta tesis realizada por un alumno de la Universidad Central del Ecuador, se enfatiza en la historia de la comunicación y como los medios comunitarios siempre han existido ya que, para el autor, las audiencias y los consumidores de televisión y periodismo son los generadores de noticias que necesitan un

espacio para resolver sus problemas y contar sus necesidades. En este trabajo el sustento teórico gira en torno a la televisión y su influencia en las audiencias, las teorías de la comunicación y el desarrollo de este medio masivo en épocas puntuales de la historia hasta nuestros días. El noticiero comunitario como mediador entre los hechos noticiosos y el televidente en nuestra ciudad.

- Angulo, L; Zavaleta, I. (2012). *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*. Recuperado el 2 de noviembre de 2016 de <https://redacuiferoguarani.files.wordpress.com/2012/01/tv-comunitaria-colombia.pdf>

Este trabajo estudia la programación de los noticieros comunitarios de Colombia, utilizando el método del análisis de contenidos. Los resultados permiten hacer aportaciones para un “Modelo de televisión comunitaria”, integrado por los componentes de la participación, el desarrollo humano, la programación, las alianzas estratégicas y la proyección, que estimule las capacidades comunicativas y expresivas de las comunidades y contribuya al mejoramiento de sus condiciones de vida.

- Bueno, J (1988). *La acción comunitaria en los medios de comunicación: reflejo de una experiencia*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016 de <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/viewFile/CUTS8888110205A/8663>

Investigación para una revista española sobre la priorización de las noticias sobre comunidad en los medios de comunicación. Trata también sobre ejemplos de noticias de comunidad y sus resultados sociales, es decir, si las comunidades se han beneficiados o perjudicado con la presencia de los medios en su comunidad.

- Balseca, J. (2011). *La apropiación del espacio público por parte de los noticieros de la comunidad. Análisis del Noticiero de la Comunidad de 24 Horas de Teleamazonas transmitido en la televisión de Quito*.

Recuperado el 5 de noviembre de 2016 de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8323/Tesis%20Completa.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Se trata de un estudio de estos informativos para conocer por qué han tenido tanto éxito en el país.

- Noboa, P. (2013). *Estudio comparativo entre la producción informativa del noticiero de televisión del canal público y privado*. Recuperado el 8 de noviembre de 2016 de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8294/10.C03.000145.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Esta investigación académica sirve de mucho ya que compara al noticiero del canal público y del privado al igual que esta investigación. Conocer las características de cada uno es de gran importancia para este trabajo.

- Vizer, E. (2003). "Pensar la Comunicación" en *La trama (in) visible de la vida social*. Argentina: La Crujía Ediciones.

De importancia para extraer los conceptos de comunicación.

- Artículo de la Universidad de Palermo. *Como los conductores de noticieros construyen la credibilidad del formato*. Recuperado el 1 de diciembre de 2016 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=550&id\\_libro=120](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=550&id_libro=120)

Sirvió para argumentar sobre la construcción de credibilidad de los presentadores en los noticieros de la comunidad.

- Gómez, J; Hernandez, C; Gutiérrez, L; Arango, A; Franco, A. (2010). *Los noticieros de la televisión colombiana "en observación"*. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teleinformativos de la televisión abierta en Colombia" Recuperado el 22

de noviembre de 2016 de  
[http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view  
 File/1762/2296](http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/File/1762/2296)

Fue de mucha utilidad para conocer cuál es la estructura de los noticieros de la comunidad.

- Bowman, S; Willis, C. (2005) *Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016 de [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media\\_espanol.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf)

Este texto fue necesario para entender la importancia de las audiencias, conocer cuáles son los procesos para medirlas y cuánto influyen en la selección de noticias.

- Córdova, R (2010). *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Recuperado el 17 de noviembre de 2016 de [http://www.utpl.edu.ec/jorgeluisjaramillo/wpcontent/uploads/2010/06/roberto\\_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf](http://www.utpl.edu.ec/jorgeluisjaramillo/wpcontent/uploads/2010/06/roberto_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf)

Este texto se basa en una investigación acerca de la historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja, los datos fueron importantes para conocer la cronología de los medios en el país cuáles fueron sus primeros comienzos y cómo están actualmente.

- Salgado, A. (sf). *La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutiva*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016 de [http://www.unav.es/fcom/communicationsociety/es/articulo.php?art\\_id=5](http://www.unav.es/fcom/communicationsociety/es/articulo.php?art_id=5)

3

Este artículo de la Universidad de Navarra sirvió para la creación de una infografía explicando el método de dos autores sobre los factores que están

presentes para generar credibilidad de parte de los periodistas con las audiencias.

