

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Escuela de Diseño y Comunicación Visual



*PLANTEAMIENTO DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:
“NOTICIEROS DE COMUNIDAD CON TINTE SENSACIONALISTA,
¿DISTORSIÓN O NUEVO GÉNERO?, CARACTERIZACIÓN DEL
CASO EN LA TV LOCAL POR ANÁLISIS DE CONTENIDO”.*

Previa a la Obtención del Título de:

Diploma Superior en Comunicación Pública de Ciencia y Tecnología

Presentado por:

MARÍA CECILIA MORENO RAMÍREZ

Guayaquil - Ecuador

2011

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre, a quien
debo los logros de mi vida y mi carrera.

María Cecilia Moreno Ramírez

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios todopoderoso que ha guiado con su gracia todos los pasos de mi vida, a mi madre y hermanos, a mis maestros en las diferentes etapas de mi formación y en especial a la noble profesión de periodismo, la cual vivo cada día y me permite tener grandes satisfacciones.

María Cecilia Moreno Ramírez

TRIBUNAL DE GRADO

Mae. Ruth Matovelle
DIRECTORA DE EDCOM

Msc. David Sosa
DIRECTOR DE TESINA

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Grado, corresponde exclusivamente a la autora; y el patrimonio intelectual del mismo a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

María Cecilia Moreno Ramírez

0911208270

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
TRIBUNAL DE GRADO	IV
DECLARACIÓN EXPRESA	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO 1. GENERALIDADES.....	13
1.1. Tema de investigación	13
1.2. Planteamiento del problema	13
1.3. Justificación y delimitación	13
1.3.1. Justificación teórica.....	13
1.4. Delimitación del objetivo a investigar.....	14
1.5. Objetivo general.....	14
1.6. Objetivos específicos:.....	15
1.7. Hipótesis	15
1.7.1. Variables operacionalizables	15
1.7.1.1. Indicadores	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....	17
2.1. Marco referencial	17
2.1.1. Antecedentes de la tv en el Ecuador	17
2.1.1.1. La programación inicial	18
2.1.2. Los Noticieros y los programas de opinión.....	19
2.1.2.1. Presentadores y reporteros.....	20
2.1.3. Los cambios y los precursores de los noticieros “populares”	20
2.1.4. El noticiero de comunidad y los elementos sensacionalistas	21
2.2. Marco teórico	24
2.2.1. Televisión	24
2.2.1.1. Género televisivo	26

2.2.1.1.1.	Género periodístico	30
2.2.1.1.1.1.	La presentación y la composición.....	32
2.2.1.1.1.2.	Estructura del texto periodístico	32
2.2.1.1.1.3.	Estructuras periodísticas.....	33
2.2.1.1.1.4.	Aspectos verbales.....	34
2.2.1.1.1.5.	Subgéneros periodísticos.....	34
2.2.1.2.	Noticias de la comunidad	40
2.2.1.2.1.	Víctimas.....	42
2.2.1.3.	Sensacionalismo.....	44
2.2.1.4.	El amarillismo y el periodismo se juntan.....	45
2.2.1.4.1.	Los elementos y caracteres amarillistas.....	47
2.2.1.4.2.	Recursos educativos	47
2.2.1.4.2.1.	El elemento de elección: la generación de sensaciones	47
2.2.1.4.2.2.	La híper exposición un elemento del evento y / o personajes.....	48
2.2.1.4.3.	Héroes y anti-héroe.....	49
2.2.1.4.3.1.	Recursos	49
2.2.1.4.4.	Discurso Audiovisual.....	50
CAPÍTULO 3.	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	52
3.1.	Metodología de la investigación.....	52
3.1.1.	Fundamentos teóricos de la metodología.....	52
3.1.2.	Modelo de interpretación	54
3.1.3.	Delimitación del sujeto y técnicas de análisis	55
3.1.3.1.	El análisis de contenido.....	56
3.1.3.1.1.	La aplicación del Análisis de contenido	58
3.1.3.1.2.	Procedimiento para el análisis de contenido	59
3.1.3.1.3.	Usos y aplicaciones de análisis de contenido	61
3.1.3.1.4.	Preocupaciones metodológicas en el análisis de contenido.....	64
3.1.3.1.5.	Análisis de contenido de materiales de difusión, radio o TV	65
3.1.3.2.	Las entrevistas en profundidad.....	66
3.1.3.3.	Diseños analíticos y procedimiento utilizado.....	66

3.1.3.4.	El trabajo de campo	69
3.1.3.5.	La validación	71
3.1.3.6.	Fases de la investigación	72
Bibliografía	74
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Aspectos fundamentales del género televisivo.....	29
Tabla 3.1. Uso de los métodos empleados en la investigación.....	56
Tabla 3.2. Diseños de investigación de análisis de contenido.....	60
Tabla 3.3. Clasificación de los titulares acuerdo con el contenido.....	65

INTRODUCCIÓN

El estudio tiene como objetivo identificar, describir y caracterizar los elementos estructurales de sensacionalismo, amarillismo, espectáculo y la realidad en las políticas aplicadas y las estrategias escogidas en la noticia de comunidad local (Guayaquil), que ciertamente no se ha analizado o no se dispone de documentos que registren el análisis del caso en Ecuador.

La importancia de identificarlos y su estudio se da porque, mientras se habla constantemente de la presencia de sensacionalismo y/o el amarillismo en los medios de comunicación; la falta de especificidad y consenso teórico de su definición y estudio, hace que se caiga en los debates éticos que impiden la teorización del fenómeno y el llegar a un acuerdo en la definición de género periodístico; un asunto básico para determinar el “estado del arte” en este ámbito.

A diferencia de la mayoría de trabajos, en el caso del sensacionalismo, este, no se ocupa de la ética periodística o el valor de ejercicio o la validez moral y pertinente al aplicar y practicar la modalidad; más bien, la intención es plantear el análisis de secuencia de los fenómenos de la comunicación y periodismo en el país que deseen discutir en las diferentes escenas de debate.

La metodología presenta un enfoque cualitativo, intensivo. Tiene que analizar cuatro casos concretos, que se estiman representativos de la realidad que este estudio define, con base en los elementos comunes, como la noticia de comunidad sensacionalista, sobre una muestra representativa del material publicado entre 2010 y 2011 en Guayaquil.

El análisis se realizará principalmente por el método de "análisis de contenido", que es una metodología de las ciencias sociales y la bibliometría, que centrada en el estudio del contenido de la comunicación que se define como "el estudio de la

comunicación humana que se materializó en medios como libros, sitios web, las pinturas y las leyes".

El Análisis de contenido se basa en el principio de que es posible analizar el diálogo no sólo para conocer su significado sino, el mensaje en su modo de producción. En otras palabras, el texto no es sólo el sentido de los signos conocidos por el emisor, sino información al respecto de su modo de su producción; la manera de producir un texto.

Análisis de contenido en si no es una teoría, es un conjunto de técnicas que se basan en teorías que impregnan el sentido de análisis de la forma de los mensajes.

El trabajo se centra en los siguientes partes:

El primer capítulo describe el problema y su antecedente, expone la situación del tema en el período anterior a este estudio, haciendo hincapié en sus implicaciones teóricas en el contexto del periodismo y de los medios de comunicación en su manifestación local y tratar de explicar los objetivos específicos de esta investigación.

El segundo capítulo nos lleva a través del marco teórico, marco referencial, antecedentes del fenómeno del Ecuador (Guayaquil) que están relacionados con el problema. Se revisan los conceptos que subyacen en esta investigación, el enfoque y la vinculación del objeto de estudio mediante el examen del fenómeno de la comunicación, la televisión, noticias y sensacionalismo en la forma de comunidad y una herramienta de análisis de contenido. Por último, está la construcción de la hipótesis de investigación, las variables de estudio y de investigación, sus índices e indicadores para su operacionalización.

En el capítulo tres, se propone la metodología y el diseño de la investigación inicial, la definición de la finalidad de los procedimientos de estudio, que utiliza una descripción de los métodos analíticos.

CAPÍTULO 1. GENERALIDADES

1.1. Tema de investigación

*Noticieros de comunidad con tinte sensacionalista, ¿distorsión o nuevo género?,
Análisis y caracterización del caso en la tv local.*

1.2. Planteamiento del problema

Los noticieros de comunidad presentan noticias producidas bajo un formato de marcados elementos sensacionalistas, este material se genera día a día en la ciudad y su periferia. **El problema es que se genera una pseudo producción comunitaria que altera el género periodístico de noticia comunitaria a noticia amarillista, entregándose a la audiencia un producto televisivo en un formato diferente,** probablemente la televisión nacional está enfrentándose a nuevo género que no se define adecuadamente alterando los conocidos en la televisión nacional.

1.3. Justificación y delimitación

1.3.1. Justificación teórica

Los noticieros de la comunidad generalmente son direccionados a una parte de la población que busca contribuir a solucionar problemas de comunidad, a través del medio televisivo, en la mayoría de los casos siguiendo la siguiente dinámica: entregando ayuda a cambio de presentar la nota de una manera escandalizante/llamativa/polémica pero informando la realidad. Esto incluye desde la presentación del mismo reportaje y/o también su solución sin faltar un comunicador/presentador que mantiene un estilo alarmista que capta la atención del televidente y/o afectado.

Conocer los géneros periodísticos y definir más claramente los formatos de noticieros que se transmiten en el país, y sus variantes, contribuye a develar el modo, ritmo y los recursos para generar noticias por parte de los medios televisivos actualmente y como estos se relacionan con la audiencia a través estos “nuevos estilos/géneros”. En este particular, claramente dirigidos a un sector determinado, por lo cual es relevante identificar y caracterizar los factores que hacen que este público busque la información, en este caso la noticia “comunitaria” de estos formatos.

Es importante conocer si se está cambiando el concepto de los noticieros comunitarios previamente establecidos en el país, ya que hay evidencia de que cada vez más canales de TV crean un formato diferente de noticiero, en este caso comunitario, que tienen sus características particulares, pero de forma global se llevan por un estilo amarillista, se advierte que esta situación genera un interesante fenómeno de cambio en el estilo de producir, buscar, generar para hacer noticia, y mostrarla en el Ecuador.

1.4. Delimitación del objetivo a investigar

El estudio de la problemática de noticieros en la costa haciendo énfasis al caso de noticiero de comunidad, como un género informativo urbano-barrial, en el cual se explota el protagonismo del barrio, de la comunidad de las familias, en su problemática del día en la ciudad de Guayaquil.

1.5. Objetivo general

Estudiar las características del noticiero comunitario en televisión, de la ciudad de Guayaquil, identificando y reconociendo los elementos característicos propios del género de periodismo sensacionalista/amarillista en la producción y puesta en escena del mismo.

1.6. Objetivos específicos:

1. Caracterizar el modo de inserción en los noticieros televisivos comunitarios en la sociedad, la comunidad, la familia y el televidente.
2. Identificar los elementos que se utilizan en la producción de noticias de interés comunitario con tinte sensacionalista.
3. Revelar los factores condicionantes y determinantes de la técnica periodística sensacionalista a ser utilizados en la investigación que revelan las noticias de interés de comunidad como objeto en el análisis del amarillismo/sensacionalismo.
4. Analizar los caracteres particulares de las prácticas sensacionalistas en la televisión Ecuatoriana en especial de Guayaquil

1.7. Hipótesis

Los noticieros de comunidad y los segmentos de comunidad dentro de los noticieros de televisión abierta, en la ciudad de Guayaquil difunden noticias y reportajes de su género periodístico con un formato que tiene claros elementos del género sensacionalista y amarillista, por lo cual estaríamos hablando de un nuevo género periodístico antes que un formato o subgénero en la presentación y narración de las notas presentadas durante la transmisión de sus espacios.

1.7.1. Variables operacionalizables

- a) Noticias comunitarias
- b) Tema principal de la nota

- c) Discursos personales del informador
- d) Contexto, recursos y ambiente en la presentación de la nota
- e) Percepción del televidente

1.7.1.1. Indicadores

- a) Tipo de eventos objeto de la nota
- b) Situaciones de la nota
- c) Forma de presentar, narrar y comentar las notas en las que se hace referencia a alguno de los derechos humanos antes mencionados por parte del informador dentro de los noticieros
- d) Imágenes y sonidos
- e) Interpretación del conjuntos de la nota por televidente

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1. Marco referencial

2.1.1. Antecedentes de la tv en el Ecuador

La televisión ecuatoriana, inicia su historia por los años 1950, cuando la dama manabita Linda Zambrano y su esposo alemán Horts Michael Rosembaum, conocen el nuevo invento en una feria tecnológica en Alemania. Entusiasmados, deciden traerlo a Quito, en donde permanecen sin ser usados hasta completar los equipos faltantes: cámaras, pedestales, micrófonos, cuya adquisición tardó por su alto costo y por la falta de técnicos en el país. Llegan alemanes, quienes preparan a los nacionales, en su casi totalidad parientes de la Sra. Zambrano.

El complementar equipos demora hasta el año 1959, en que se instala una antena en la casa de la Cultura y se inicia la transmisión, que apenas era receptada por lo pocos ciudadanos que tenían acceso a un aparato trasmisor.

Es un señor apellido Noriega el que empieza a importarlos, porque hasta ese momento las emisiones se realizaban en circuito cerrado, así de a poco, con la presencia de aparatos marca Emerson, se instalan antenas repetidoras y se empieza a tener mayor cobertura.

