UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

"EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS Y SU IMPACTO DE LA OPINIÓN PÚBLICA DEL CANAL GUARANDA TV, PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022"

AUTORES:

CORTÉS TARAPUEZ MILTON OMAR

CRIOLLO CHIMBO XIMENA DEL ROCÍO

DIRECTORA

LIC. DIANA CAROLINA VASQUEZ NIAMA, MGS

GUARANDA – ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

"EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS Y SU IMPACTO DE LA OPINIÓN PÚBLICA DEL CANAL GUARANDA TV, PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022"

AUTORES:

CORTÉS TARAPUEZ MILTON OMAR

CRIOLLO CHIMBO XIMENA DEL ROCÍO

DIRECTORA:

LIC. DIANA VASQUEZ, MGS

PARES ACADÉMICOS:

LIC. LISSETTE ZAMBRANO, MGS

LIC. RENATO CABEZAS, MGS

GUARANDA – ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DEL CANAL GUARANDA TV, PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022"

AGRADECIMIENTO

Quiero extender mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me inspiraron en este viaje académico. A mi Tutora por ser faro en la tormenta del conocimiento, a mi familia por ser mi refugio en los momentos de incertidumbre, a mi compañera de tesis por saber afrontar los problemas que surgieron en este proyecto de investigación y a mis amigos por llenar de risas los intervalos entre páginas. A cada error que me enseñó una lección y a cada éxito que reafirmó mi camino, les debo mi gratitud eterna. Este trabajo es un reflejo de su amor, paciencia y confianza en mí.

¡Gracias por creer en este sueño y caminar a mi lado en esta travesía!

Cortés Tarapuez Milton Omar

Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron al desarrollo y finalización de esta tesis. En primer lugar, quiero agradecer a mi tutora a la Mgs. Diana Vasquez, por su gran orientación, sus comentarios perspicaces y su apoyo inquebrantable a lo largo de este proyecto. Sin su guía y mentoría, este trabajo no habría sido posible.

También deseo reconocer el valioso apoyo de mis profesores Mgs. Lissette Zambrano y Mgs. Renato Cabezas, quienes compartieron su conocimiento y brindaron valiosas sugerencias que contribuyeron significativamente a la calidad de esta investigación.

Agradezco a mi compañero de tesis por ser mi brazo derecho en esta trayectoria importante para los dos, a mis amigos y seres queridos por su constante aliento y apoyo emocional durante los momentos desafiantes de este proceso. Sus palabras de ánimo fueron una fuente de motivación invaluable. Este logro no habría sido posible sin el apoyo y la colaboración de todos ustedes. ¡Gracias!"

Criollo Chimbo Ximena del Rocío

DEDICATORIA

A mi padre, cuyo amor incondicional y sacrificio han sido mi mayor motivación y sostén en cada paso de este camino. A mi hermano, por ser mi confidente y compañero de aventuras en esta travesía académica. A mis amigos, cuyas risas y palabras de aliento han iluminado incluso los días más oscuros de esta odisea intelectual. A mi tutora, cuya sabiduría y guía han sido fundamentales para dar forma a este trabajo, a mi compañera con quien realice la tesis, por ser mi confidente y mi apoyo para culminar y saber confrontar la misma. A todos aquellos que creyeron en mí, aunque yo a veces dudara de mí mismo. Esta tesis es un testimonio de gratitud hacia cada uno de ustedes, quienes han dejado una huella indeleble en mi corazón y en mi carrera académica.

Cortés Tarapuez Milton Omar

Dedico mi tesis principalmente a mis padres, Luis criollo y Anita Chimbo, cuyo amor incondicional, sacrificio y constante apoyo han sido mi mayor inspiración y motivación a lo largo de mi vida. Su dedicación y aliento han sido la fuerza impulsora detrás de cada logro que he alcanzado. Este trabajo es un testimonio de su amor y confianza en mí.

A mis queridos hermanos Criollo Luis Antonio y Criollo Darla, quienes me brindaron soporte a lo largo de este arduo viaje académico, ustedes han sido mi constante fuente de apoyo, aliento y motivación. Sus palabras de ánimo, han sido fundamentales para mantenerme enfocado y determinado en alcanzar mis metas.