## **6.2 Fuentes Personales**

- Clever Guamaní: Productor de contenido de Comunidad 7.
- Sebastián Piedra: Productor de contenido de 24Horas en la comunidad.
- Fabián Varela: Catedrático, comunicador, experto de medios de la USFQ.
- Gisella Bayona: periodista, productora, directora y presentadora del noticiero de la comunidad de Teleamazonas.
- Eduardo Córdova: periodista, reportero y presentador del noticiero de la comunidad de Ecuador TV.
- Luis Robles: Maquillista de Ecuador TV.

## **7. Principales hallazgos de la investigación**

La investigación sobre los noticieros de la comunidad en el país, se realizó a través de varios mecanismos. Uno de ellos fue las entrevistas a los profesionales que trabajan en los canales escogidos (Ecuador TV y Teleamazonas). Sebastián Piedra, productor de contenido de 24Horas en la comunidad, en una entrevista de audio y video, reveló que este noticiero nació en 2003 y fue uno de los pioneros. Mientras que Clever Guamaní, Productor de Comunidad 7, empezó con el noticiero de la comunidad en agosto de 2014.

Observando la programación matutina de la televisión nacional se conoció que los principales canales cuentan con un noticiero de la comunidad como un programa independiente al noticiero de la primera edición: TC, Gama tv, Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, Canal 1, Ecuador TV. Mientras que el resto de canales, tienen un bloque dentro del noticiero donde se tratan temas locales.

Por medio de una encuesta a 100 personas (entre hombres y mujeres de diferentes edades y estratos sociales) se conoció que el noticiero de la comunidad de Ecuador TV tiene sus audiencias dentro del grupo de ciudadanos de clase media baja y baja. Mientras que el Noticiero de la comunidad de Teleamazonas tiene audiencias dentro de todos los rangos encuestados. Esto se halló gracias a las respuestas de las personas y a las zonas en donde se hizo la encuesta. Al principio de la investigación se encuestaron a 50 personas dentro de la comunidad universitaria de la UDLA y la San Francisco y zonas del norte de Quito (Granados, La Carolina y Plaza de Toros) lo que dio por resultado la mayoría de respuestas hacia el canal privado en comparación al 0% del canal público.

Sin embargo se volvió a encuestar a 50 personas escogiendo otros lugares de la ciudad (Machachi, La Marín y el Trébol) donde se reflejó que el noticiero del canal público tenía sus audiencias.

### 1. ¿Usted mira los noticieros de la comunidad?

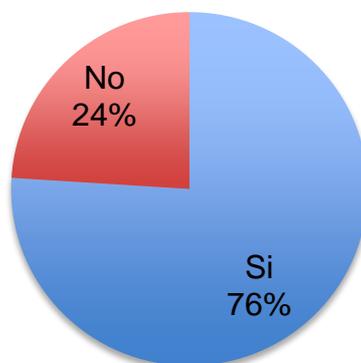


Figura 1: Porcentaje de las personas que ven noticieros de la comunidad.

En la primera pregunta el resultado total entre hombres y mujeres fue: de 100 personas, el 74% de estas ven noticieros de la comunidad y el 24% no.

Esta pregunta fue colocada en el cuestionario para cuantificar la cantidad de ciudadanos que conocen y consumen estos formatos. De allí se podía llegar a evidenciar las razones por las que sintonizan, confían y eligen estos noticieros.

## 2. ¿Con qué frecuencia mira estos noticieros?

- Una vez al día
- Una vez a la semana
- Pasando un día
- Dos veces a la semana

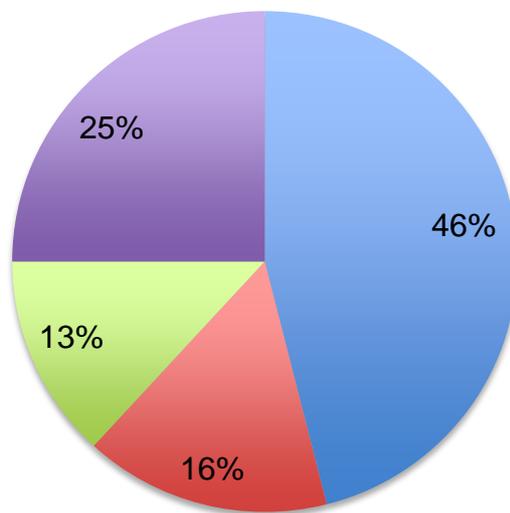


Figura 2: Porcentajes de la frecuencia con la que las audiencias televisan este formato de noticias.

El 46% de las personas encuestadas dijeron que ven noticieros de la comunidad todos los días, el 16% aseguró que lo hace una vez a la semana, el 13% dijo que sólo lo ven pasando un día y el 25% contestó que lo hace dos veces a la semana. Lo que indica que un gran número de personas sintonizan estos programas.