A la par, por el año 1954, un ciudadano norteamericano, de apellido Hartwell, encuentra unos equipos de tv. Abandonados en la bodega de la General Electric de Syracuse, New York, y coincidentemente en el año 1959, dichos equipos, llegan a Quito, causando sensación la ocasión en que son presentados en una feria de Ciencias del Colegio Americano, también en circuito cerrado, pero quedan en manos de un grupo religioso.

En el año 1960, los esposos Rosembaum obtienen el permiso oficial, llamando a su estación “ Primera Televisión Ecuatoriana”, la que luego vendieron al canal 4 por los grandes gastos que incurrieron, que no les permitió sostenerla más tiempo, cuando ya se empezaba a expandir en forma vertiginosa. Las primeras transmisiones masivas se hicieron el 12 de Diciembre de 1960, fecha que se la considera la oficial del inicio de la TV ecuatoriana, que se trasmitió en blanco y negro.

Así surgen otros canales en la década de los 60: Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro, etc., y se destacan los apellidos: Alvarado Roca, Pérez, Mantilla, Hanna, Rivas, entre otros. Recordamos que es recién en los 80 que llega la televisión por cable.

En lo legal, la televisión, inicialmente, es privada, pero el estado se reserva el derecho de otorgar las frecuencias, pues el espectro radiofónico pertenece al mismo. Actualmente hay más de 20 frecuencias, incluyendo las de provincias y las de UHF.

Una de las últimas frecuencias de señal abierta, es la de Ecuador Tv, canal del gobierno, lo que se define como la televisión pública del Ecuador.

2.1.1.1. La programación inicial

En los inicios, la programación era de tipo cultural y artística. Cantantes de la época de la talla de Julio Jaramillo, se presentaban en programas en vivo que luego se ampliaron a telenovelas y programas infantiles de la misma manera. Generalmente los enlatados correspondían a los Dibujos Animados, creados muy anteriormente a su presentación en el país.

Fue una época con tinte cultural, su locación le daba de alguna forma acceso a personajes que se distinguieron como actores, declamadores, etc. De ahí surge la más importante presentadora de esos años doña Alisva Rodríguez que también fungía de

actriz, interpretando novelas que se hicieron muy populares, posteriormente, “La abuelita Játiva”, llena por años un espacio infantil, y la Sra. Yolanda Aroca, capta la atención prácticamente de todas las amas de casa guayaquileñas con su programa de cocina.

En el Guayaquil de los 60-70 la programación crece, incluyéndose enlatados especialmente de novelas, suspenso, acción., entre los últimos: “Dimensión desconocida”, “Los Intocables”, “Perdidos en el espacio”, etc.

Se amplían programas de opinión, y los criterios se expresan con relativa libertad, hasta la época de la dictadura de los 70’s, en que cambia el tono de la crítica política, bajo la amenaza de cierre, como sucede en algún canal. Surgen nuevos canales: el 8 y el 5, este, el primero a color, catalogado como el de más amplia cobertura del país corría el año de 1974.

Posteriormente se adquieren señales internacionales: el 2 Ecuavisa internacional y el 5, Tele Amazonas Internacional, ambas enfocadas al migrante, haciéndose eco del fenómeno que se da en el país en los últimos 12 años.

2.1.2. Los Noticieros y los programas de opinión.

Los noticieros marcan los canales, el 10; luego el 2 se disputan en calidad estos espacios, y personajes como Alfonso Espinoza de los Monteros, se apoderan de la imagen de periodista- presentador, en su caso, manteniéndola como referente hasta el momento.

Los Noticieros se convierten en la carta de presentación de los canales. Se identifican con calidad, popularidad y rating. Un buen espacio noticioso, llevado con objetividad, claridad y calidad periodística, marcan escuela. El Noticiero, se transforma en la cara del canal.

Los segmentos en que se dividen originalmente, eran noticias generales, deportes y el Editorial, espacio muy respetado por la ciudadanía.

Las noticias son presentadas en un orden preestablecido, siguiéndose la misma línea en todos los canales. Así entran primero las de orden político, las de corte judicial, las entrevistas a personajes relacionados a las mismas, deportes, las noticias internacionales, etc. Son parte los avances informativos que se presentan horas antes de su horario, los flashes informativos, si el momento lo amerita, y de unos 10 años al presente, se incluye espacios de farándula.

2.1.2.1. Presentadores y reporteros

Juntos a los noticieros, sus representantes, se vuelven personajes influyentes en la sociedad, sus criterios son respetados y repetidos, como verdades indiscutibles por el común del ciudadano y ante el televidente, esas imágenes se vuelven casi míticas. Con diferentes estilos, pero siempre guardando respeto y riqueza en el lenguaje, (característica de estos personajes), y una imagen impecable, muestran también un amplio trasfondo cultural y un profundo conocimiento de las realidades sociales, políticas y generales del país. Es la vieja escuela del periodismo televisivo, que da elementos como Borquez, los Hanna, los hermanos Espinoza de los Monteros, Carlos Vera, Tania Tinoco, actualmente, etc.

2.1.3. Los cambios y los precursores de los noticieros “populares”

Con el tiempo, se van modificando, todas las áreas de la tv ecuatoriana, dentro de lo que podría ser un fenómeno global latino americano. En un afán de acercarse al común mortal, el lenguaje es el primero en presentar cambios, buscando aparentemente espontaneidad, pasando por la actitud dentro del set, y por último la

imagen tanto del anchor, como la que presentan los reporteros en videos apoyando la noticia.

En este proceso de nuevas libertades, surgen también nuevos presentadores, que marcan más su estilo que los anteriores, y los gestos, el tono de voz, el lenguaje, pretenden hacerse más comunes, intentado la cercanía y familiaridad, valga el término con el televidente.

Uno de los primeros, en la década de los 90's de esta neo escuela, es el periodista Fausto Valdivieso. Coincidentemente, los nuevos anchors de esta línea, vienen de la radio, son locutores de noticias, porque es en ella, donde se da primero este fenómeno de “liberación de medios” valga la frase, y de esa cantera, salen a la tv Hugo Gavilánez, Mauricio Ayora, Jonathan Carrera, entre otros.

2.1.4. El noticiero de comunidad y los elementos sensacionalistas

Los segmentos de los noticieros, cambian y aumentan, con el tiempo, si bien es verdad impulsados por situaciones sociales que se vienen complicando. Es el tema de la seguridad ciudadana el que presta el mayor material para lograrlos. De esta manera, aparte de los presentadores y reporteros, anteriormente nombrados, surge un nuevo espacio dedicado a la comunidad, otro a la farándula, que crece gracias a los mismos personajes de la tv, y desaparece en algunos canales él antes tan esperado editorial.

En este proceso, se llega a una clara división de los noticieros, surge otro, con nuevo estilo, que al no comulgar con el inicial, se independiza, dejando de ser segmento, para convertirse en dueño y protagonista de un espacio diferente que pasa a tomar el nombre de “Noticiero de Comunidad”.

Este interesante fenómeno, llena las pantallas, con imágenes explícitas, lenguaje muy popular, y un estilo que de alguna manera parece innovar el periodismo televisivo. Los sorprendidos televidentes se enfrentan a un arrollador método de presentar noticias, lanzadas de forma impactante, que tal vez no corresponda al modelo y al gusto explícito de muchos, pero su éxito, se expresa en el rating y casi todos los canales se apresuran a presentar el propio.

Ante la crítica de algunos, sobre calificarlos de crónica roja y hasta de un tipo de amarillismo, Hugo Gavilánez uno de los exitosos nuevos representantes de este estilo, se expresa así: “Siempre intento que la gente exponga sus casos y ayudarlos a buscar solución a sus problemas porque me siento identificado con ellos, fui criado por una madre soltera que luchó muchísimo para sacar mi hogar adelante y viví esa realidad, sé lo que son las carencias y las injusticias”.

Mauricio Ayora, otro personaje exitoso en noticiero de comunidad, se expresa con gran soltura, un lenguaje poco ortodoxo, popular en extremo, descomplicado, canta, hace bromas y juega mucho con las inflexiones de voz.

Uno de los puntos a destacar es la adaptación que han hecho a esta forma, periodistas que se identificaron con la escuela tradicional de noticias. Conocida como una brillante entrevistadora de personajes influyentes, Luisa Delgadillo, se adapta a la compañía de “Caterva” (Mauricio Ayora) y comparte el segmento con él e irrumpen la segunda parte del “Noticiero en la Comunidad”, adoptando un nuevo estilo, agresivo, casi irreverente.

Ante la sorpresa que despertó en el público, nos dice “ Siempre me llamó la atención darle un giro a la presentación de noticias, me propusieron hacer pareja televisiva con Mauricio y me agradó la idea porque somos amigos de hace bastante tiempo, los televidentes nunca me habían visto así, pero creo que es cuestión de adaptarse, no me siento incómoda, sino mas bien pienso que es una forma de acercarme más a la gente, aunque el estilo anterior, también me gusta

Otras anchors, como Carla Sala, también se adaptan al estilo arrollador de Gavilánez, manteniéndose parca en expresiones pero con una participación activa. Aduce, que la experiencia de su compañero hace que aprenda siempre a su lado, y que esta misma razón permite a Gavilánez asumir con mayor propiedad la exposición de la noticias. RTS, lidera este nuevo estilo. Es el canal, que reúne a los antes nombrados. Hugo Gavilánez y Carla Sala que antes fue compañera de Fausto Valdivieso en un espacio titulado “El Mañanero” en TC, que fue uno de los primeros en que se manifestó este estilo.

Canal 1, también presenta, a José Delgado, quien para muchos fue uno de los pioneros de esta línea, pero que ha sido criticado como tremendista al presentar prácticamente una crónica roja extrema, en reportajes con imágenes y en contexto muy violento.

De esa misma línea es Jonathan Carrera, quien fue ironizado en un personaje llamado “Jonathan Sangrera” cuya comparación hace alusión a los sucesos de crímenes violentos, delincuencia, prostitución, pandillerismo, drogas, etc.

Del mismo canal se destacan también Steven Macías, Fernando Barreno, Verónica Landetta, Silvia Fabara y Mayra Montaña la famosa “Bombón”, quien con su peculiar carisma, es otro personaje más que salta de la radio a la tv, con éxito.

Cabe destacar que una de las características de estos programas, es la participación activa de los televidentes, en llamadas telefónicas o en el lugar de los hechos.

Por otra parte, TC televisión, representado por Luis Fernando Anangonó, en su programa “Ecuador insólito” presenta una serie de temas, insólitos valga la redundancia, crónica urbana y talentos especiales de personas con discapacidad”...

Al preguntarle su opinión sobre el periodismo comunitario, nos dice: “Considero que en cuanto a la forma, es lo apropiado mostrar al televidente y a las autoridades, las necesidades de cada barrio o comunidad, sin embargo, el fondo del tema deja mucho que desear cuando no existe un seguimiento o solución inmediata a dicha necesidad.”

Ecuavisa al entender que no se podía quedar fuera de este “new age” de la comunicación nacional, El Noticiero Comunitario, evoluciona acercándolo al sector popular, con figuras como Henry Dueñas, (inicialmente voz en off y reportero) quien tiene un segmento de comunidad, popular, en lenguaje de barrio, y ambiente informal, sin embargo dicho canal cuida el no cruzar hacia la línea de la crónica roja y la violencia urbana barrial.

Es de interés de este estudio, entre otras cosas, determinar si la sociedad está frente a un nuevo fenómeno periodístico o si este fenómeno se lo puede clasificar como una moda que se afana en destacar las emociones con tinte popular, envolviéndolas en supuestas o cuestionables realidades sociales. Hay elementos que pueden pertenecer un “nuevo amarillismo” o una singular nueva crónica roja, que con la tecnología disponible al servicio de la TV, se potencian los recursos para el “show”, lo espectacular, lo sensacional, y lo impactante.

Hacia donde se dirijan, y que más pida el público, y sean capaces de dar los canales, solo lo dirá el tiempo, mientras tanto, muchos televidentes, miran atónitos las nuevas posturas noticiosas en un periodismo, que pretende ser más popular y realista.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Televisión

Televisión (TV) es uno de los medios de telecomunicaciones para transmitir y recibir información multimedia de imágenes en movimiento que pueden ser monocromáticos (tonos de gris) o de varios colores. Las imágenes van por lo general

acompañado por el sonido. "La televisión" también puede referirse específicamente a un aparato de televisión, programas de televisión , transmisión de televisión.

La etimología de la palabra se deriva de la mezcla latina y griega de origen, que significa "ahora la vista": griego tele (τῆλε), lejos, y el latín visio, la vista (de video, vis- a ver, o para ver en primera persona.

Disponible en el mercado desde finales de 1920, la televisión se ha convertido en algo común en hogares, empresas e instituciones, en particular como fuente de entretenimiento y noticias. Desde la década de 1970 la disponibilidad de las cintas de vídeo, discos láser , DVD y ahora los discos Blu-ray , han dado lugar al uso de la televisión con frecuencia para ver contenidos grabados, así como material de difusión. En los últimos años la televisión también se difunde por Internet, por ejemplo, iPlayer y Hulu, etc.