A mi pareja Steven Ramos, quien ha sido mi mayor apoyo y fuente inagotable de motivación a lo largo de este arduo camino. Gracias por tu paciencia, comprensión y consejos. Esta tesis es un reflejo de nuestro compromiso mutuo y del apoyo constante que me has brindado.

¡Gracias por todo!"

Criollo Chimbo Ximena del Rocío

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Diana Carolina Vasquez Niama, Mgs. Jorge Renato Cabezas Ramos, Mgs. Martha Lissette Zambrano Moreira, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **"El tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto en la opinión pública del canal Guaranda TV, periodo julio-diciembre 2022"** desarrollado por los estudiantes **Cortés Tarapuez Milton Omar y Criollo Chimbo Ximena Del Rocío**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, mayo del 2024

Mgs. Diana Carolina Vasquez Niama
Director

Mgs. Jorge Renato Cabezas Ramos
Par Académico

Mgs. Martha Lissette Zambrano Moreira
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTOR

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **Cortés Tarapuez Milton Omar** y **Criollo Chimbo Ximena del Rocío** portadores de la Cédula de Identidad No **220054702-0** y **020241967-7** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
El tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto en la opinión pública del canal Guaranda TV, periodo julio-diciembre 2022, modalidad presencial, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Cortés Tarapuez Milton Omar
CI: 2200547020

Criollo Chimbo Ximena del Rocío
CI: 0202419677

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

INDICE GENERAL

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA IV

INTRODUCCIÓN 1

ABSTRACT 4

CAPÍTULO I 4

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 5

1.1. Descripción del problema 5

1.2. Formulación del problema 6

1.3. Preguntas de Investigación 6

1.4. Justificación 7

1.5. Objetivos 9

1.6. Idea a defender 9

1.7. Variables 9

1.8. Operacionalización de Variables 10

CAPÍTULO II 14

MARCO TEÓRICO 14

2.2. Marco científico 17

2.3. Marco Conceptual 25

2.4. Marco Legal 33

2.5. Marco Geo referencial 39

CAPÍTULO III 40

MARCO METODOLÓGICO 40

3.1. Tipos de investigación 40

3.2. Métodos 40

3.3. Diseño de la investigación 41

3.4. Población y muestra 41

3.4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 43

Instrumento 43

3.5. Técnicas de procedimiento para el análisis 44

CAPÍTULO IV 45

RESULTADO Y DISCUSIÓN 45

4.1. Análisis e interpretación de encuestas 45

4.3. Discusión de resultados 75

4.4. Ficha de observación 77

CAPÍTULO V 101

PROPUESTA 101

CONCLUSIONES 114

RECOMENDACIONES 115

BIBLIOGRAFÍA 116

ANEXOS 120

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de variables 10
Tabla 2 Población 42
Tabla 3 Género 45
Tabla 4 Nivel educativo 46
Tabla 5 Edad 47
Tabla 6 ¿Usted cuenta con televisor? 48
Tabla 7 ¿Qué canal local ve usted? 49
Tabla 8 ¿Contenidos que le gusta visualizar? 50
Tabla 9 Contenido noticioso 51
Tabla 10 Observa noticias locales o noticias nacionales 52
Tabla 11 ¿El canal de Tv se adaptó a las nuevas audiencias? 53
Tabla 12 ¿Confía en la precisión de la información presentada? 54
Tabla 13 Sesgo político en el contenido de noticias 55
Tabla 14 ¿Existe diversidad de voces y perspectivas en su programación? 56
Tabla 15 Difusión de noticias falsas o desinformación 57
Tabla 16 Enfoque más en informar 58
Tabla 17 Interacción del canal con las audiencias 59
Tabla 18 ¿Cómo calificaría el estilo de noticias? 60
Tabla 19 Entrevista al jefe de noticias 61
Tabla 20 Entrevista a gerente general del canal 63
Tabla 21 Entrevista a reportero 66
Tabla 22 Resumen de entrevistas a trabajadores del canal Guaranda TV 69
Tabla 23 Análisis de contenido periodístico 77
Tabla 24 Análisis de contenido periodístico diciembre- enero 93