Fabián Varela, docente de comunicación en la USFQ y experto en televisión, dijo en una entrevista que estos programas son exitosos por la cercanía que tienen con las personas, el horario y la forma en la que son realizados. Debe ser por estas razones que una mayoría de ciudadanos los conoce y visualiza.

---

<sup>1</sup> A partir de esta pregunta los resultados son en base a 76 personas debido a que 24 dijeron que no ven este tipo de noticieros.

### 3. ¿Qué noticiero usted ve?

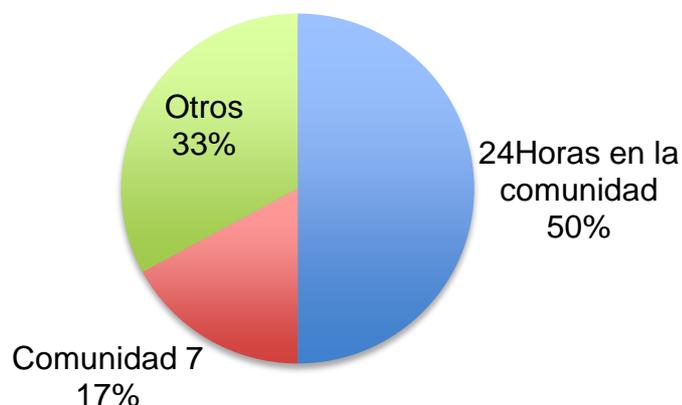


Figura 3: Porcentajes de los noticieros de la comunidad que sintonizan las personas encuestadas entre: Comunidad 7 v 24Horas en la comunidad.

El noticiero con mayor sintonía es 24Horas en la comunidad de Teleamazonas con el 50% sobre el 100%. Dentro de todos los lugares de la ciudad que se realizó la encuesta, las personas seleccionaban a este noticieros. Mientras que Comunidad 7 cuenta con el 17% y sólo en La Marín, El Trébol y Machachi la gente eligió este programa. Por último el 33% contestó ver Otros.

### 4. ¿Qué busca al mirar este formato de noticias?

- Información sobre su barrio
- Conocer lo que pasa en otras provincias
- Saber que sucede en su ciudad
- Enterarse de los proyectos del municipio

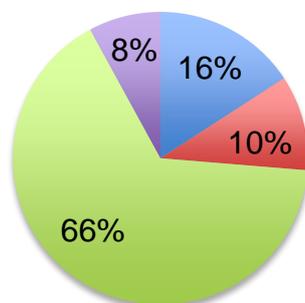


Figura 4: Porcentajes de lo que la gente, que ve este tipo de noticias, desea conocer.

Lo que 76 personas buscan al ver este formato de noticias es: el 16% para conocer noticias sobre su barrio, el 10% para saber sobre otras provincias, el 66% para informarse con lo que sucede en su ciudad y el 8% para enterarse de los proyectos y acciones del Municipio de Quito.

Sebastián Piedra, productor de contenido de 24Horas en la comunidad, asegura que la mayoría de sus audiencias está al tanto del noticiero para informarse en la mañana sobre los lugares que necesitan intervención de autoridades y Clever Guamaní, productor de contenidos de Comunidad 7, dice que además de ver el noticiero para saber lo que acontece en la ciudad, están pendientes de él para observar a su barrio y a sus necesidades en la televisión y así sus molestias e inquietudes sean solucionadas.

### 5. ¿Por qué ve el noticiero que escogió?

- Por el presentador
- Por la calidad de los productos audiovisuales
- Por la cercanía del medio con la gente
- Por los temas que tratan
- Porque su familia ve ese noticiero

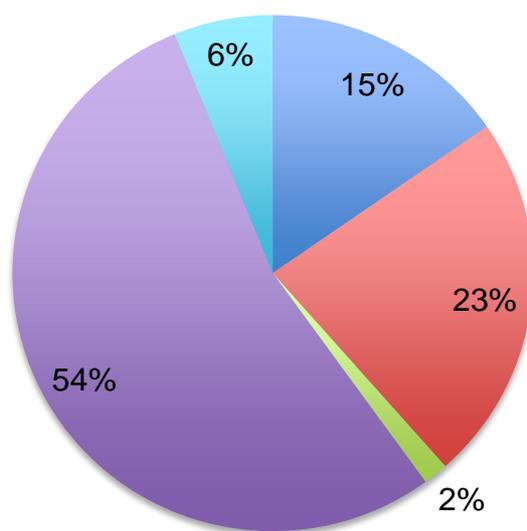


Figura 5: Porcentajes sobre las razones por las cuales las audiencias eligen un noticiero u otro.