Aunque otras formas, tales como circuito cerrado de televisión (CCTV) están en uso, el más común del medio es para televisión, que se inspira en el vigente de los sistemas de radiodifusión desarrollados en la década de 1920, y los usos de alta potencia de radio frecuencia por transmisores de radiodifusión que emiten y envían la señal de televisión a los receptores de televisión individuales.

La televisión Amateur (ATV) se utiliza también para la experimentación, el placer y el servicio de eventos públicos por operadores radioaficionados. Los canales ATV estaban en el aire en muchas ciudades antes de las estaciones comerciales de televisión salgan al aire.

La Televisión suele difundirse a través de ondas o frecuencias de radio transmisiones en los canales designados en las bandas de frecuencias de 54 a 890 MHz. Las señales transmitidas ahora a menudo se transmiten con sonido envolvente Dolby & Stereo en muchos países. Hasta la década de 2000 los programas de televisión se transmitían generalmente como una señal de televisión analógica, pero en los últimos años los

organismos de radiodifusión públicos y privados se han ido introduciendo en tecnología de televisión digital. El Ecuador ya inició el proceso de transición de TV análoga a TV digital en el año 2010 (CONATEL, 2011)¹.

Un televisor estándar consta de varios circuitos electrónicos internos, incluidos los destinados a recibir y decodificar las señales de radiodifusión. Un dispositivo visual de visualización que carece de un sintonizador es propiamente un monitor, en lugar de un televisor. Un sistema de televisión puede utilizar diferentes normas técnicas, tales como la televisión digital (DTV) y televisión de alta definición (HDTV). Los sistemas de televisión también se utilizan para la vigilancia, control de procesos industriales, y retores de las armas, en lugares donde la observación directa es difícil o peligrosa.

2.2.1.1. Género televisivo

El concepto de "género" en ciencias sociales y de la comunicación se puede tratar en sentido muy amplio. En este apartado, se aborda la cuestión de los géneros en la televisión. Pero, ¿qué diferencia hay entre los géneros audiovisual y los literarios o pictóricos? En realidad se trata de formas de expresión muy diferentes que implican técnicas y conocimientos dispares en la configuración las obras. Esto conlleva también una clasificación de los géneros según diferentes criterios técnicos o artísticos y una función de los géneros también diferenciada.

Para (Feuer, 1992), los estudios de televisión son un campo de investigación demasiado nuevo todavía para poder diferenciar entre los géneros históricos y los

¹ El año pasado el Ecuador adoptó el estándar de televisión digital ISDB-T INTERNACIONAL (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial) para el Ecuador, con las innovaciones tecnológicas desarrolladas por Brasil y las que hubieren al momento de su implementación, para la transmisión y recepción de señales de televisión digital terrestre y fruto de esta decisión se firmó un Memorando de Entendimiento suscrito por el Ministro de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información del Ecuador y el Ministro de Comunicaciones de la República Federativa del Brasil, el que establece un marco de cooperación y compartición de conocimientos y experiencias en el área de TDT.

teóricos (historical and theoretical genres). En la extrapolación del concepto literario a los productos audiovisuales, Feuer advierte:

"Podemos ver que la visión tradicional de los géneros literarios que sólo tienen una aplicación limitada al cine y la televisión. Las categorías son ondas literarias muy amplias. Tales géneros literarios como el teatro y la lírica, tragedia y comedia span en diversas y numerosas obras y culturas. Cine y televisión, sin embargo, son culturalmente específicas y limitadas temporalmente. En lugar de emplear una categoría amplia, como la comedia, tenemos que activar géneros específicos tales como "screwball comedy" (películas) o la comedia de situación "SitCom"(televisión), categorías que no pueden corresponder a subespecies del género literario a la Tv "(Feuer, 1992: 139).

(Cebrián Herreros, 1992) prefiere hablar de géneros audiovisuales y no de géneros en los medios audiovisuales. "La razón es precisamente"-argumenta-"la de desarrollar el interés por la búsqueda de los Elementos comunes y la coherencia del género, por encima de las particularidades de cada medio". En todo caso, este autor se refiere a los géneros audiovisuales cuando habla de los géneros radiofónicos, televisivos, cinematográficos y fotográficos. Dentro de los audiovisuales se pueden considerar los musicales (rock, pop, clásica, etc.), Los cinematográficos (terror, comedia, gangsters, etc.), Los fotográficos (fotoperiodismo, foto artística, industrial, etc.) y los televisivos, aunque se identifican otros tipos en la medida que avanzan la computación y las tecnologías de la comunicación. Por ejemplo, cada vez parece más pertinente hablar de géneros de animación o de géneros multimedia.

Parte de la teoría de los géneros televisivos tiene sus raíces en estos autores que se han comentado en los apartados anteriores y que provienen de los estudios literarios (como Bahktín o Todorov), cinematográficos (como Casetti o Kaminsky), mas mediático (como Wolf o Neale) y culturales (como Arthur A. Berger). No existen muchos trabajos que hayan abordado el tema de los géneros televisivos de una

manera concreta y específica. Uno de los estudios al respecto es el de (Barroso, 1996).

Para este autor, el género televisivo es el resultado de un proceso de asimilación de la televisión respecto a la literatura (sobre todo en el ámbito de la ficción), la radio, el cine y las artes escénicas. Según Barroso:

"En el medio televisivo, el género es el resultado e interés de una estrategia de la programación que manifiesta una tendencia a diferenciar las unidades de Emisión (programas) más allá de las Diferencias básicas: ficción, información, entretenimiento o espectacular como consecuencia de:

1. La fuerza de la costumbre de identificar y diferenciar las cosas de las que nos valemos.
2. La Necesidad de comunicar y anunciar sin ambigüedades (la parrilla de programación, las promociones, etc.
3. La pragmática de uso (Clasificación, inclusión en un grupo a fin, etc.)

La asimilación que apunta Barroso se iniciaría con la adaptación, por parte de la televisión, de géneros literarios de ficción narrativa (cuentos, novelas), que ya habían sido tratados por la radio (operas). La historia de la televisión ha puesto de manifiesto que la evolución del medio y de las nuevas tecnologías de la mano de la diversificación de los géneros, la constitución de nuevos y la desaparición de otras. El flujo continuo, la aparición constante de nuevos formatos, las estrategias de programación y las variables que influyen sobre la constitución de nuevos programas hacen que el medio televisivo sea un medio particularmente "generador de géneros". Esto ha potenciado el establecimiento de categorías que ayudan a ordenar el flujo comunicativo y que sirven de guía tanto para productores como para espectadores.

En el medio televisivo, el género no depende únicamente de la forma y el contenido de los programas, en su definición se tendrán en cuenta factores como son el público al que se dirige, las estrategias de programación, la realización y la producción. Como apunta en esta línea Lorenzo Vilches, siguiendo, los géneros vienen a ser como marcas o etiquetas de programas. Estas revelan una interdependencia entre el producto, la industria audiovisual y la parrilla de programación. Esta marca "institucional" articula la relación entre los escritores, los productores y los directores, pero también la historia y la estética del producto (Vilches, 1993). Para este autor, hay dos maneras de entender el género televisivo. Desde un punto de vista del significado canónico del género, se trata de una extrapolación de la clasificación literaria de la tragedia, la comedia y la poesía épica. Esta concepción clásica define el género como las normas y reglas que debe cumplir la obra, en este caso de televisión. Ahora bien, en un sentido no-normativo, los programas se pueden ordenar según una tipología de producción (autor), de funcionamiento (función) o de formas de comprensión y decodificación (consumo).

Cuando se habla de géneros en televisión hay que tener en cuenta el punto de vista sintáctico (el formato), semántico (el contenido) y pragmático (relación entre la producción y la recepción). Según Barroso, esta es la más fecunda aproximación al concepto en la práctica televisiva (tabla 1).

Ámbito	Descripción
Sintáctica	Contribuye a su caracterización en virtud de sus técnicas de construcción discursiva (estructuras narrativas, ritmo, planificación ...) y orienta la dimensión de la forma o formato como un elemento tipificador (ej. hard news, soft news o documental)
Semántica	Permite tipificar la producción en virtud de los contenidos temáticos (ej. western o serie policiaca)
Pragmática	Se centra en la relación entre quien produce el género y quien lo percibe. Desde la estética de la recepción, el encuentro del texto con el receptor se convierte en factor de consideración en la determinación del género. La determinación del género considera la audiencia al que va dirigido (ej. youth o programa juvenil)

Tabla 2.1 Aspectos fundamentales del género televisivo

Fuente: Barroso 1996

Elaborado por la autora

Mauro Wolf defiende la idea de que el contenido también forma parte de la etiqueta del género televisivo: "la Evolución del lenguaje parece seguir tres líneas principales: la contaminación entre Contenidos y generoso, la contigüidad de Contenidos varios Dentro del mismo" género, la contigüidad de generoso para un mismo "contenido" (Wolf, 1984). De esta manera encontramos informativos deportivos, series de detectives, comedias de detectives, telenovelas rosa, etc. En la literatura también ocurre un fenómeno similar, es aceptada la existencia de un género llamado "novela policíaca". Teniendo en cuenta esta interpretación más formalista del concepto género, la definición de Barroso esquematizada en la tabla 1 es bastante ilustrativa de las dimensiones de los géneros televisivos. Esta es una visión que está de acuerdo con la afirmación de Carreter que tratamiento únicamente estructuralista de los géneros es incompleto, o con la concepción de Bakhtin sobre los géneros discursivos que tiene en cuenta también el contenido.

Los géneros son sistemas orgánicos, por tanto, evolucionan. Es difícil, si no imposible, tratar claramente su genealogía. Esto es particularmente cierto en el caso de la televisión, medio cambiante y dinámico por naturaleza. La vida de los géneros televisivos también es efímera, aunque no siempre. A veces, géneros que supuestamente parecen haber desaparecido vuelven a renacer con el éxito de una superproducción norteamericana, por poner un ejemplo. Como indica Todorov para los géneros literarios, los audiovisuales nacen de otros géneros, ya sea de una mezcla entre dos tipos de programas, de la introducción o supresión de elementos de un programa o por otros factores. John Fiske llega a incluir esta mezcla de características dentro de la definición misma de género.

2.2.1.1.1. Género periodístico

El género periodístico es un género reciente, aparecido en el siglo XIX, caracterizado por su fuente de difusión: los medios de comunicación modernos y la prensa escrita. Algunos de los textos de opinión se pueden considerar periodismo literario dada su

elaboración formal y la presencia del punto de vista subjetivo del periodista. El género periodístico se puede definir en función del papel que juega el narrador o emisor del mensaje en relación a la realidad observada.

Se pueden dividir en dos grandes grupos: los textos informativos, que tienen como objetivo prioritario la transmisión de informaciones sobre personas, lugares, acciones o acontecimientos, y los textos de opinión o interpretativos, que no responden a las características propias de la información ya que pretenden divulgar ideas y están muy vinculados con la creación personal. Los textos de opinión tienen muchos elementos comunes con los textos ensayísticos, y a menudo es difícil separarlos de la temática y la selección de información. La información periodística busca, principalmente, temas de actualidad y de interés general. Los criterios para seleccionar temas de interés general suelen ser:

- **La proximidad al destinatario:** se prefieren eventos que sean más cercanos al público en diversos aspectos (geográfico, cultural, profesional)
- **El campo de incidencia, o eco público de los hechos,** criterio mediante el cual se seleccionan los hechos que afectan a un mayor número de receptores potenciales.
- **El interés humano,** que hace preferibles aquellos acontecimientos que afectan a los sentimientos, los casos de conflictividad social o política, o aquellos que tienen más dramatismo.
- **La significación de los protagonistas implicados en los hechos:** autoridades, personajes públicos, etc . La curiosidad, que permite seleccionar hechos que pueden resultar inesperados, extraños o extravagantes para el público.

2.2.1.1.1. La presentación y la composición

La peculiar composición de los diarios viene determinada por dos principios:

El principio de distribución en módulos: las informaciones se distribuyen en unidades textuales (noticias, reportajes, anuncios, etc.) Independientes desde el punto de vista informativo. Asimismo, estas unidades se agrupan en secciones de carácter temático, que pueden ser fijas (internacional, deportes, cartas al director, etc.) O variables (críticas de libros, ciencia, etc.).

Principio de relevancia: las informaciones más relevantes se presentan destacadas y diferenciadas mediante procedimientos formales.

La presentación viene marcada por elementos formales que determinan la importancia relativa de unas informaciones sobre las otras: la ubicación (primera página / páginas internas), el espacio (superficie ocupada: toda la página, algunas columnas), y la tipografía (tamaño y tipo, sobre todo en los titulares).

2.2.1.1.2. Estructura del texto periodístico

Prácticamente todos los géneros periodísticos presentan dos o tres partes diferenciadas tipográficamente: los titulares, el cuerpo o desarrollo y el lead o entrada.

Los titulares. Aparecen destacados formalmente y pueden tener tres funciones diferentes: delimitar el texto (función de apertura), ofrecer los aspectos más relevantes del texto desde el punto de vista informativo (función de resumen) y llamar la atención del lector (función de captación de atención).

Si aparece más de un titular, el principal recibe el nombre de título, que suele ir precedido del antetítulo (que puede añadir información o precisar el contenido) y seguido del subtítulo (que funciona como sumario de los aspectos informativos más importantes del texto).

El lead o entrada. Es el primer módulo del cuerpo del texto. Tiene una función especial: ofrecer al lector un resumen más amplio que el obtenido por los titulares. Informa sobre los aspectos principales del evento.