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Teoría de la Información 20
Gráfico 2 Sector Urbano Guaranda 39
Gráfico 3 Género 45
Gráfico 4 Nivel educativo 46
Gráfico 5 Edad 47
Gráfico 6 ¿Usted cuenta con televisor? 48
Gráfico 7 ¿Qué canal local ve usted? 49
Gráfico 8 ¿Contenidos que le gusta visualizar? 50
Gráfico 9 Contenido noticioso 51
Gráfico 10 Observa noticias locales o noticias nacionales 52
Gráfico 11 ¿El canal de Tv se adaptó a las nuevas audiencias? 53
Gráfico 12 ¿Confía en la precisión de la información presentada? 54
Gráfico 13 Sesgo político en el contenido de noticias 55
Gráfico 14 ¿Existe diversidad de voces y perspectivas en su programación? 56
Gráfico 15 Difusión de noticias falsas o desinformación 57
Gráfico 16 Enfoque más en informar 58
Gráfico 17 Interacción del canal con las audiencias 59
Gráfico 18 ¿Cómo calificaría el estilo de noticias? 60

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo ofrecer una introducción sobre el tratamiento de la información y su impacto en la opinión pública del canal Guaranda TV, un canal de televisión que se ha posicionado como referente en la difusión de contenidos periodísticos en la ciudad de Guaranda.

En este sentido, se abordará el proceso de recopilación, selección, verificación y difusión de la información por parte del canal, así como el impacto que esta tiene en la formación de la opinión pública. Asimismo, se analizó la importancia y responsabilidad que conlleva para un medio de comunicación la correcta y ética presentación de los hechos, con el fin de promover una opinión pública informada y crítica.

En definitiva, esta investigación busca ofrecer una visión integral del impacto que tiene el tratamiento de la información periodística por parte de Canal Guaranda TV en la opinión pública, destacando su relevancia en el contexto de la comunicación mediática contemporánea y sus implicaciones en el ámbito de la democracia y la sociedad participativa.

Debido a la especialización que el uso de tales medios implica en la actualidad, el saber pasa a manos de un residuo núcleo de agentes transmisores quienes actúan como funcionarios y “expertos” de grupos de presión ajenos a las esferas culturales, para canalizarlo y enviarlo al dialecto ámbito de individuos recetores. (Pasquali, pág. 41)

Estos funcionarios canalizan y filtran el conocimiento hacia el público receptor, lo que marca un cambio significativo en la forma en que se accede y difunde la información en la sociedad actual.

La opinión pública es una parte, y de las más importantes, de la vida pública. A la opinión pública se la relaciona con el espacio público. De momento podemos afirmar que en la opinión pública existe un incesante flujo de mensajes y discursos que circula cotidianamente en la sociedad. Por tanto, podemos considerar la opinión pública como un tejido social que refleja la cultura, los valores, las instituciones y

a su vez que se propaga a través de los múltiples canales de comunicación social. (Ferreres, 2009)

Este parte destaca la importancia de la opinión pública en la esfera pública y su estrecha conexión con el espacio público. Por analogía, la opinión pública se describe como un tejido social en constante cambio, que refleja la cultura, los valores y las instituciones de la sociedad.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación titulado “Tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto de la opinión pública del canal Guaranda TV, periodo julio-diciembre 2022”. El objetivo de este trabajo fue trabajar con los objetivos para identificar el problema planteado asi de esta manera implementar una herramienta que sirva de guía para el canal Guaranda TV.

En el presente trabajo de investigación se busca identificar cuáles son las posibles mejoras a través de un análisis de contenido que me permita realizar una buena comunicación efectiva y a su vez proponer cambios para el buen desarrollo del medio de comunicación, a su vez con la elaboración de un manual de estilo que ayude a tener una calidad, credibilidad y responsabilidad para la audiencia de Guaranda, al mismo tiempo fortalecer al canal Guaranda TV.