A las personas encuestadas se les preguntó por qué eligieron el noticiero que ven y el 15% respondió que por el presentador, el 23% dijo que por la calidad de los productos que presentan, el 2% dijo que por la cercanía que el noticiero tiene con las audiencias, el 6% contestó que en su familia acostumbran verlo y el 54% dijo que por la calidad de los temas y la información.

Esto quiere decir que las personas consumidoras de estos formatos de noticias están interesadas en la agenda temática y cómo están abordados y construidos los temas.

Se halló que esto es así porque, como dicen los creadores de contenidos y los presentadores de los noticieros analizados, son las mismas audiencias quienes generan y proponen los temas del noticiero.

#### 6. ¿En qué se basa la credibilidad que usted deposita en el noticiero?

- En la trayectoria del presentador
- En la apariencia física y el modo de presentar las noticias del presentador
- En la forma en la que se realizan los productos audiovisuales
- En la trayectoria y los años del canal

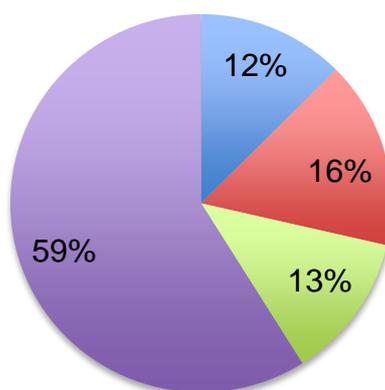


Figura 6: Porcentajes sobre las razones por las cuales las audiencias depositan su credibilidad en los noticieros de la comunidad seleccionados.

Por último la credibilidad de las audiencias se basa el 12% en la trayectoria y experiencia del presentador, el 16% en la apariencia física y simpatía del presentador, 13% en la forma en la que se abordan y tratan los temas y el 59% en la experiencia y trayectoria del medio.

Lo que se halló en la investigación es, como dice Fabián Valera, docente de la USFQ y experto en televisión, es que la simpatía y carisma del presentador es importante cuando se trata de un medio de comunicación con cámaras y eso se demuestra con los resultados de la encuesta, además la mayoría de personas eligió la trayectoria y años al aire del canal como un referente de credibilidad, es por esto que Teleamazonas tiene mayor audiencias comparado con Ecuador TV que lleva 5 años con su noticiero de la comunidad.

Continuando con los hallazgos, se conoció gracias a Clever Guamaní, productor de contenido de Ecuador TV, que este formato de programación responde a los Artículos 12 y 13 de la Ley Orgánica de Comunicación que dicen:

“Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, a crear medios de comunicación, a generar espacios de participación, al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción, las tecnologías y flujos de información.

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación”. (LOC, 2013, p: 5).

Ya que este tipo de noticieros funciona para y por los ciudadanos, es importante crear un medio a parte del *medio*. Los noticieros investigados basan su agenda (aparte de informaciones de organismos como el ECU 911, agencias de noticias, entre otros) en las solicitudes y requerimientos de los ciudadanos y esto funciona a través de las redes sociales, un número de celular y el teléfono fijo del canal. 24Horas en la comunidad entendió esto de forma clara. Su cuenta de *Twitter*, *Facebook* y su número de *Whatsapp* son las herramientas que unen a las personas con los periodistas. Tanta es la importancia de esto, que en el noticiero mencionado dentro de la producción del programa hay un bloque con dos segmentos destinado a leer lo que sus audiencias comparten.

Por otro lado, Comunidad 7, no hace mayor interacción en redes. El productor de contenido indicó que la comunidad puede hacer sus demandas por medio del número del canal, Facebook y Twitter. Sin embargo, no hay una cuenta propia para Comunidad 7.

Otra característica de este formato para atraer audiencias es la importancia del presentador. Alejandro Salgado, en un artículo para la Universidad de Navarra, afirma que los noticieros de la comunidad son pieza fundamental en la programación de las cadenas de televisión y parte estratégica en el significado de calidad del medio. Ellos marcan gran diferencia con el resto de los productos audiovisuales del canal, porque consideran que estos noticieros son propulsores para “enganchar” a las audiencias ya que constituyen un referente de credibilidad del medio, que en gran medida, proporcionan los profesionales, de manera particular los presentadores. (Salgado, 2007)

Gisella Bayona presentadora de la comunidad en Teleamazonas y Eduardo Córdova presentador de la comunidad de Ecuador TV, afirman que no hay un reglamento que deban seguir sobre su imagen. Sin embargo los dos comentan que se debe mantener una presencia que refleje respeto para el televidente. La diferencia entre los dos está en la presentación del noticiero. Gisella lo hace dentro de un estudio. Su imagen, está compuesta con traje formal, poco escote, maquillaje sobrio, tacones, usualmente pelo suelto, etc. Mientras que

Eduardo, al hacer el noticiero desde exteriores, tiene que estar más cómodo y por eso, dice, que su vestuario es semi-formal con jean y camisa.