El cuerpo o desarrollo. En el cuerpo del texto se desarrollan los diferentes componentes de contenidos. Salvo los géneros de opinión, que se caracterizan por su libertad de composición, el cuerpo de los discursos periodísticos se organiza también en módulos. Cada uno de estos módulos desarrolla un único tema o subtema y se convierte en una parte del texto bastante autónoma. Este tipo de composición permite omitir información o intercalar la nueva sin alterar la comprensión del resto de texto.

2.2.1.1.1.3. Estructuras periodísticas

El texto periodístico se presenta organizado según estructuras diferentes que dependen de factores diversos, entre ellos el género al que pertenecen.

Estructura anticlimática o de pirámide invertida. Es la estructura más característica y consiste en ordenar los diferentes módulos de contenidos de acuerdo con el criterio de relevancia. Así, el desarrollo del texto se extiende desde el clímax, o módulo de máxima relevancia informativa, en el anticlímax, o punto de menor relevancia. Esta estructura es característica de los géneros informativos, principalmente de la noticia.

Estructura de relato. Es la estructura que sigue un orden cronológico, formando una estructura de relato. Este suele alternar con la aparición de elementos

descriptivos, comentarios u opiniones. La estructura de relato es característica de la crónica.

Estructura dialogada. Estructura en forma de diálogo, donde el entrevistador controla el desarrollo del discurso, asignando turnos e introduciendo temas. Es característica de la entrevista y de algunos reportajes.

2.2.1.1.1.4. Aspectos verbales

El uso de la lengua en la prensa tiende a la objetividad, la claridad y la corrección. En la objetividad se reconoce la ausencia del sujeto en el enunciado y por la búsqueda de credibilidad (datos, testimonios, cifras ...). La claridad se manifiesta en el léxico y en la sintaxis. El léxico no ofrece dificultades de comprensión y, cuando se emplean tecnicismos, extranjerismos o siglas, explican. La sintaxis tiende a evitar la complejidad.

2.2.1.1.1.5. Subgéneros periodísticos

Noticia

La noticia es un texto breve de información sobre un hecho de actualidad reciente. No contiene opiniones personales del autor. Forma el grueso principal de los escritos que encontramos en la prensa escrita y responde a seis preguntas básicas: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Cómo? y ¿Por qué?. Consta del titular, el subtítulo (que incluyen el quién y el qué), la entrada (síntesis de los datos básicos) y el cuerpo (exposición de los datos en orden decreciente de importancia). Noticia es todo aquel hecho nuevo que resulte de interés para los lectores. Dicho de otro modo, una noticia es un acontecimiento sorprendente, estremecedor, trascendental ... y, sobre todo,

reciente. Una noticia contiene el relato de una información. Debe dar respuesta a los seis tipos de circunstancias denominadas las 6 W² :

- ¿qué ha pasado?: los hechos
- ¿quién lo ha hecho?: el sujeto
- ¿cómo ha sucedido?: la forma
- ¿dónde ha pasado?: el lugar
- ¿cuándo ha sucedido?: el tiempo
- ¿por qué ha sucedido?: la causa

Estructura de la noticia

- El titular es la noticia, es decir, contiene el tema de la noticia.
- Contiene los elementos más importantes de la noticia, es el desarrollo del tema pero no es un resumen del cuerpo de la noticia.
- El cuerpo de la noticia desarrolla la información con todo tipo de elementos complementarios.
- Una buena manera de escribir la noticia es la pirámide invertida. Esta técnica consiste en situar en primer lugar aquellos hechos o datos que atraerán el interés del lector para ir progresivamente introduciendo otros detalles menos importantes.
- El uso de esta técnica implica además un orden en el relato y se basa en no querer decirlo todo a la vez. Conviene mantener el interés del lector espaciando adecuadamente los datos. No se trata de guardar ningún importante para el final sino de acompañar la información para que no decaiga su interés.

El reportaje

El reportaje es un texto informativo, una noticia ampliada por lo que se presta más al estilo literario que la noticia.

² Por sus siglas en inglés. Qué?=What? / Quién?=Who? / Cómo?=How? / Dónde?=Where? / Cuándo?=When? / Porqué?=why?

Es un género informativo desligado de la actualidad del momento. Generalmente, el reportaje sale de una recreación de algo que fue noticia, pero también de hechos que sin ser noticia, en el sentido más estricto del término, forman parte de la vida cotidiana.

El reportaje pretende subrayar las circunstancias y el ambiente que enmarcan un hecho.

Reportaje objetivo

Trata sobre cualquier tema que puede no ser de estricta actualidad de manera documentada, para que el periodista la considere de interés general. Es más extensa que la noticia e incluye elementos como: valoraciones de protagonistas o testigos de los sucesos, detalles de cifras y datos, y textos complementarios (fotografías, esquemas, y otros tipos de información gráfica.

Estructura del reportaje:

El párrafo de apertura es un párrafo atractivo que debe suscitar la curiosidad del lector, debe incitar a seguir leyendo. Puede presentar los rasgos tipográficos de la entrada es decir estar escrito en letra negrita y separado del cuerpo de la noticia. Pero puede también aparecer integrado en el reportaje.

El relato. Todo reportaje debe tener un orden en la exposición de los hechos. Este orden o hilo argumental responde a una intención: cronológica, biográfica, explicativa, crítica ... Un reportaje no puede ser una suma de hechos. Cada párrafo debe estar conectado con el anterior por lo que es importante definir este hilo conductor.

El párrafo final debe ser escrito cuidadosamente, constituye el remate final que le deja al lector el sabor de una buena lectura.

Artículo de opinión

Escrito de personas que colaboran esporádicamente y que expresan opiniones, juicios, ideas o comentarios personales sobre hechos actuales o de interés humano. También recibe el nombre de artículo de colaboración y, en función de su distribución, de columna.

Artículo de crítica

Reseña informativa, interpretativa y evaluadora de una obra publicada, expuesta o representada en público (literatura, pintura, música, cine ..), según el criterio del autor del artículo, con el fin de orientar al lector.

Entrevista

Una entrevista es aquella en la que el entrevistador se limita a exponer su conversación con un personaje mediante el sistema de pregunta y respuesta. Una entrevista contiene informaciones, opiniones, vivencias, etc., sobre algún tema de interés relevante. Este tema es fijado previamente por el entrevistador que tiene como misión fundamental formular las preguntas. En algunas ocasiones, el entrevistador puede saltar el orden previamente establecido en su guión de trabajo y, al hilo de una respuesta interesante, introducir una pregunta nueva. La entrevista es un diálogo extenso y profundo entre un periodista y una persona conocida. Los hay de dos tipos: las informativas, centradas en la opinión del entrevistado sobre hechos de actualidad, su trabajo, etc., Y las psicológicas, basadas en la personalidad del entrevistado.

Crónica

Información presentada por un corresponsal o un enviado especial que informa de unos acontecimientos recientes que analizan, se valoran y se interpretan. Se redacta en tercera persona y pertenece a áreas más o menos específicas: deportiva, judicial, política, etc. La crónica huye del estilo neutro de los discursos informativos y emplea los recursos lingüísticos para dotar a la crónica de amenidad, atractivo e incluso, valor literario.

Reportaje interpretativo

Incluye, como en la crónica, información y opinión. Es más frecuente en los semanarios especializados que en los diarios, donde aparece de forma esporádica. No interesa la inmediatez de los acontecimientos. Los más característicos son fruto del "periodismo de investigación": tras un proceso de documentación que puede ser largo. El redactor ofrece sus conclusiones en forma de un conjunto de tesis que se ven apoyadas por los datos objetivos recogidos.

Opinión

En este género, el enfoque sustancial es la opinión, y la información, si existe, queda relegada a un segundo plano. Ahora bien, la información debe acudir inmediatamente en socorro de este tipo de texto, es decir, cualquier opinión o visión subjetiva a razonar. Se trata de decirle al lector: sobre este tema yo vislumbro como significados, y las razones son estas.

Editorial

Es un artículo de opinión, de obligada publicación pues define la línea de pensamiento de la publicación. Es un género de opinión ligado a la actualidad del momento. La editorial reflexiona sobre el problema en cuestión con el objetivo de mostrar una determinada manera de enfocar. Estas reflexiones adoptan la forma de una argumentación fundamentada en informaciones. El carácter de la argumentación aspira a ser objetivo para ello utiliza un lenguaje sin valoraciones despectivas, unos argumentos razonados.

Carta al director

Son textos escritos por los lectores para su publicación en una sección que los periódicos han creado para este fin: Cartas al director, opinión de los lectores ... Los temas son variados: hechos de actualidad, reflexiones más o menos literaria sobre cuestiones de la vida, pero también desacuerdos con alguna información, la editorial, un artículo de opinión etc. Las formas son, asimismo, variadas. Generalmente son

exposiciones argumentadas en las que los lectores muestran su protesta sobre algo. Algunas cartas contienen relatos con el objetivo de mostrar una idea.

Artículo de opinión

Texto expositivo o argumentativo que trata cualquier tipo de tema con libertad expresiva. Es un valioso modo de expresión, que ha sido utilizado a través de los tiempos por pensadores, políticos, sociólogos, etc.

Columna

Texto argumentativo que valora de forma personal una cuestión de actualidad. Se puede publicar en cualquier sección. Siempre ocupa el mismo lugar y con una periodicidad concreta, por eso suele aparecer acompañada de la fotografía del autor.

Crítica

Valora y explica la obra de creación expuesta al público (libros, música, cine, etc.).

Estructura de la crítica:

Título, siempre breve y valorativo sobre el asunto principal de la obra;

Ficha técnica . Después del título y antes del texto. Aporta el título de la obra, datos principales de los que han intervenido en la creación y puesta en escena de esta obra.

Debe recoger el género de la obra. Tiene un tratamiento tipográfico diferente al del texto del cuerpo para diferenciarlo de este.

Cuerpo de la crítica . Texto expositivo que plantea la tesis de la opinión que merece la obra al crítico.

La tira cómica

Viñetas, que en muchas ocasiones, no necesitan incluir ningún texto para dejar bien clara la opinión de su autor sobre temas de máxima actualidad.

Información

Es información todo aquel texto periodístico que transmite datos y hechos concretos, ya sean nuevos o conocidos con anterioridad. La información no incluye opiniones personales del periodista, ni juicios de valor. Por tanto, es incompatible con la 1ª persona.

2.2.1.2. Noticias de la comunidad

En la parrilla diaria en los noticieros de cualquier índole, prensa, radio o TV el equipo que participa en la producción, desde un reportero al director, arman los eventos de acuerdo a lo que se llama "historias tipo" (Langer, 2000) Estas son las historias que, adoptan una forma similar o la coloca en un contexto entendible para el espectador.

En investigaciones de los estudiosos de fenómenos comunicacionales a lo largo del tiempo ubican a noticias de interés social, como el género de comunidad en grupos con diferentes nombres por lo general demasiado extensos y con delimitación no muy clara y de vaga caracterización.

Un ejemplo es el estudio de noticieros televisivos y política en Australia (Bell, Boehringer, & Crofts, 1982) donde la noticias de la "víctima" caen bajo el título de "desgracia y evento inesperado" y "tragedia", dándose la introducción de notas muy diferentes derivadas de un mismo evento, destacando las consecuencias del acontecimiento y los testimonios de sus protagonistas, "comunes ciudadanos" ó "lugareños promedio".

En la preparación de este trabajo se realizó una clasificación dada la necesidad de construir una estructura básica del discurso para analizar los hechos, similares pero diferentes en el tiempo en que se obtenga la muestra.

El análisis se basa en la clasificación de historias tipo a las que Langer llama "las noticias de otros.", que se debaten entre noticias de la comunidad, la información producida por gente famosa, las estrellas, personalidades del cine y el entretenimiento, y los de la memoria histórica. En este caso, sólo estudiaremos las características de la información de interés comunitario en las noticias locales de Guayaquil.

La subdivisión de las noticias de comunidad se divide en tres títulos en sí mismos de las "otras noticias":

-Lo que es particularmente notable: Cubrir la información de celebridades, estilo de vida o los de entretenimiento de alto nivel, así como los éxitos y los logros de la gente común. Para examinar los logros de la gente común se llama a este tipo de historia "la conversión de carácter excepcional"

-Las víctimas: las personas en situaciones difíciles que crean trastornos graves en la rutina establecida de la vida cotidiana. En pocas palabras, es la historia de una "tragedia personal".

Las comunidades en riesgo: las formas de trastorno mental e individual antes que colectivo; situaciones que ponen en peligro a un grupo de personas.

Este estilo, de contar la información significativa, no es exclusivo de la época en que la información se convierte en una historia de interés, se mide en términos de importancia en la agenda del día de las noticias, a saber, el nuevo proceso de selección a la luz de nuevas y más importante información.

Se excluyen nuevos delitos, siempre que la información transmitida como una idea central de la delincuencia. Por ejemplo, cuando una historia de asesinato contiene algunas características de la historia de interés humano, tanto en la redacción y la

intención, pero el hecho se desarrolla sobre la base de la información contenida en este delito.

Sin embargo, cuando el contenido manifiesto de una historia sobre el crimen se enmarca en términos de algunas cuestiones nuevas, como el sufrimiento de la víctima en lugar del acto en sí, se clasifica como parte de noticias de la comunidad.