Es crucial mantener un tratamiento adecuado de la información en los contenidos periodísticos y en la gestión de la opinión pública de un canal de televisión por varias razones fundamentales. En primer lugar, el periodismo responsable garantiza la transparencia y la veracidad de los hechos, promoviendo así la confianza del público en la institución mediática.

Además, un enfoque ético y equilibrado en la presentación de noticias y opiniones fomenta un debate constructivo y una comprensión más profunda de los asuntos de interés público. Esto contribuye al fortalecimiento de la democracia al empoderar a los ciudadanos con información precisa y diversa para tomar decisiones informadas. Por último, un buen tratamiento de la información protege la integridad y la reputación del canal, evitando la difusión de noticias falsas o sesgadas que podrían perjudicar su credibilidad a largo plazo.

Palabras claves: Información, opinión, contenidos, tratamiento, noticias

ABSTRACT

In the present research work entitled "Treatment of information from journalistic content and its impact on public opinion of the Guaranda TV channel, period July-December 2022." The objective of this work was to work with the objectives to identify the problem posed and thus implement a tool that serves as a guide for the Guaranda TV channel.

In this research work we seek to identify possible improvements through a content analysis that allows me to carry out good effective communication and at the same time propose changes for the good development of the means of communication, in turn with the development of a style manual that helps to have quality, credibility and responsibility for the Guaranda audience, at the same time strengthening the Guaranda TV channel.

It is crucial to maintain adequate treatment of information in journalistic content and in the management of public opinion of a television channel for several fundamental reasons. First, responsible journalism guarantees transparency and truthfulness of facts, thus promoting public trust in the media institution.

Furthermore, an ethical and balanced approach to the presentation of news and opinions encourages constructive debate and a deeper understanding of matters of public interest. This contributes to strengthening democracy by empowering citizens with accurate and diverse information to make informed decisions. Finally, good information treatment protects the integrity and reputation of the channel, avoiding the dissemination of false or biased news that could harm its credibility in the long term.

Keywords: Information, opinion, content, treatment, news

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.Descripción del problema

Esta investigación se centra en cómo Guaranda Tv aborda la información en sus contenidos periodísticos y su impacto en la opinión pública. Se profundizará en la estrategia editorial, la selección de noticias, el tono utilizado y la representación de diversas perspectivas en los reportajes emitidos por estos canales. Esta investigación se centrará en identificar patrones de sesgo de información, identificar agendas implícitas y explícitas de esta forma determinar cómo estas prácticas influyen en las percepciones y opiniones de la audiencia. Se utilizará metodología de análisis de contenidos, entrevistas y encuestas para comprender cómo estos elementos influyen en la construcción de opinión pública y la toma de decisiones en el entorno local.

El papel de los medios de comunicación, especialmente la televisión, es muy importante en la formación de la opinión pública. Esta investigación se concentra en el canal Guaranda TV y su tratamiento de la información en contenidos periodísticos. El principal objetivo es analizar cómo la forma en que se presenta la información en estos canales influye en las percepciones y opiniones de los espectadores. Se utilizarán métodos cualitativos y cuantitativos para evaluar la selección de temas, el enfoque editorial, las narrativas utilizadas y su influencia en la construcción de la opinión pública local. Además, se estudiará el impacto de estos contenidos en la sociedad, teniendo en cuenta los aspectos socioculturales y políticos que puedan estar implicados en el proceso.

Los programas informativos de televisión generalmente se transmiten para brindar información objetiva y honesta al público sobre un evento, tanto interno como externo; y, de esta manera, mantenernos actualizados y comprometidos con lo que sucede en el mundo para poder reclamar nuestros derechos si se cometen violaciones morales, desconfianza de los lugares y personas que cometen o alientan la violencia.

Esto está íntimamente relacionado con el poder de los medios de comunicación masiva, medios que han saturado el mercado informativo, los cuales deben cumplir

parámetros de calidad para una audiencia que demanda y requiere más contenidos y programas acordes a sus necesidades.