Como mencionan los productores de los noticieros mencionados, estos formatos son de real importancia social porque revelan lo que a la sociedad le aqueja y tratan de ser el contacto con las autoridades. Los dos consideran que es fundamental la existencia de noticieros de la comunidad.

## **8. Conclusiones de la investigación:**

Por medio del muestreo se llegó a concluir que el noticiero de la comunidad de Teleamazonas tiene gran número de audiencias ya que de las 76 personas encuestadas, que respondieron que consumen este formato de noticias, 50 ven 24Horas en la comunidad y lo hacen por la calidad de los productos y la selección de temas.

El crecimiento de la población, el apareamiento de ciudades satélites, el vertiginoso día a día de los ciudadanos ha hecho que los medios de comunicación, como la televisión, empiecen a generar productos segmentados, entre ellos los Noticieros de Comunidad. Es decir, crear espacios que cumplan con funciones específicas. En este caso, un medio donde las personas puedan participar y conocer lo que sucede en su barrio, ciudad y país.

Un dato de la investigación refleja que el mejor horario para este tipo de noticieros es en la mañana, por dos razones: primera, las disponibilidades técnicas del medio al aprovechar la luminosidad del día para mostrar la problemática que tiene la comunidad y segunda, facilitar a las autoridades locales tener celeridad en la reparación o arreglo de lo solicitado. En los canales investigados los noticieros de la comunidad están posicionados en un horario triple A, (8:00 a.m.) con una duración de, aproximadamente, una hora.

El éxito de estos noticieros se debe, dice Fabián Varela, docente de comunicación de la USFQ, a que están hechos por y para los ciudadanos, con el propósito de mostrar los problemas que afectan su forma de vivir dentro de la

ciudad y porque de alguna manera se convierten en un espejo para reflejar sus necesidades despertando el interés de autoridades que desconocían de la existencia del problema.

Los noticieros de la comunidad, desde su aparición, se han convertido en un formato de gran relevancia ciudadana. Rompieron con el modo de ver las noticias tradicionales donde el presentador era el único capaz de manejar y dirigir los contenidos. Sebastián Piedra, productor de contenido de 24Horas en la Comunidad, dice que este tipo de noticiero democratizó la información.

Cuando el medio le da el “poder” a las audiencias de intervenir en el noticiero se genera un beneficio para ambas partes. Por un lado, el noticiero incrementa su credibilidad y *rating*, genera noticias conscientes de que van a ser aceptas por la ciudadanía y mejora la calidad de su contenido. Y las audiencias se sienten involucradas en la información, confían en el noticiero y sienten que su función dentro de la comunicación va más allá de ser receptores.

Existe poca investigación e información sobre este tema ya que es relativamente nuevo. Es complicado asegurar que exista un modelo de estructura que aplican todos los medios sobre sus noticieros, pero el que más se acoplaba para entender como está estructurado un programa de noticias es el de la Universidad de La Sabana en Colombia sobre estos cuatro elementos: franja de titulares, bloques, secciones y piezas informativas. (Gómez, Hernández, Gutiérrez, Arango y Franco, 2010, pp. 102-103)

- Franja de titulares: la franja donde se destacan las noticias más importantes que serán desarrolladas a lo largo de la emisión de un noticiero.
- Bloques: el constitutivo de piezas informativas separadas entre sí por franjas comerciales.

- Secciones: la unidad informativa, compuesta por una o varias piezas informativas, que es identificada como tal por el presentador o mediante un cabezote particular.
- Piezas informativas: es el hecho noticioso como un cambio ocurrido en el universo, que ha sido observado directa o indirectamente por un representante de un medio de comunicación y que se da a conocer por medio de él a sus audiencias.

El lenguaje corporal, expresión del rostro, tono y color de la voz y todo lo que representa el profesional frente a una cámara al transferir la información hace que su trabajo y experticia sean fundamentales dentro del noticiero. “La ilusión de la objetividad”, dijo Roland Barthes aludiendo a la construcción de credibilidad de los receptores sobre los emisores, es decir las audiencias depositan la confianza en el presentador, porque ellos decidieron creerle y porque su carisma y forma de presentar generan en las personas.

Este tipo de noticieros trabajan cerca de la cultura local, tal como lo dice Omar Rincón, sin desmayar en esa permanente búsqueda por conocer al individuo, como un elemento de identidad, por visibilizar a un ciudadano activo en su comunidad y a su vez conectarlo a otros para armar un colectivo de expresión y acción comunitarias. Las comunidades que participan en estos noticieros son personas, como muestra la investigación, que buscan estar al tanto de lo que sucede a su alrededor.