2.2.1.2.1. Víctimas

Este tipo de clasificación de hechos incluye historias de la comunidad sobre las víctimas de sucesos casuales, accidentes, tragedias personales y otros eventos trágicos, algunos teóricos agrupados en divisiones designan como "desastre" o "historias de vez en cuando" a noticias que no son en este caso en particular, porque es nuevo, tales como, "los accidentes de tráfico", pero por sus víctimas, o "familia de la víctima."

Hay casos en que el nuevo evento ("accidente") aparece como un entorno donde las víctimas son la historia central, sus heridas, sus familias, el dolor de la pérdida de la persona.

Tipo de historias de las víctimas: Se caracterizan por la intención constante de llevar a cabo la vida diaria de los individuos, en un estado de crisis que no puede salir con su propio esfuerzo o recursos. Si a esta gente se la puede colocar como personajes de un drama, ¿cuál es su papel de víctimas.

En "Líder simbólico" de Klapp, en su sección sobre "encuentros dramáticos" define una "buena víctima" como consecuencia de la empatía. Esta empatía está garantizada por una sensación de vulnerabilidad e indefensión que tiene el protagonista de la historia, y su incapacidad para luchar contra algo, tal vez, la desgracia causada por el contrario de lo que provoca la empatía; el villano.

Entre las estrategias en términos de eventos al azar, cada historia ofrece una explicación de las dificultades debido a los hechos. Esta explicación se produce con diferentes puntos de vista de testigos, víctimas, personas relacionadas, y también con la interpretación del periodista en relación con el producto cuando se produce la noticia.

Otra estrategia es buscar la empatía y el funcionamiento emocional, esta función se realiza por el testimonio de los testigos y las propias víctimas, de preferencia en la escena. Esto ocurre porque la información que forma parte del hombre común es extremadamente eficaz para la identificación del espectador.

Las interpretaciones varían también con los términos de las imágenes y fotos tomadas por el camarógrafo con la intención de intensificar la carga emocional de la noticia. Esto ocurre generalmente por los primeros planos. Langer sostiene que la carga emocional se eleva "a raíz de una imagen calibrada, el primer plano muestra la crisis, testigos para dar detalles que hacen la historia más plausible por el periodista, y si añadimos a estos testimonios un marco visual para realzar de forma expresa los detalles del cuerpo y poner de relieve la expresión de la cara y los ojos, "la cultura entendida como la más expresiva del cuerpo, se encuentra en el más auténtico y conmovedor de la escala y el fuerte impacto del desastre.

Con la historia del periodista, la cámara ofrece una interpretación propia, proporcionando una visión general de los acontecimientos y sus posibilidades emocionales.

Se podría concluir que la construcción básica de las historias sobre las víctimas son la aparición de la vida cotidiana a través de un evento que puede ser fortuito o lamentable que ahora aflige a la víctima, como una enfermedad o condición de pobreza, y la posición de identificación que el espectador convierte en el rostro de tipo histórico, a saber, la empatía.

2.2.1.3. Sensacionalismo

Definir el sensacionalismo ha sido siempre una tarea compleja para los teóricos. La dificultad puede ser debido, en primer lugar, al diseño diferente que este término tienen en diferentes culturas y la historia de los países.

Sensacionalismo y amarillismo, a menudo han sido considerados sinónimos, pero precisamente son sus características las que hacen que sea imposible examinarlos y después de un nuevo análisis de su origen y la práctica poder definirlos.

Así, según el Sr. Gastón Cingolani, el término "sensacionalismo" y "periodismo sensacionalista" son diferentes del amarillismo, sin embargo, ambos se utilizan como sinónimos en la práctica por algunos teóricos sensacionalistas y el espectador común.

"El sensacionalismo no tiene el mismo origen que el "amarillismo" (a menudo utilizados como sinónimos). Es en inglés, de la ya legendaria "El Chico Amarillo"³ que nació en periódicos estadounidenses."

En inglés, es también un término que se refiere a un modo sensacionalista periodística de origen en la prensa, pero fue adoptado también por otros medios como la televisión sensacionalista descrita por Langer en su libro con este término. En francés se trata de un género conocido como la sal-buceadores, que se caracteriza por la ansiedad acerca de los problemas, a menudo frívolos, por otros estilos periodísticos.

³ Mickey Dugan, más conocido como The Yellow Kid (El Chico Amarillo en Inglés) fue el protagonista de la serie de Hogan's Alley, una tira de prensa estadounidense, publicados entre 1895-1898. Su éxito fue tal, que completaron el periodismo amarillo aparecen simultáneamente en el Mundial de Nueva York en el Morning Journal y Joseph Pulitzer, William Randolph Hearst. La serie también se conoce en la historia de los cómics de ser el primero en usar globos o bocadillos para un diálogo de los personajes, incluso el niño se transmite generalmente por medio de frases que aparecían impresas en su camisa.

Otro obstáculo para la definición de sensacionalismo se puede encontrar en la falta de un análisis exhaustivo de la moda. Actualmente no hay consenso sobre lo que debe o no debe ser considerado como sensacionalista, y por lo tanto, todos los estudios sobre este tema que abordan desde una definición bastante subjetiva o solo coinciden sólo superficialmente. Además, existe un debate acerca de si es una práctica sensacionalista correcta o no, poner la ética de un tema que ni siquiera ha llegado a un concepto común.

2.2.1.4. El amarillismo y el periodismo se juntan

Teniendo en cuenta la etimología de la palabra, el sensacionalismo es el ejercicio del periodismo destinado a generar sentimientos del observador, es decir, el impacto sensorial por un estímulo externo.

Muchos teóricos de la comunicación han tratado de definir, a partir de sólo la intención de crear sensaciones “sensacionales”. También encontraron que no sea para uso limitado de la práctica en una forma diferente de periodismo, o para un público popular y que se considera a menudo, para el progreso en el logro de la manipulación económica, política y social a través de colectivos.

Torrice define al sensacionalismo como "la modalidad periodística (y discursiva) que tiene como objetivo generar sensaciones sin ningún razonamiento con la nueva información, ya que la sensación es una sensación que se produce en la mente de las personas a los efectos de sus sentidos y el sistema nervioso a los estímulos externos. El propósito de este modelo es de carácter económico, político"

Por otra parte, Nivea Pedroso dice "sensacionalismo, en la noticia es un modo de comunicación que tiene como objetivo atraer la atención del lector a través de eventos y personajes que se encuentran normalmente en el orden cambiado." Esto

coincidió con Torrico, que manifiesta que sensacionalismo publica un factor en la historia que genera lo sensacional en el lector o del público.

Pedroso apoya el planteamiento afirmando de que "el periodismo es reconocido como una sensación, porque los medios son elegidos para jugar con verdad."

Periodismo sensacionalista es una identificación primaria, la empatía con respecto a la producción del evento se genera en el espectador, y esto se logra por una exacerbación de la singularidad de los acontecimientos, de enfoque, aumento o robo de lenguaje, imágenes, sonido e ideologías.

Otra característica planteada por Pedroso es la técnica de la repetición de las declaraciones y la creación de héroes y anti-héroes con la exaltación de las características definitorias y antagónicas de los personajes.

"Podemos decir que el efecto extraordinario sugiere, sustituir y repetir las declaraciones, pero no está claro. Se podría decir que él no practica la crítica sensacionalista e interpretación de los hechos, pero la declaración de la transferencia de sentimientos de agresividad en el individuo y la sensación de miedo e impotencia del individuo (el lector) a causa que genera la miseria, la vergüenza, la desigualdad, y por lo tanto la violencia. "

Rendón recalca, el nombramiento de la línea editorial y la adopción de tonos de voz, alto y rápido por los periodistas y conductores, la dramatización, y la fragmentación de la cobertura de los acontecimientos. El énfasis en la pérdida de las causas actuales e inmediatas del contexto ya que la información se entrega con subjetiva de efectos visuales, tales como cámaras fotográficas, música, teatro, tomar a corto, rápido, lento, y sus efectos y edición de recursos de diseño.

2.2.1.4.1. Los elementos y caracteres amarillistas

De acuerdo a los conceptos que se encuentran en la literatura sobre el sensacionalismo se ha desarrollado en este capítulo los elementos de este tipo de periodismo con el fin de lograr una estructura específica para el estudio de los contenidos audiovisuales y el discurso de noticias de la comunidad.

Si bien muchos son los llamados elementos y muy a menudo, domina el sensacionalismo absoluto, algunos de ellos no son exclusivos de otros elementos no sensacionalistas. Por ejemplo, un punto de vista de la función de la intencionalidad es la generación de impacto, no exclusivo del sensacionalismo, porque en varias ocasiones, el hecho es en sí mismo el productor de sensaciones y estímulos externos. A continuación se describe la distribución de este y otros elementos que se encuentran en las teorías.

2.2.1.4.2. Recursos educativos

2.2.1.4.2.1. El elemento de elección: la generación de sensaciones

Este es el primer elemento a ser desarrollado como una base fundamental a través de los tabloides, la producción de sensaciones en términos de intencionalidad, Torrico, lo incluye en su definición como una característica de la moda.

Como se indicó anteriormente, esta característica no es exclusiva de los temas en otro diario, pero muchas veces, las noticias no tienen ningún efecto o un sentido de la naturaleza del evento reportado. En el caso del sensacionalismo, la diferencia es que, aun cuando el hecho es productor de sensaciones por sí mismo, los incrementos del modo aceleran el proceso de impacto a través de estrategias de construcción del nuevo tema. Aquí es donde llegamos al siguiente punto de sensacionalismo, que es la principal característica de la generación de sensaciones.

2.2.1.4.2.2. La híper exposición un elemento del evento y / o personajes.

La híper exposición. Pedroso, habla sobre el evento de publicar una parte enfática de la noticia o un personaje, lo cual concuerda con la tesis de la historia de su tipo, Langer es especialmente notable cuando la gente común está pendiente con hincapié en un aspecto único que distingue al espectador actual.

Pedroso añadió a su concepto de sensacionalismo, la afirmación de que la historia es a partir de la información total, excepcional e insignificante, y el contexto como una noticia, utilizando el término de Roland Barthes como sinónimo para el tipo en cuestión. La información excepcional es insignificante y separada de toda la historia, lo que hace que se genere la producción de un nuevo programa.

El énfasis en los acontecimientos y los personajes es una de las estrategias clave a la hora de generar entusiasmo. El énfasis en el nuevo elemento se selecciona en función de su contenido o sensibilizantes impresionantes, y un personaje cuya función es elegido por el productor de la nueva política en materia de producción de las sensaciones.

Por ejemplo, en el caso de un accidente de tráfico, la energía del impacto de la descripción, fotos e historia, de la voz del periodista; la situación de una víctima es mucho mayor cuando la cuenta el mismo afectado porque, de la misma manera, el testimonio de una persona sumida en el dolor es mucho más impresionante que el testimonio de mantener la calma.

Estos incluyen la teoría de la psicología social de la empatía emocional como una reacción emocional de la persona que mira a las experiencias de los demás. Los resultados de las investigaciones han concluido que la relación entre el aumento de los precios y la empatía en la persona experimenta angustia y el efecto de la empatía o la angustia de la víctima se asocia a una anomalía del observador agrava la situación si el observador tiene personal propio - espacio (los estados emocionales

negativos), sin embargo, el único efecto se incrementa si las acciones de los observadores simpatizan con la vulnerabilidad emocional de la víctima.

2.2.1.4.3. Héroes y anti-héroe.

El tabloide dice que la práctica de la transferencia, en palabras del autor, "los sentimientos agresivos de la sociedad sobre el individuo (la naturaleza del evento) y la sensación de miedo e impotencia del individuo (el lector) a la empresa que genera la miseria, la vergüenza, la desigualdad y la violencia. "

En otras palabras, el sensacionalismo crea héroes y anti-héroe con la exaltación de las características definitorias y las antagonistas que definen a las víctimas y los autores de las historias planteadas.

El periodista hace una interpretación indicando los aspectos positivos de un enfoque o un protagonista de facto, con énfasis en los aspectos negativos de la otra parte en cuestión y que construyeron la historia y los rasgos atribuidos sugieren culpabilidad o responsabilidad de sus actos, incluso con la presunción y términos de inocencia.

En el caso de que el tema consiste en un hecho y en las noticias, y la historia da un giro, lo que hace el periodista inocente es una supuesta vuelta a un punto de vista anterior, colocando la misma en su posición de víctima y proponer nuevos líderes a través de la exaltación de los rasgos negativos mencionados anteriormente.

2.2.1.4.3.1. Recursos

a. Valoración

La labor en periodismo consiste en cualquier caso, en la recuperación de la historia, ya que su función es dar a conocer el acontecimiento con las notas explicativas nuevas.

La captura de destacar y subrayar las características de un nuevo despertar, y su función es resumir el evento

b. La personalización y la dramatización.

Los medios de la personalización y la dramatización se centran en los individuos. La personalización en este caso sería un factor en los eventos hiperexposición de los personajes.

Se incluyen en esta partida la presentación de los temas políticos, tales como entretenimiento y pseudoeventos.

c. Fragmentación.

La fragmentación es la presentación de hechos o información en forma de cápsulas, sin que los espectadores diferencien puntos de vista y posiciones sobre el mismo tema.

d. Contexto.

Los datos predecesores, las implicaciones de lo que sucedería más tarde, las relaciones con otras noticias son utilizados por los televidentes para analizar y sacar sus propias conclusiones usando su derecho democrático de ser informados sobre asuntos de interés público.