Los medios de comunicación y el periodismo se consideran las principales fuentes para que la sociedad crezca profesionalmente, culta y plenamente informada. La diversificación de los medios y el interés del público por la información han llevado al surgimiento de diversos aspectos del periodismo. Sin embargo, todo esto no se considera igual de importante, porque dependiendo de su valor noticioso, un evento pasa a ser noticiable y deseado por el público.

Los informativos de televisión ya no son cuidadosos a la hora de presentar información y enriquecerla al público, especialmente a los adolescentes, que ahora se enfrentan a la gestión más inmoral. Por lo tanto, es importante prestar atención a qué tipo de "noticieros" se enviarán a nuestros ciudadanos en el futuro, porque creen que al ver los noticieros para el público en general, están protegidos de figuras viles, imágenes, características violentas y características ambiguas.

La razón por la que la televisión, no sólo a nivel local sino también a nivel global, se ha convertido en un mecanismo de poder es por la falta de control sobre los programas, contenidos que se ofrecen. Sin embargo, esto ha llevado a que un público más amplio exija un producto de mayor calidad, lo que supone un auténtico reto para los medios de comunicación, por el control que tiene el público y la perfección que tiene sobre lo que se emite.

1.2.Formulación del problema

¿Por qué es importante diagnosticar el tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto en la opinión pública del canal Guaranda Tv, en el periodo julio - diciembre 2022?

1.3.Preguntas de Investigación

¿Cómo se realiza el tratamiento de la información en los contenidos periodísticos de Guaranda TV y cuáles son los criterios editoriales que guían este proceso?

¿Cuál es la frecuencia y profundidad con la que se abordan temas de relevancia en los contenidos periodísticos de Guaranda TV, y cómo esto puede influir en la formación de la opinión pública local?

¿Existe algún sesgo perceptible en la selección y presentación de noticias en Guaranda TV, y de qué manera esto podría afectar la percepción de la audiencia sobre los diferentes temas?

¿Cómo utiliza Guaranda TV las redes sociales y otras plataformas digitales para difundir información periodística, y cuál es el impacto de estas estrategias en la opinión pública?

¿Cuál es la interacción entre Guaranda TV y su audiencia en términos de retroalimentación y participación ciudadana, y cómo esto puede influir en la percepción de la calidad informativa del canal por parte del público?

1.4.Justificación

El propósito de este estudio es determinar si el procesamiento de la información en los contenidos periodísticos y su influencia en la opinión pública contribuye al medio televisivo Guaranda TV.

Los medios de comunicación son importantes por muchas razones, pero en particular porque ofrecen elementos de información que permiten a los ciudadanos saber qué dicen y hacen quienes reclaman el espacio público; y en este sentido tomar posición respecto de la elección de candidatos, políticas públicas o temas de interés general de la población.

El periodismo moderno se encuentra inmerso en un proceso de modernización tecnológica, siendo esta última producto de factores conocidos como globales y mundiales, la alta competitividad organizacional y profesional de quienes se ganan la vida en las comunicaciones sociales los obliga a adquirir nuevas herramientas tecnológicas que les permitan mejorar la forma en que recogen y transmiten información al grupo, transmitirla al público de la forma más rápida, eficaz y sencilla.

Esta evolución de la tecnología y su impacto en el trabajo periodístico ha generado la necesidad de explorar nuevas tendencias en el periodismo digital para alcanzar una nueva dimensión en el campo de la comunicación.

La importancia del tema es resaltar las diferentes formas en que el canal Guaranda TV trata los hechos y los aspectos a los que prioriza, de acuerdo con su propia línea editorial y periodística. Además, es necesario conocer qué influencia tiene el entorno televisivo en la formación de la opinión pública.

Las siguientes razones que han provocado estas reacciones es el sesgo percibido en la presentación de las noticias puede generar reacción al igual que la manipulación de la información cuando esto se percibe que los medios manipulan o tergiversan la información para encajar en determinadas narrativas, la audiencia puede reaccionar negativamente. La sensación de que está siendo manipulado puede llevar a la desconfianza de credibilidad en ese medio.