### **9. Estructura del reportaje multimedia y elementos:**

Tema: NOTICIEROS DE LA COMUNIDAD: ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS DE 24 HORAS EN LA COMUNIDAD DE TELEAMAZONAS Y COMUNIDAD 7 DE ECUADOR TV

- *Segmento 1: Noticieros de la comunidad*

Elemento 1: Texto.

Elemento 2: Línea de tiempo.

Elemento 3: Artículos

- *Segmento 2: ¿Cómo se hace un noticiero de la comunidad?*

Elemento1: Texto.

Elemento2: Videos.

Elemento3: Infografía.

Elemento4: Fotos.

- *Segmento 3: Presentadores.*

Elemento1: Texto.

Elemento2: Audios.

Elemento3: Infografía

- *Segmento 4: Las audiencias*

Elemento1: Texto.

Elemento2: fotos

Elemento3: Cuadros de datos

- *Segmento 5: Conclusiones*

Elemento1: Texto.

## REFERENCIAS:

- Angulo, L; Zavaleta, I. (2012). *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*. Recuperado el 2 de noviembre de 2016 de <https://redacuiferguarani.files.wordpress.com/2012/01/tv-comunitaria-colombia.pdf>
- Artículo de la Universidad de Palermo (sf). *Como los conductores de noticieros construyen la credibilidad del formato*. Recuperado el 1 de diciembre de 2016 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=550&id\\_libro=120](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=550&id_libro=120)
- Balseca, J. (2011). *La apropiación del espacio público por parte de los noticieros de la comunidad. Análisis del Noticiero de la Comunidad de 24 Horas de Teleamazonas transmitido en la televisión de Quito*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016 de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8323/Tesis%20Completa.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Barbero, M (2012). *Pensar la sociedad desde la comunicación*. Recuperado el 02 de noviembre del 2016 de. <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-pensar-la-sociedad-desde-la-comunicacion.pdf>
- Barthes, R. (1997). *Elementos de semiología*: Barcelona. Paidós. Recuperado el 1 de diciembre de 2016 de [https://monoskop.org/images/2/24/Barthes\\_Roland\\_Elementos\\_de\\_semiolog%C3%ADa\\_1971.pdf](https://monoskop.org/images/2/24/Barthes_Roland_Elementos_de_semiolog%C3%ADa_1971.pdf)
- Baylon, C. (1997). *La comunicación*. Madrid: Cátedra. Recuperado el 16 de noviembre de 2016 de [campus.usal.es/~fccss/titulaciones/cav/Pasarelas/14051.doc](http://campus.usal.es/~fccss/titulaciones/cav/Pasarelas/14051.doc)
- Bowman, S; Willis, C. (2005) *Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016 de [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media\\_espanol.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf)

- Bueno, J (1988). *La acción comunitaria en los medios de comunicación: reflejo de una experiencia*. Recuperado el 5 de noviembre de 2016 de <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/viewFile/CUTS8888110205A/8663>
- Carvajal, M. (2014). *Los noticieros en la comunidad: Un estudio sobre Canal Uno y RTS de Guayaquil*. Recuperado el 28 de octubre de 2016 de <https://miradaucsg.files.wordpress.com/2015/05/resultados-investigacion-noticieros-comunidad-ayuda-memoria.pdf>
- Castillo, P. (2012). *Análisis de los programas Despierto de TC televisión y Contacto en la comunidad de Ecuavisa como ejemplos de periodismo comunitario*. Recuperado el 28 de octubre de 2016 de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5926/1/UPS-QT03705.pdf>
- Córdova, R. (2010). *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Recuperado el 28 de noviembre de 2016 de <http://www.ciespal.net/mediaciones/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>
- Espinoza, E. (2013). *Comunicación, televisión y noticieros comunitarios. Análisis comunicacional de los noticieros de la comunidad de Quito*. Recuperado el 30 de octubre de 2016 de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1959/1/T-UCE-0009-118.pdf>
- Gérard, I. (2003) *El zoo visual: de la televisión espectacular a la tv especular*, Barcelona, ed. Gedisa. Recuperado el 30 de noviembre de 2016 de [http://www.unav.es/fcom/communicationsociety/es/resena.php?art\\_id=130](http://www.unav.es/fcom/communicationsociety/es/resena.php?art_id=130)
- Giovanni, S; Homo, V, (1998). *La sociedad teledirigida*, Madrid, ed. Taurus. Recuperado el 02 de noviembre del 2016 de [http://centromemoria.gov.co/wp-content/uploads/2013/11/Homo\\_Videns\\_La\\_sociedad\\_teledirigida.pdf](http://centromemoria.gov.co/wp-content/uploads/2013/11/Homo_Videns_La_sociedad_teledirigida.pdf)
- Gómez, J; Hernández, C; Gutiérrez, L; Arango, A; Franco, A. (2010). *Los noticieros de la televisión colombiana “en observación”*. Una mirada

desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los tele informativos de la televisión abierta en Colombia” Recuperado el 22 de noviembre de 2016 de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewFile/1762/2296>

Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: Géneros y formatos*. CIESPAL: Quito. Recuperado el 11 de noviembre de 2016 de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55168.pdf>

Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Quito, Ecuador: Superintendencia de la información y Comunicación.