2.2.1.4.4. Discurso Audiovisual

a. Operación de la cámara

Las maniobras son las cuestiones que implican operaciones de una cámara de vídeo. Con la cámara subjetiva, se toman cortos, rápidos y se utiliza audio que sugiera que emoción e impacto.

b. Efectos de la post-producción

El uso de la música o el ritmo dramático, o efectos decorativos, efecto lento o rápido y el sonido.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología de la investigación

3.1.1. Fundamentos teóricos de la metodología

En cuanto a la definición de metodología de la investigación, este trabajo se adhiere a la propuesta que dentro del campo de la antropología propone (Rossi & O'Higgins, 1980) y que claramente diferencia entre método y técnica.

Al referirse al "método" se designan los principios que rigen la selección del objeto de estudio, la formación de los conceptos adecuados y las hipótesis, es decir, la recopilación y selección de los datos" (Rossi & O'Higgins, 1980).

En el presente estudio, la metodología escogida recoge los principios de las teorías de la recepción para conseguir la observación de los contenidos de los espacios noticiosos y los discursos involucrados de periodistas, de protagonistas y espectadores sobre una muestra delimitada de programación de noticia comunitaria con tinte sensacionalista. El recurso a las teorías no es meramente formal, sino que expresa la necesidad de relacionar la muestra, los interrogantes que se plantearán y el método elegido, con un repertorio definido de conceptos.

"Inclusivo cuando algún aspecto subrayado es puramente descriptivo, las cuestiones planteadas, los datos recogidos (**objeto**), y la organización de estos datos (**método**) dependerán siempre de la previa intelección de la cultura y de los Conceptos Empleados para describirla (**teoría**)" (Rossi & O'Higgins, 1980).

En síntesis, la orientación teórica de este trabajo es dialéctica y crítica. En cuanto a la selección del objeto de estudio, las operaciones interpretativas de los televidentes, se reconocen las dificultades de trabajar descripciones de sujetos que no son independientes del observador pero que a la vez se convierten en objetos

inadecuados cuando son tratados como objetos naturales o cosas. De estas dificultades también nos habla (Rossi & O'Higgins, 1980).

En cuanto a la formación de los conceptos adecuados, se parte de una noción de cultura en tanto al estilo de vida de los grupos humanos. Un estilo de vida que debe entenderse emparentado con lo que (Rossi & O'Higgins, 1980) precisamente consideran como costumbres (normas sociales) o como valores (criterios de conducta social).

Como se ve, a partir del marco inicial de las teorías del capítulo anterior, se cuenta inevitablemente con la concurrencia de otros planteamientos como la antropología psicológica, que estudia la influencia de la cultura en los procesos mediante los cuales los humanos aprenden a pensar y comportarse, en la antropología lingüística, que estudia el lenguaje como transmisor de significados que ayudan a comprender los valores, las creencias, la ideología y otros aspectos de la cultura. Son estos algunos de los trayectos que mejor permiten una inversión del trayecto tradicional o, al menos, permiten equilibrar el énfasis de las observaciones sobre la influencia de la cultura en el hombre para observar como el mismo influye en la cultura. Como dice (Tyler, 1969), el objeto de estudio no son los fenómenos materiales como tales, sino la manera como éstos se organizan en la cabeza de las personas.

Por su parte, (Potter, 1999) propone un paso más en encabezar una nueva perspectiva teórica dentro del interaccionismo, la "teoría empírica", que permitirá organizar los fundamentos argumentales. De la "teoría empírica" interesa de entrada su perspectiva inclusiva, que dedica su atención a aprovechar e integrar aspectos de otras perspectivas teóricas que permiten repensar el fenómeno del sensacionalismo mediático sin emplear tiempo en la refutación de lo que no se adecua a su planteamiento teórico. De las cuatro grandes líneas en que trabaja la "teoría empírica" (industria mediática; contenidos mediáticos; efectos de los contenidos violentos en la audiencia y en la sociedad; procesamiento de los mensajes mediáticos) particularmente esta última para el desarrollo de este estudio.

Hasta aquí, la descripción genérica del marco teórico que inspira el enfoque metodológico. Por último, habrá que explicitar qué aspectos metodológicos permitirán encuadrar la investigación. Se toman los fundamentos argumentales que organizan la "teoría empírica " (Potter, 1999), de acuerdo con cuatro axiomas:

- Primero, se requiere una perspectiva más amplia del propio fenómeno resumido en sensacionalismo mediático;
- Segundo, se necesita una más amplia conceptualización de las nociones o constructos de sensacionalismo y sus efectos;
- Tercero, se necesita una mayor mirada multivariada que se focalice en los efectos de carácter aleatorio;
- Cuarto, hay que reconocer la importancia de las interpretaciones individuales.

3.1.2. Modelo de interpretación

Formuladas las grandes preguntas en el apartado dedicado a los objetivos de la investigación, y expuesto el marco teórico que fundamenta el estudio, hace falta ahora definir qué modelo de interpretación guía y estructura los objetivos planteados. La investigación aplicada se centrará en la interacción de los espectadores con los textos televisivos con presencia de sensacionalismo de acuerdo con dos grandes procesos, la emoción y la comprensión. No ha sido intención estudiar la atención ni los procedimientos de aprendizaje, aunque en algún aspecto se haga alguna referencia esporádica en el marco del esquema de (Potter, 1999) presentado anteriormente. Dada la temporalidad inmediata del planteamiento del trabajo de campo, se centrará en la observación de los efectos o influencias emocionales y cognitivas.

Con este punto de partida, ha parecido particularmente significativo estudiar cómo los televidentes de la muestra etiquetan sus reacciones ante el estímulo de unas

imágenes sensacionalistas. La observación emocional permitirá, por un lado, reconocer si hay un cierto grado de conciencia de este procedimiento de "etiquetación" y, por otro, si el televidente organiza estas "etiquetas" como positivas o negativas.

3.1.3. Delimitación del sujeto y técnicas de análisis

Ubicada la investigación en la metodología interpretativa, más concretamente en la perspectiva construccionista, hay que observar cuáles serán las técnicas de análisis que se pretende utilizar, particularmente el análisis de contenido.

De acuerdo con la definición inicial de las técnicas de análisis, se distingue dentro de la metodología de investigación entre las investigaciones de carácter cuantitativo y descriptivo y aquellas más cualitativas, profundas y más interpretativas (McQuail, 2000). Unas y otras investigaciones tienen en común la preocupación sobre la "ubicación" de la significación. ¿Dónde se encuentra el sentido? Como se interroga Jensen (1991), ¿la significación coincide con la intención del emisor?, ¿está incrustada en el lenguaje o es principalmente una cuestión relativa a la interpretación que hacen los receptores?

Se muestra aquí, en forma de tabla la voluntad de acotar dentro de la amplia oferta de métodos aquellos que se han escogido de acuerdo con los usos que se requieren, de acuerdo con el orden en que han intervenido.

		<i>Metodología</i>	<i>Metodología</i>
<i>Etapas</i>	<i>Método</i>	<i>Investigación Cuantitativa</i>	<i>Investigación Cualitativa</i>
1	Análisis textual	Análisis de contenido (aplicación de la tipología del sensacionalismo)	
2	Entrevistas	Encuesta de investigación (Entrevista, parte I: cuestionario)	Preguntas abiertas o semidirigidas (Entrevista, parte II)
2	Observación		Fundamental para entender "otra cultura" (Silverman, 2005:12)
2	Grabación de audio		Empleado para entender cómo los entrevistados organizan su discurso.
3	Análisis textual		Comprensión de las categorías que activan los integrantes de la comunidad en las entrevistas.
4	Análisis del discurso		Dimensión interpretativa tanto de la dimensión enunciativa de los mensajes de los ciudadanos (análisis en la situación comunicativa) como de la pragmática (el discurso de los individuos de comunidad incorporado en las funciones e instituciones sociales)

Tabla 3.1.31. Uso de los métodos empleados en la investigación

Fuente: Mc Quail 2000,

Elaborado por la autora.

3.1.3.1. El análisis de contenido

La opción de concentrar en el propio mensaje la fuente de significación ha sido históricamente la más atractiva, en parte porque resulta la más práctica y alcanzable. La presencia física del texto es válida para el análisis directo y tiene la evidente ventaja de ser "non-reactive", según (McQuail, 2000). Aparentemente no caduca, en comparación con otros parámetros de temporalidad más marcada, como el contexto y la propia significación original atribuible a los emisores y receptores de ese preciso contexto. Pero los hallazgos del análisis de contenido no pueden nunca "hablar por ellas mismas", en palabras de (McQuail, 2000). No sólo se nutren de una gran variedad de lenguajes, códigos y convenciones, sino que a menudo se hace evidente que se esconden significaciones más profundas que el investigador debe revelar.

El análisis de contenido ya fue definido por (Berelson, 1952) como "Una investigación técnica para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifestado en la unidad de comunicación". Esta formulación asume que la superficie del significado de un texto es ambigua y puede ser leída y expresada por el investigador en términos cuantitativos. De hecho, hay un cierto número de elementos que pueden actuar de guía, siempre que se vaya más allá del simple conteo y clasificación de las unidades de contenido. Ahora bien, la asunción fundamental permanece en el supuesto de que la codificación de los contenidos mediáticos está de acuerdo con el lenguaje de la realidad a la que se refieren.

Asumir lo contrario lleva a superar los datos numéricos y los valores de frecuencia para buscar significados latentes, o bien por enmascaramiento o bien por omisión. Esto permite adentrarse en la identificación y comprensión del discurso particular en que se inscribe un medio

Por otra parte, se sabe que la extensión de una metodología de investigación legitimada en las ciencias sociales como es el análisis de contenido, va ligada al desarrollo de la investigación sobre medios de comunicación (Sáenz, 1999). Como precisa Sáenz (Sáenz, 1999), la aceptación del análisis de contenido como técnica de estudio sistemático del discurso pasa por demostrar la correlación entre los criterios utilizados en el proceso de aislamiento de los datos en el texto y los procesos cognitivos de los receptores en una situación comunicativa determinada. "Se intenta establecer una correspondencia entre las estructuras semánticas o lingüísticas y las estructuras psicológicas o sociológicas" (Bardín, 1986). Ahora bien, lo que interesa destacar es que, a pesar de su amplia presencia en ciencias sociales, el análisis de contenido, en su orientación más cuantitativa o cualitativa, no ha resultado un instrumento suficiente para explicar completamente el sentido amplio del discurso, pero es innegable su ayuda al proceso.

"El análisis de contenido, sea cuantitativo o cualitativo, por si solo es un instrumento incapaz de explicar el significado y el sentido del discurso de los medios de comunicación, aunque cualquier estrategia que se proponga este objetivo no puede obviar el interés que aporta al conjunto de la cuantificación de la frecuencia de algún tipo de variable. " (Sáenz, 1999).

3.1.3.1.1. La aplicación del Análisis de contenido

En (Berelson, 1952) se proporcionó una definición clásica de análisis de contenido como técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de una comunicación. (Ole Rudolf, 1969) definió el análisis de contenido como "cualquier técnica para hacer inferencias de manera objetiva y sistemática de identificación de las características especificadas de los mensajes."

La clave para entender el análisis de contenido y su realización de manera competente radica en comprender el sentido del contenido objetivo, sistemático y cuantitativo, del contenido manifestado en el medio.

La objetividad se logra haciendo que las categorías de análisis sean descritas con tanta precisión que las diferentes personas puedan aplicar la técnica para el mismo contenido y obtener los mismos resultados. Si el análisis del contenido es subjetivo en vez de objetivo, cada persona tendría su propio análisis de contenido. Lo adecuado y objetivo es que los resultados dependan del procedimiento y no el analista.

Sistemático significa, en primer lugar, que un procedimiento se aplica de la misma manera a todo el contenido que se analiza. En segundo lugar, significa que las categorías se establecerán de tal modo que toda la información relevante sea analizada. Por último, quiere decir que los análisis están diseñados para proteger los datos relevantes para una pregunta de investigación o hipótesis.

Cuantitativo significa simplemente el registro de valores numéricos o las frecuencias con que los diversos tipos de contenido definidos ocurren.

Contenido manifestado: el contenido aparente, lo que significa que los contenidos deben ser codificados como aparecen más que como el analista considere que son.

3.1.3.1.2. Procedimiento para el análisis de contenido

1. Determinar el universo de los contenidos a analizar (periódicos, libros, revistas, cartas, guiones de radio, cintas de radio, comics, películas, cintas de vídeo, canciones, etc.) en este caso los noticieros, serían los videos.

2. Obtener la muestra a analizar.

3. Codificar los datos. Especificar la unidad de análisis. Hay cinco unidades de registro principales de análisis:

- Palabra o símbolo
- Tema
- Carácter
- Frase o párrafo
- Artículo, reportaje o nota (artículo completo, etc.)