Otras de estas razones son el enfoque excesivo en noticias sensacionalistas o la falta de profundidad en la cobertura de temas puede hacer que la audiencia perciba al medio como superficial o enfocado en lo espectacular de lo relevante. Y, por último, la falta de audiencia cuando los medios con son transparentes en sus fuentes, métodos de investigación o interés de ciertas noticias, se puede generar desconfianza o la falta de claridad sobre los motivos detrás de ciertas historias.

En la actualidad los medios locales tienen una conexión directa con la audiencia local. La información proporcionada por estos canales puede aumentar la conciencia cívica y social de la comunidad, fomentando la participación, es importante la ética y transparencia que estos mismos medios lo apliquen ya que tienen una responsabilidad ética para la audiencia, los canales como Guaranda TV pueden dar voz a una gama más amplia de perspectiva locales, incluyendo la diversidad cultural, política, social y económica.

Mediante la Teoría del Agenda-Setting se busca examinar que temas y asuntos fueron destacados y priorizados por Guaranda TV durante el periodo en cuestión. Ayuda a comprender cómo la cobertura mediática puede influir en la agenda pública y la percepción de la importancia de ciertos temas por parte de la audiencia.

Con el análisis imparcial se busca llevar a cabo un análisis objetivo del contenido de Guaranda TV, aplicando metodología rigurosa como métodos científicos, inductivo y deductivo para comprender como se construyen las narrativas y como están influyen en la opinión publica.

Al identificar cuáles son los sesgos que ha tenido el medio de comunicación Guaranda TV ayudara a mejorar las narrativas dominantes que puedan distorsionar la objetividad en la presentación de la información, permitiendo realizar ajustes para una cobertura más equitativa. Guaranda TV, al conocer como sus contenidos

impactan en la opinión pública, puede ajustar su programación para ofrecer un servicio a acorde a las necesidades e intereses de la comunidad.

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar el tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto en la opinión pública del canal Guaranda TV, periodo julio - diciembre 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar los temas más recurrentes presentados por Guaranda TV durante el periodo, determinando la frecuencia y relevancia de los mismos.
- Detectar posibles sesgos ideológicos o enmarcaciones específicos utilizados por Guaranda TV en la presentación de la información y su impacto en la percepción de la audiencia.
- Elaborar un manual de estilo e identidad corporativa para fortalecer los contenidos periodísticos que emite el canal Guaranda TV.

1.6.Idea a defender

El canal Guaranda TV mantuvo un tratamiento adecuado de la información y contenidos periodísticos, cumpliendo con los estándares de calidad, objetividad y diversidad informativa.

1.7.Variables

Variable Independiente: Tratamiento de información

Variable dependiente: Opinión publica

1.8.Operacionalización de Variables

Tabla 1 *Cuadro de operacionalización de variables*

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENCIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ÍTEMS
VARIABLE INDEPENDIENTE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	Un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común y que se origina en las formas comunicativas humanas, en procesos individuales, primero y en	• Contenidos • Cobertura • Procesamiento • Fuentes de información • Datos y géneros periodísticos	• Agenda Informativo • Producto • Población • Mensaje	• Entrevistas • Encuesta • Fucha de observación	• Informativos para la televisión del espectáculo. León, Bienvenido (coord.) (2010). Sevilla: Comunicación Social • Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo, José

	productos colectivos después en diversos grados, según las informaciones compartidas por los grupos afectados" **(Rivadeneira, 1984)**				Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés, Francisco Javier Gómez Tarín, 2009
VARIABLE DEPENDIENTE OPINIÓN PÚBLICA	La opinión pública como una forma de control social en la que los individuos adaptan su	• Juicio • Concepto • Comportamiento	• Opinión • Público • Percepción	• Entrevistas • Encuestas • Ficha de observación	• Opinión pública y medios de difusión, Luís Aníbal Gómez 1982 • Política y propaganda. Medios de

	comportamiento a las actitudes predominantes sobre lo que es aceptable y lo que no. La opinión pública es para Noelle Neumann la piel que da cohesión a la sociedad. (Noelle-Neumann, La espiral del silencio: El nuevo espacio público: nuestra				comunicación y opinión pública: 5 (Dircom) • La espiral del silencio: Opinión pública: nuestra piel social (Comunicación)

	piel social, 1995)				

Note: Elaboración propi

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.Antecedentes

En el presente capítulo se realizará una investigación de documentos, fuentes bibliográficas especializados y relacionados con el tratamiento de la información de los contenidos periodísticos y su impacto en la opinión pública del canal Guaranda TV y finalmente llegar a conocer como es el manejo del tratamiento de los contenidos periodísticos y opinión pública, por consiguiente, obtener conocimientos para solventar nuestro tema investigativo.