Martín Barbero, J. (2010). *Medios: olvidos y desmemorias. Debilitan el pasado y diluyen la necesidad de futuro*. Recuperado el 2 de diciembre de 2016 de [http://centromemoria.gov.co/wpcontent/uploads/2013/11/Medios\\_olvidos\\_y\\_desmemorias.pdf](http://centromemoria.gov.co/wpcontent/uploads/2013/11/Medios_olvidos_y_desmemorias.pdf)

Noboa, P. (2013). *Estudio comparativo entre la producción informativa del noticiero de televisión del canal público y privado*. Recuperado el 8 de noviembre de 2016 de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8294/10.C03.000145.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Pereira, Alberto. (2002). *Semiolingüística y educomunicación* (ensayos, ponencias y bibliografía). Quito: FEDUCOM.

Ramonet, I (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate. Recuperado el 18 de octubre de 2016 de [http://www.razonypalabra.org.mx/varia/05\\_Alvarez\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/varia/05_Alvarez_M75.pdf)

Rincón, O (2001). *Televisión: pantalla e identidad*. Barcelona: El Conejo.

Rincón, O. (2003). *La comunicación está de moda*. Cartagena: Unicarta.

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

Salgado, A. (sf). *La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutiva*. Recuperado el 15 de

noviembre de 2016 de [http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=53](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=53)

Vizer, E. (2003). "Pensar la Comunicación" en La trama (in) visible de la vida social. Argentina: La Crujía Ediciones. Recuperado el 3 de noviembre del 2016 de [http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/05/vizer\\_tramainvisible.pdf](http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/05/vizer_tramainvisible.pdf)

## **ANEXOS**

## Anexo 1:

Encuesta realizada a 100 personas de distintos estratos sociales en diferentes zonas de la ciudad de Quito.

Se utilizó este método para medir las audiencias de los noticieros escogidos. Además fue útil para conocer porque las personas prefieren un noticiero en lugar de otro y en que basan la credibilidad que depositan al mismo.

Nombre:

Edad:

Sexo: F... M...

1) ¿Usted mira las noticias de la comunidad?

- Si
- A veces
- No

2) ¿Qué tan frecuente mira las noticias de la comunidad

- Una vez al día
- Una vez a la semana
- Pasando un día
- Dos veces a la semana

3) ¿Qué noticiero de la comunidad usted sintoniza en las mañanas?

- 24 Horas en la comunidad de Teleamazonas
- Comunidad 7 de Ecuador TV
- Otro

4) ¿Qué es lo que usted busca cuando mira este tipo de noticieros

- Información referente a mi barrio.
- Noticias relacionadas sobre otras provincias.
- Conocer lo que sucede en la ciudad.
- Conocer sobre los proyectos que desarrolla el Municipio de Quito.

5) ¿Por qué ve el noticiero que eligió?

Por como el presentador da las noticias e informa.

Por la calidad de los productos.

Por la cercanía del medio con la gente

Por los temas que tratan.

Porque su familia ve el ese noticiero.

6) ¿En qué se basa la credibilidad que usted deposita en el noticiero que ve?

En la trayectoria del presentador

En la apariencia física y la forma de presentar del presentador

En la forma en la que están realizados los productos

En los años de trayectoria del medio

## **Anexos 2: Cuestionario**

- 1. Presentadores:

1. Usted, redacta y lee la noticia?

2. ¿Durante la locución, cómo maneja lo profesional con lo emocional cuando se trata de casos difíciles?

3. ¿En su contrato laboral hay cláusulas que están relacionadas con su apariencia física?

4. ¿Las noticias que usted presenta interfieren en su vida personal?

5. Cuán importante es el lenguaje con el que se presenta la noticia.

6. ¿En qué difiere un medio publico, privado o comunitario al presentar la noticia?

7.¿ Alguna vez ha recibido amenazas por ser la imagen del canal?

8. ¿Intervienen la apariencia física y el lenguaje en la construcción de empatía con las audiencias?

9. ¿Considera que es necesario crear una relación con las audiencias?

10. ¿Se construye la credibilidad por el tipo de noticias que lee o por la forma cómo usted comunica?

- 2. Director:

1. ¿Cómo jerarquiza la selección de noticias?