4. Decidir sobre el sistema de enumeración o cuantificación. Los métodos de medición son:

- Espacio - pulgadas de columna de medidas en los materiales de impresión
- Tiempo - las medidas de la duración o la cantidad de tiempo en los materiales de audio y vídeo, por ejemplo, radio, televisión, películas, cintas de vídeo
- La presencia o ausencia de la unidad de contenido
- Contar la frecuencia en la que ocurren las unidades de contenido

Propósito	Tipos de comparaciones	Preguntas	Problema de Investigación
Describir las características de la comunicación	Un mensaje de origen 1. Variable X a través del tiempo 2. Variable X a través de situaciones 3. Variable X a través de audiencias 4. Variable X e Y dentro de un mismo universo del documento o medio	Qué?	Describir las tendencias en la comunicación Relacionar las características conocidas de las fuentes a los mensajes que producen Auditar el contenido de la comunicación con los estándares
	Mensaje, fuente de tipo A	Cómo?	Para analizar técnicas de persuasión
	Mensaje, fuente de tipo B		Para analizar estilo
	Mensajes/Estándar	Para quienes?	Relacionar las características conocidas de la audiencia a los mensajes producidos por ellos
			Para describir los patrones de comunicación
	Mensajes /no simbólico de datos sobre el comportamiento 1. Directo 2. Indirectos	Por qué?	Para el análisis de los rasgos psicológicos de los individuos
			Para inferir aspectos del cambio cultural y la cultura
			Para proporcionar evidencia legal
			Para asegurar la inteligencia política y militar
		Quien?	Para responder a las preguntas de la autoría en disputa
Para sacar conclusiones en cuanto a los antecedentes de la comunicación	Mensajes del remitente o destinatario	Con qué efecto?	Para medir la facilidad de lectura Para medir el flujo de comunicación

Tabla 3.1.3.1.22. Diseños de investigación de análisis de contenido

Fuente: Bardín, L. (1986)

Elaborado por la autora

3.1.3.1.3. Usos y aplicaciones de análisis de contenido

Una encuesta del campo realizado por Berelson (Berelson, 1952) enumera los siguientes usos y aplicaciones de análisis de contenido. Los usos del análisis de contenido están ordenados en las partidas principales que se refieren a (1) las características del contenido de la comunicación, (2) los productores o las causas de contenido, y (3) las audiencias y las consecuencias de contenido.

A. Características de los contenidos

1. Describir la evolución en el contenido de la comunicación. Estudios sobre las tendencias de los contenidos de los medios de comunicación ofrecen una valiosa perspectiva histórica contra la cual se puede contrastar el contenido actual para comprenderlos mejor.

2. Continuar con el desarrollo de investigaciones académicas. El análisis de contenido o revisiones extensivas de la literatura en diferentes campos académicos y científicos se han utilizado para describir su desarrollo.

3. Revelar las diferencias internacionales en el contenido de la comunicación. El análisis sistemático puede revelar las diferencias en el enfoque de las audiencias de las comunicaciones disponibles en varios países.

4. Compara los medios de comunicación o "niveles" de la comunicación. Los medios de comunicación diferentes y de distintos "niveles" no sólo atraen a un público diferente, sino que también tratan los mismos temas de diferentes maneras. Ejemplo: Un análisis comparativo de un libro o una serie de cómics y su traducción cinematográfica.

5. Audita el contenido de la comunicación con los objetivos. Cada toma de la comunicación tiene un objetivo o un conjunto de objetivos, ya sean implícitas o explícitas. Una medida de la calidad del contenido es la medida en que expresa

fielmente tales objetivos.

6. Construir y aplicar las normas de comunicación. Durante los últimos años, ha habido un debate considerable en los estándares de desempeño de los medios de comunicación.

7. Ayuda en las operaciones de la investigación técnica. En esta aplicación, la función de análisis de contenido se ha utilizado, por ejemplo, en la codificación de materiales cualitativos garantizados a través de encuestas por muestreo o métodos experimentales.

8. Exponer las técnicas de la propaganda. La mayoría de los estudios de contenido se puede considerar el análisis de la propaganda, si la propaganda se entiende el intento deliberado de influir en las actitudes o el comportamiento en temas polémicos.

9. Medir la "legibilidad" de materiales de comunicación. ¿Cuáles son los factores concretos que distinguen el libro fácil de los datos duros? ¿Qué elementos en el contenido de la comunicación hacen que sea fácil o difícil de leer y comprender?

10. Descubrir rasgos estilísticos. Los problemas de los estilos literarios y de oratoria han atraído a los estudiantes desde los tiempos antiguos, y volúmenes de innumerables que se han escrito sobre ellos.

B. Los productores o las causas de contenido

11. Identificar las intenciones y otras características de los comunicadores. Este ha sido el mayor uso de análisis de contenido. La lógica básica de esta aplicación de análisis de contenido es el siguiente: El contenido tiene características tales y tales, por lo que los comunicadores tienen intenciones.

12. Determinar el estado psicológico de las personas y grupos. Una base para las inferencias que tratan con el estado psicológico de los individuos y grupos se

proporciona mediante el análisis de los materiales producidos por las personas sobre las cuales se extraen conclusiones. Esto implica el análisis de la obra social o la entrevista terapéutica, o pruebas de personalidad, o creaciones de ficción, o de cartas, diarios, u otros documentos personales.

13. Detectar la existencia de la propaganda (sobre todo para los efectos legales). Esta comparación se refiere a los contenidos en estudio con el de otros contenidos explícitamente identificado con una posición de cierta propaganda, o con las normas explícitamente formuladas. Ejemplo: Un estudio de la literatura NPA o CPP contra la literatura comunista estándar.

14. Asegurar la inteligencia política y militar. Se trata de las preguntas: ¿Cuál es la política exterior de una nación en particular como se expresa en los medios de comunicación su comunicación? ¿Cómo el enemigo reacciona a la propaganda? Ejemplo: el imperialismo los medios de comunicación en la televisión filipina.

C. Público y las consecuencias de contenido

15. Reflejar las actitudes, intereses y valores (patrones culturales) de los grupos de población - Aquí, las pautas culturales se derivan del análisis de la comunicación ampliamente distribuidos en la comunidad, como una especie de estudio de consumo de hábito. Ejemplo: Las actitudes hacia la vida familiar tal como se refleja en las revistas locales.

16. Revelar el centro de atención. El análisis de contenido se ha utilizado para describir de manera sistemática el enfoque de una atención de diversos grupos de personas sobre diferentes temas, o la distribución de la materia objeto de lo que parecía en los medios de comunicación seleccionados.

17. Para describir las respuestas, actitudes y de comportamiento en las comunicaciones. Bajo ciertas condiciones, el análisis de contenido puede contribuir a la investigación de los efectos. Ejemplos: Efecto de los anuncios de televisión en el

comportamiento de compra, los efectos de la violencia televisiva de los programas sensacionalistas en los televidentes.

3.1.3.1.4. Preocupaciones metodológicas en el análisis de contenido

Las palabras, las declaraciones (tema o afirmación), frases, párrafos o artículos completos se pueden utilizar como unidades de análisis de contenido. ¿Qué uso debe estar relacionado con el propósito de este estudio.

1. Palabra. La palabra puede ser utilizada como unidad de análisis.

2. Tema. Una afirmación acerca de un tema puede ser utilizado como unidad de análisis. El tema es la unidad más útil de análisis de contenido, en particular para el estudio de los efectos de las comunicaciones en la opinión pública, porque toma la forma en que los problemas y las actitudes suelen ser discutidos. Pero al mismo tiempo entre las unidades lo más difícil de análisis desde el punto de vista de la fiabilidad.

3. Carácter. El uso del personaje de ficción o histórico, como una unidad es apropiada en el análisis de los cuentos, el teatro y biografías. Una historia completa o esquema puede servir de base para las clasificaciones específicas: educación, posición económica, religión, raza, nacionalidad.

4. Del artículo. Un libro, un artículo de la revista, una historia, un discurso, un programa de radio, una carta, una noticia, un editorial, o cualquier otra expresión contenida constituirían un elemento.

B. Categoría de construcción

El análisis de contenido se mantiene o cae por sus categorías. El analista de contenido puede crear sus propias categorías o utilizar un conjunto existente ya

probado en un estudio previo. En la creación de un conjunto de categorías, el investigador debe tener tres cosas en mente:

- Las categorías deben ser pertinentes a los objetivos del estudio.
- Las categorías deben ser funcionales.
- El sistema de categorías debe ser manejable.

Modelos de cuadro básico de análisis de contenido

Contenido	Columna en pulg o cm	Porcentaje
Política		
Economía/finanzas		
Agricultura		
Pacificación y orden		
relaciones internacionales		
Otros		
TOTAL		

Tabla 3.1.3.1.4 Clasificación de los titulares acuerdo con el contenido.

Fuente: Bardín, L. (1986)

Elaborado por la autora

3.1.3.1.5. Análisis de contenido de materiales de difusión, radio o TV

Pasos elementales

1. Presentar un horario de programación diaria

- clasificar los programas de radio/TV en función de:

1.1 Tipo (noticias, música, comentarios, etc.)

1.2 Proporción de desarrollo de contenido para otros tipos de contenido, por ejemplo, el entretenimiento

1.3 Destinatarios principales de cada programa

1.4 La duración total del programa (en min / semana) para cada tipo de audiencia

3.1.3.2. Las entrevistas en profundidad

En el trabajo de campo, la observación se hará a través de un instrumento metodológico como son las entrevistas en profundidad, previa selección de la muestra de sujetos, televidentes de ambos sexos de 15 a 60 años de edad, de clase socioeconómica baja, media, media alta y alta, y de acuerdo con un visionado en vídeo de dos ejemplos extraídos de la programación de noticiero comunitario de Guayaquil.

3.1.3.3. Diseños analíticos y procedimiento utilizado

"Cuatro son los términos generalmente empleados para definir los datos culturales. **Forma**, para designar los aspectos externos observables de, digamos, un ritual; **Sentido**, para designar los significados e intereses que la gente asocie con los rasgos culturales y las costumbres; **Uso**, para designar la aplicación práctica de los instrumentos o artefactos en cada cultura; y **Funciones**, para indicar la contribución de cada uno de los elementos culturales en el mantenimiento y desarrollo de la cultura en conjunto " (Rossi & O'Higgins, 1980)

En cuanto a los diseños analíticos y los procedimientos empleados se ha centrado la investigación con los televidentes en una matriz de dos entradas:

a) Análisis de las verbalizaciones en tanto que capacidad de asociación (construcción de un discurso en torno a unas imágenes)

El aspecto cuantitativo del discurso de los televidentes, la llamada "capacidad de asociación": cuántos y cuáles televidentes construyen un discurso alrededor de las imágenes con violencia (previo reconocimiento o no de la violencia de las imágenes, es decir, independientemente de la naturaleza de las imágenes vistas). En consecuencia, la capacidad de asociación no se mide por la capacidad de hablar de

las emociones, sino para tener un discurso sobre las imágenes. Este discurso puede referirse a las emociones, pero también los recuerdos, a las representaciones de acto, los juicios morales.

El aspecto cualitativo nos permite observar si los televidentes que han reconocido o interpretado como violentas las imágenes vistas tienen mayor necesidad de verbalizar sus emociones. Este aspecto cualitativo también podría permitir observar la presencia de elementos intensificadores de la violencia (que es lo que se percibe como peor de la violencia). A partir de este recorrido nos podemos aproximar a los definidores de violencia.

b) Las representaciones (verbales) de actos movilizadoras de emociones.

Se trata de observar la relación de emociones que suscita el visionado de imágenes violentas (emociones movilizadoras y desmovilizadoras). Se podría discriminar la incidencia de los diversos grados de formalización de la violencia (ritual, realista, auténtica) También aquí se podría hacer un análisis de la posible incidencia en las emociones de una mayor capacidad de reconocimiento de la violencia de una mayor necesidad de verbalización. Por ejemplo, una apreciación positiva de la violencia, qué emociones moviliza más? ¿Qué tipo de emoción se moviliza según el grado de formalización que se entiende como ritual, realista o auténtica?

Los televidentes pueden imaginarse realizando actos o imaginar lo que los personajes de las secuencias podrían haber hecho. La referencia es a expresiones como "yo no me habría dejado hacer" o "aquel debería haber hecho lo otro". En la práctica, se reconoce cuatro dominios principales afectados por estas llamadas representaciones de acto: la lucha (habitualmente en relación con la necesidad de defenderse, pero a veces también con la agresión), la huida, la pacificación y la pasividad-sumisión. Todos estos aspectos se los recogerá en el capítulo dedicado al análisis e interpretación de los resultados.

De acuerdo con el esquema propuesto, el trabajo de campo hace una adaptación de los cuatro grandes factores de influencia con el objetivo específico de observar como en la interpretación que hacen los televidentes de la violencia televisiva intervienen estos factores en la "construcción" de la noción de violencia:

Contenido imágenes

Comentarios sobre lo que pasa y como se explica

Emociones.

Definición de violencia

Expectativas de espectadores

Conocimiento y expectativas de género narrativo

Grados de implicación en el relato: preocupación por la credibilidad de las situaciones, mecanismos de diversión o evasión.

Entorno inmediato

Relación con referentes cercanos (familia y comunidad)

Entorno sociocultural amplio

Familia y comunidad de acuerdo con el barrio. Roles sociales padres-hijos. Roles de género. El papel de los medios informativos, entretenimiento que consumen.

Definidores sociales de sensacionalismo.

El cuestionario tiene en la primera parte un total de 32 preguntas cerradas, y en la segunda parte se plantean, tras el visionado, 17 preguntas abiertas (Anexo I). El vaciado de las respuestas ha permitido aislar determinados resultados de acuerdo con los objetivos propuestos y establecer comparativas según variables como la edad, el género y la titularidad del centro escolar.