Los autores Guallar, Pedraza, Pérez y Anton (2021) en su artículo "Curación de contenidos en periodismo. Indicadores y buenas prácticas" definen a la curación de contenidos en periodismo como un complejo de actividades que incluyen la búsqueda, monitorización, selección, análisis, verificación, gestión, edición, categorización, sesen making de información publicadas en la web con la finalidad de mejorar productos periodísticos lo que implica la difusión de tales productos. El objetivo de este artículo es presentar un sistema de análisis basado en un conjunto de parámetros e indicadores que puedan ser útil para la evaluación de la calidad de productos basándose en la curación de los contenidos periodísticos (pág. 2).

Tiene como metodología conseguir los fines señalados, en primer lugar se realizó una extensa revisión bibliográfica tanto sobre la curación de contenidos periodísticos sobre como métodos de análisis y evaluación de sistemas y productos de información y por segundo lugar a partir de dicha constatación se decidió utilizar el análisis de sistemas y productos de información Por otra parte, se analizaron en profundidad las propuestas existentes en la literatura especializada y que, con diferentes enfoques, han empleado diversos elementos para analizar el uso de la curación de contenidos.

Este articulo ha llegado a la conclusión que dentro del sistema se presenta es la primera propuesta existente en la literatura académica para el análisis y la evaluación de la curación de contenidos en periodismo. Hasta el momento se habían

descrito casos, analizado muestras de diarios o propuesto taxonomías, pero no existía una propuesta de un sistema de análisis y evaluación, que se pueda aplicar a todo tipo de diarios o de productos de noticias, y que permita apreciar qué nivel de calidad existe en la curación de contenidos de un determinado diario o un determinado producto periodístico, ya sea un tipo de artículo, una sección, una newslette. Este sistema de análisis va por tanto más allá de la simple descripción de una noticia o de un medio.

Por otra parte, la autora Candia (2022) en su trabajo "Tratamiento periodístico de las notas informativas sobre Sendero Luminoso en los diarios La República y El Comercio desde 1983 (Uchuraccay) hasta 1989 (Primera Entrevista a Abimael Guzmán) en el Perú", emplea una metodología básica, pues tiene como base el análisis de trabajos previos donde su nivel de investigación indica la metodología descriptiva y comparativa para tener las bases de trabajos ya publicados, el cual su diseño es no experimental porque su trabajo se mantiene y no se realiza alguna prueba nueva.

Su investigación empieza por la problemática en general es ¿Qué características tuvieron las notas informativas sobre Sendero Luminoso en los diarios La República y El Comercio desde 1983 (Uchuraccay) hasta 1989 (Primera Entrevista a Abimael Guzmán) en el Perú? La razón por la cual el rango del periodo inicia en 1983 es porque con el acontecimiento de Uchuraccay la prensa empieza a dar más cabida a la situación que sucedía en el interior del país a manos de Sendero Luminoso. Además, la selección de 1989 como fin de la investigación se relaciona con la primera entrevista que dio Abimael Guzmán para la editorial "El Diario" lo cual significa el fin de una etapa durante este rango de años.

En el caso del estudio, se enfoca en el análisis el tratamiento periodístico en los diarios "La República" y "El Comercio" porque se brindará un desarrollo de cómo son tratadas las noticias en ambos diarios con alta presencia durante la época del terrorismo en el Perú. Al ser un tema de rango social, se podrá verificar la postura de ambas editoriales y, desde el punto de vista periodístico, ayudará a interpretar la realidad de los hechos en la perspectiva de los lectores.