2. Cuántas veces usted se ha autocensurado?

3. ¿Cuántas veces usted se ha auto regulado?

4. ¿A través de qué mecanismos logran conocer los problemas de la comunidad?

5. ¿Cómo determina las coberturas?

6. ¿Cuánto determina el pautaaje en el medio para el número de noticias sobre cualquier tema?

7.Cuál es el perfil de sus audiencias?

8. Desde su experiencia ¿Los noticieros de la comunidad, están más cerca o más lejos de las personas?

9. ¿Cuánta retroalimentación tienen en la categorización de noticias?

10. ¿Dentro de la línea editorial que ustedes manejan, buscan ciertos perfiles para el rol de presentadores

**Anexos 3: Cartas de consentimiento**

Quito, 20/11/2016

Por medio de la presente:

Yo, Luis Robles, Cl. \_\_\_\_\_ autorizo el uso de  
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)  
Todo lo que menciona a la/el señorita/señor  
\_\_\_\_\_ con número de matrícula,  
702290 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las  
Américas.

El/ La estudiante Jatiana utilizará este material en el  
contexto del reportaje \_\_\_\_\_  
como parte de su trabajo de la asignatura de  
\_\_\_\_\_

Atentamente,  
Luis Robles  
Nombre y apellido: Luis Robles  
Cargo: Maquillador  
Empresa: Euro TV  
Número de cédula: \_\_\_\_\_  
Teléfono celular: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Quito, 20/11/2016

Por medio de la presente:

Yo....., C.I. .... autorizo el uso de  
**(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)**  
..... a la/el señorita/señor  
..... con número de matrícula,  
..... estudiante de Periodismo de la Universidad de Las  
Américas.

El/ La estudiante ..... utilizará este material en el  
contexto del reportaje.....  
como parte de su trabajo de la asignatura de  
.....

Atentamente,

.....  
Nombre y apellido:  
Cargo:  
Empresa:  
Número de cédula:  
Teléfono celular:  
Correo electrónico:

Sebastián Piedra.

0984661067

mpiedra@teleamazonas.com

Quito, 25 de Julio de 2016

Por medio de la presente:

Yo, EDUARDO CORDOVA, CI. 1711887497 autorizo el uso de  
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)  
fotos, audio, video a la/el señorita/señor  
Tatiana Invenhelter con número de matrícula,  
702290 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las  
Américas.

El/ La estudiante ..... utilizará este material en el  
contexto del reportaje multimedia  
como parte de su trabajo de la asignatura de  
TIP451 - Periodismo

Atentamente,

EDUARDO CORDOVA



Nombre y apellido:

Cargo:

Empresa:

Número de cédula:

Teléfono celular:

Correo electrónico:

REPORTERO - NOTICIAS

ECUADOR TV

1711887497

0993860012

ecordova@rtvecuador.ec

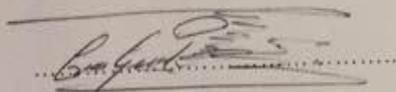
Quito, 28/11/ 2016

Por medio de la presente:

Yo, Clever Rodolfo Guaman, CI. 171565130-1 autorizo el uso de  
**(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)**  
audio y video a la/el señorita/señor  
Tatiana Sumenholzer con número de matrícula,  
702290 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las  
Américas.

El/ La estudiante ..... utilizará este material en el  
contexto del reportaje en línea  
como parte de su trabajo de la asignatura de  
TIP 431 - Periodismo

Atentamente,



Nombre y apellido:

Cargo: Productor Noticias de la Comunidad

Empresa: Ecuador TV. Medios Públicos

Número de cédula: 171565130-1

Teléfono celular: 0987430076

Correo electrónico: cguaman@tv.ecuador.ec

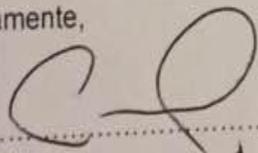
Quito, 20/11/ 2016

Por medio de la presente:

Yo, Fabian Varela....., CI. 17.57.39.5171 autorizo el uso de  
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)  
Audio, video, fotos..... a la/el señorita/señor  
Tatiana Invenhuter..... con número de matrícula,  
102790..... estudiante de Periodismo de la Universidad de Las  
Américas.

El/ La estudiante de periodismo..... utilizará este material en el  
contexto del reportaje multimedia.....  
como parte de su trabajo de la asignatura de  
TIP 451 - Periodismo.....

Atentamente,



Nombre y apellido: Fabian Varela

Cargo: Docente

Empresa: USFQ

Número de cédula: 1757395171

Teléfono celular: 0979318213

Correo electrónico: fvarela@ustq.edu.ec,

## **12: Link del reportaje multimedia**

<http://noticierocomunidad.insane.com.ec/>