3.1.3.4. El trabajo de campo

Es indiscutible la importancia de los sujetos de la investigación, los testimonios de los televidentes entrevistados, no se debe confundir sus puntos de vista con explicaciones sociológicas. Sería, como equiparar el sentido común con la sociología.

Para acotar el objeto de estudio, se pretende entrevistar a los televidentes fuera del entorno doméstico. No se quiere aislar el fenómeno "familia". No es nuestro objeto de estudio, a pesar de reconocer que en la práctica de ver la televisión se inscribe la familia. No creemos tampoco que la familia pueda ser aislada en un único escenario sino que abarca más espacios, salpica las vivencias de los televidentes en otros contextos.

Desde esta opción se explica aún mejor como nos situamos dentro de la perspectiva de las ciencias sociales interpretativas, que metodológicamente utilizan el modelo de hipótesis-generación cualitativa. Los conceptos marco no están referidos a la estructura y los hechos sociales sino a las construcciones sociales, los significados. La opción ha sido circunscribir el estudio a una muestra limitada de sujetos con la intención de generar hipótesis generadoras, conjeturas, no hipótesis cuantitativas testeables, para conocer los matices de las prácticas de interpretación social de la realidad.

La opción de las entrevistas nos ha permitido organizar una primera parte más orientada hacia el cuestionario sobre el consumo televisivo (preferencias y estilos de consumo), y una segunda claramente planteada en preguntas abiertas (open-ended questions) que buscan sobre todo animar a los sujetos a mostrar, a través de la práctica, sus propias definiciones sobre la violencia ficcional en la televisión de comunidad. De acuerdo con el interaccionismo, los entrevistados son entendidos como sujetos experimentados que construyen activamente sus mundos sociales:

¿Cuál es el propósito de hacer una primera parte de la entrevista más dedicada a los hábitos de consumo televisivo de los televidentes entrevistados? Por un lado, tener una serie de elementos que permiten un cierto grado de contraste con comentarios de la segunda parte. Pero sobre todo, se pretendía crear un cierto clima de confianza para minimizar algunos de los aspectos que pueden distorsionar las respuestas a las entrevistas.

(A) Los encuestados que tienen diferentes roles interaccionales con el entrevistador / a.

(B) El problema de la "auto presentación" especialmente en las fases primeras de la entrevista.

(C) El problema de las relaciones "volátiles" y "efímeras" con las que los encuestados están poco comprometidos y que por tanto "pueden inventar cuentos sobre ellos mismos que contradicen los hechos reales".

(D) La dificultad de adentrarse en el mundo privado de la experiencia.

(E) El status relativo del entrevistador y el entrevistado.

(F) El "contexto" de la entrevista.

También se espera utilizar en el trabajo de campo como métodos complementarios la observación y la transcripción. La observación no se hará propiamente en el contexto donde naturalmente ocurre el visionado televisivo, el hogar, pero se ha intentado recrear en un aula de la comunidad un tiempo y un espacio cómodo para presenciar su proceso. Así como la observación participante se lleva a cabo en situaciones de campo "naturales".

El registro de las conversaciones en de audio será una opción fundamental, una vez comprobado en el testaje previo que los televidentes les incomoda particularmente que se tomen notas durante la entrevista. Había que romper la sensación de que aquello era una especie de examen y tratar de establecer una relación fluida y cara a cara.

Una técnica más propia de la metodología cuantitativa que también tendrá un papel complementario: el análisis de contenido de las secuencias de vídeo escogidas que permitirán discriminar una serie de parámetros para contrastar su percepción desde la mirada de los televidentes. El análisis textual aparece, pues, con dos caras, en tanto que instrumento para hacer una relación de categorías de investigación (esencialmente los tipos de características amarillistas, el drama, el escándalo y la violencia presentes en las secuencias) y para organizar las categorías que activan los sujetos participantes.

En cuanto a la relevancia, en las entrevistas se recomienda evitar los equívocos en las preguntas con los siguientes medios

- Poniendo a prueba las preguntas con un pretest
- Con una cierta práctica del entrevistador
- Siempre que sea posible ofreciendo respuestas dentro de una oferta cerrada
- Estableciendo controles de relevancia entre porcentajes a las respuestas de las preguntas semiestructuradas.

3.1.3.5. La validación

En cuanto a la validación, se hace tres propuestas:

- 1 Métodos de generalización a amplias muestras
- 2 Métodos para testar hipótesis
- 3 El uso de procedimientos de conteo

1. Los métodos de generalización tienen sentido para resolver el problema.
2. El método más estándar para testar hipótesis en la investigación de campo es la Inducción Analítica (AI en inglés) se trata de definir un problema y generar hipótesis que estén relacionadas. De hecho, se aplican dos técnicas:
 - La búsqueda de casos desviados
 - El uso constante de métodos comparativos.
3. El "conteo" en investigación cualitativa se explica como instrumento complementario para dejar constancia de la dirección de las diferencias, al tiempo que da una simple medida de la globalidad en que se enmarcan los extractos sobre los que se trabajará.

3.1.3.6. Fases de la investigación

- I. Panorámica sobre la conceptualización de la noción de amarillismo en noticieros de comunidad
- II. Recopilación y estudio de las principales investigaciones de carácter cualitativo de análisis de la recepción televisiva
- III. Diseño de una estructura temática, de un corpus audiovisual y diseño del trabajo de campo. Prueba piloto. Validación del procedimiento.
- IV. Implementación del procedimiento en la muestra de estudio y análisis de los datos
- V. Evaluación final de los resultados: interpretación y conclusiones

• Fases I y II

Las fases I y II quedan recogidas en la primera parte de este trabajo. En cuanto propiamente experimento, organizado como trabajo de campo, se ha seguido el protocolo que se detalla a continuación.

- Fase III: Diseño de una estructura temática, de un corpus audiovisual (2 secuencias) y diseño del trabajo de campo. Prueba piloto

- Fase IV: Implementación del procedimiento en la muestra de estudio y análisis de los datos. Recopilación de los datos: asignación de la muestra de estudio
Entrevistas a realizar en el mismo espacio y circunstancias (60 ') para todos los sujetos de la muestra de acuerdo con las conclusiones de la prueba piloto.

Procedimiento: Registro en cinta de audio

- Fase V: Evaluación final de los resultados: interpretación y conclusiones

Redacción del capítulo interpretativo del trabajo de campo. Conclusiones generales

Finalmente, se presenta el procedimiento de análisis de los datos, de lo contrario llamadas "discursos-ocurrencia", y que organizaremos en las Conclusiones de acuerdo con las propiedades o reglas que las integran en una teoría tipológica:

Bibliografía

Bardín, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal Universitaria.

Bell, P., Boehringer, K., & Crofts, S. (1982). *Programmed politics: A study of Australian television*. Sydney, Australia: Sable Publishing.

Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* , 283 (1), 197-198.

Centro de Investigaciones, UEES. (SEPTIEMBRE de 2010). Taller de Metodología de la Investigación. *Presentación electrónica* , 2 (3) , 20-25. (C. INVESTIGACIONES, Ed.) Samborondón, Guayas, Ecuador.

García, D. (2001). *Metodología de Trabajo de Investigación. Guía Práctica*. México DF. México: Trillas.

Langer, J. (2000). *La televisión sensacionalista*. Barcelona: Paidós.

Leslie A. Baxter, E. R. (2004). *The basics of communication research*. Wadsworth/Thomson Learning.

McQuail, D. (2000). *Mass communication theory. 4th. ed. London: Sage*. (4th ed.). London, England: Sage.

Ole Rudolf, H. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison Wesley.

Potter, J. (1999). *On media violence*. California: Sage Publications.

Rossi, I., & O'Higgins, E. (1980). *Theories of culture and anthropological methods, in people in culture*. New York: J.F. Bergin.

Sáenz, A. (1999). *De la representación a la realidad. Propuestas de análisis del discurso mediático*. (U. R. Llul, Ed.) Barcelona: Dèria editors/Blanquerna Comunicació.

Tyler, S. (1969). *Cognitive anthropology*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Villanueva, E. R. (julio de 2002). *Sala de prensa*. Recuperado el 20 de marzo de 2011, de <http://www.saladeprensa.org/>

ANEXOS

Anexo I: Metodología de análisis

Percepción e interpretación del sensacionalismo en la programación de noticieros de comunidad

Diseño de la muestra de sujetos

(Atribución de un número de código a cada televidente de acuerdo al orden de las entrevistas)

- a. Hombre o mujer
- b. Edad
- c. Nivel Socioeconómico

Diseño de la entrevista en profundidad

I Parte

Etnografía del consumo

Hábitos televisivos

- 1 Ven televisión?
 - 2 ¿Dónde?
 - 3 Números de televisores en el hogar
 - 4 Otros equipamientos audiovisuales
 - 5 Cuando ven la televisión?:
 - . Días de la semana
 - . Franja horaria
 - 6 ¿Cuánto tiempo dedican?
- Normas familiares
- 7 Con quienes ven habitualmente la tv?
 - 8 ¿Cómo la ven? (Disposición física respecto del aparato tv)

Procesos de negociación familiares

- 9 ¿Quién decide (vuelo) encender la tv / poner vídeo?
- 10 ¿A quién se pide permiso para encender la tv?

11 ¿Quién la enciende?

12 ¿Quién decide cuando se acaba el tiempo de visionado?

13 ¿Quién lo apaga?

14 ¿Quién tiene habitualmente el mando a distancia?

Sentimientos de pertenencia de la tele al grupo familiar

15. ¿De quién es la tele?

Tipo de atención y hábitos familiares (durante el visionado):

16. Yo hablo mientras miro la tv

Si

No

17. Se habla mientras se mira la tv

Si

No

Me gusta que se hable mientras se mira la tele

Si

No

18. Yo como mientras miro la tv

Si

No

19. Se come mientras se mira la tv

Si

No

Me gusta que se coma mientras miro la tele

Si

No

20. Yo juego mientras miro la tv

Si

No

Me gusta jugar mientras miro la tele

Si

No

21. Yo me visto / desvisto mientras miro la tv

Si

No

22. Otros

Identificación de los programas más vistos

23. ¿Qué miras en la tele?

Medición de la apreciación. Estudio de las actitudes

Motivaciones

24. ¿Por qué miras la tele?

Memoria de noticieros de comunidad

25. ¿Cuáles son los programas que más recuerdas (haber visto a lo largo de tu vida)?

Extra-televisión

Merchandising asociado a los programas de tv

26. ¿Qué productos asocia a la TV?

27. ¿Qué hábitos se ha adquirido?

28. ¿Qué personajes identifica?

Preferencias de Noticieros

29. Qué noticiero de comunidad es el que más te gusta los que ves en la tele?

30. Cuál noticiero de comunidad es el que menos te gusta de la televisión?

Motivos del agrado o rechazo de los programas

31. Porque te gusta tu noticiero de comunidad favorito?

32. ¿Por qué no te gusta el noticiero de comunidad programa que menos te gusta?

Diseño de la muestra de sujetos

(Atribución de un número de código a cada televidente de acuerdo al orden de las entrevistas)

a. Hombre o mujer

b. Edad:

c. barrio

II Parte.

Interpretación del corpus audiovisual

Código de imagen

1. imágenes "Comisaría Caterna" RTS con Mauricio ayuda la gente va a denunciar lo q le pasa a su sector a ellos mismos.

2. imágenes " Despiertc" TCTV con Richard Barker y Marjorie Cevallos, el siempre ha sido conductor de programa de variedades y ella ex miss de belleza, es su primera ve en un noticiero y es de ayuda a la comunidad.

3. imágenes "Contacto en la Comunidad" y segmentos "Ayúdame Henry", Andrés Jumbhuth y Denisse Molina ellos desde estudio anuncian lo que ha

pasado en la noche y denuncias, siempre dan paso vía microonda a Henry Bustamante y Henry Dueñas que presenta en situ los casos.

36. ¿Qué te ha parecido (eso que has visto)?
37. Qué es lo que más te ha gustado lo que hemos visto?
38. ¿Por qué?
39. Qué es lo que menos te ha gustado?
40. ¿Por qué?
41. Entre los personajes que has visto, ¿te gustaría ser alguno?
42. Respecto de las imágenes, ¿tú habrías hecho algo diferente?
43. ¿Crees que habría que haber hecho algo diferente de lo que sucede?
44. Había violencia, escándalo, drama?
45. ¿Por qué crees que había violencia / ¿En qué había violencia?
46. ¿Qué es lo peor de la violencia que había?
47. La violencia que has observado, ¿puede pasar?
48. ¿Por qué?
49. ¿Por qué crees que había escándalo / ¿En qué había escándalo?
50. ¿Qué es lo peor del escándalo que había?
51. El escándalo que has observado, ¿puede pasar?
52. ¿Por qué?
53. ¿Por qué crees que había drama / ¿En qué había drama?
54. ¿Qué es lo peor del drama que había?
55. El drama que has observado, ¿puede pasar?
56. ¿Por qué?
57. Hay personajes buenos y personajes malos?
58. ¿Cuáles son los personajes buenos?
59. ¿Cuáles son los personajes malos?
60. ¿Qué es (para ti) la violencia?
61. ¿Qué es (para ti) el drama?
62. ¿Qué es (para ti) el escándalo?

Anexo II: Esquema de Metodología de análisis de contenido