Con relación a los autores Dennis Fabián Carrillo Aldaz, Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo con el tema: "Análisis del tratamiento informativo del noticiero de Ecuavisión y su impacto en la opinión pública de Riobamba, enero - junio 2018", el objetivo planteado en analizar el tratamiento informativo, del noticiero Estelar de Ecuavisión y el impacto en la opinión pública. (Aldaz, 2019)

Este trabajo trata de un estudio de caso, en base metodológica científica con un enfoque cuantitativo, la población lo conforma la cuidad de Riobamba, mediante un análisis efectuado en esta investigación permite encontrar elementos claros de la forma cómo se desarrolla el trabajo periodístico en el Canal 29, Ecuavisión, el mismo que carece de ciertos elementos audiovisuales y de su tratamiento a la hora de emitir las informaciones.

Con relación a la autora Tixilema (2018) con el tema: El periodismo digital en los contenidos del noticiero de la comunidad en Unimax del cantón Ambato. con un objetivo desarrollar el periodismo digital del noticiero de la comunidad de Unimax de Ambato. La mínima implementación del periodismo digital en los canales de Unimax ha provocado desinterés en la audiencia, porque los medios no tienen el tiempo necesario para ello publicar sus contenidos en una plataforma web exclusiva para retransmisiones informativas. Los medios publican notas diarias, se han encargado de contribuir con el contenido de noticias e informar al público, teniendo en cuenta que, en los medios de comunicación, sólo unos pocos publican constantemente publicaciones en sus páginas virtuales, porque no existe una gestión profesional adecuada.

La información tiene que tener un proceso en todos los medios donde debe realizarse con transparencia, claridad y realidad de los acontecimientos que ocurren en la sociedad Ambateña lo cual, al realizarse observaciones a través de medios y plataformas virtuales, por eso buscando oportunidades de cambio en el equipo periodístico en el ejercicio del periodismo digital.

El enfoque metodológico utilizado tanto cualitativo y cuantitativo, donde permitirá obtener datos para analizar el periodismo digital y los contenidos de las noticias de la comunidad. Así llegando a la conclusión Unimax Tv cuenta con el Noticiero de la Comunidad donde se evidencia un manejo inadecuado del periodismo digital

debido a la carencia de publicaciones en los portales oficiales del canal, se evidencia un agravante ya que dicho noticiero no cuenta con un sitio exclusivo y adecuado para presentar las notas informativas de las comunidades tungurahuenses, ni personal capacitado que construya o gestione las páginas web y redes sociales. Por lo cual la investigación periodística es poco notable y no recopila las necesidades de la colectividad en la región.

2.2.Marco científico

La comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto.

La comunicación es vital para que exista un buen entendimiento entre las personas. Es un proceso en el cual se intercambian opiniones, datos o información sobre un tema determinado.

Los seres humanos necesitan comunicarse para expresar lo que sienten, organizarse en sociedad, preguntar, resolver sus dudas y llegar a acuerdos eficaces.

Además, la comunicación se puede poner en práctica a través de un lenguaje verbal o no verbal. Si se opta por la primera opción, la comunicación se manifiesta a través del lenguaje hablado. Por el contrario, la comunicación no verbal se basa en gestos o se fundamenta en el lenguaje corporal (Peiró, Economipedia, 2021).

La importancia de la comunicación radica en que esta permite a los individuos comunicar información sobre algún tema en particular o expresar aquello que sienten internamente con otros.

Además, no sólo se utiliza en el día a día para entablar una conversación con algunos amigos o fortalecer las relaciones interpersonales, sino que juega un papel muy importante en los diferentes procesos formativos, ejemplo entre un profesor y alumno, donde se mide la respuesta de los conocimientos instruidos de forma recíproca.

Esta también se caracteriza por ser sumamente persuasiva, encajando de manera perfecta en aquellos líderes de empresas, coach personales o políticos que pretenden

modificar la conducta u opinión de otros individuos, en este caso el receptor del mensaje.

Además, para nadie es un secreto que la comunicación tiene gran importancia no sólo en la expresión de emociones, sino en la forma en la que muchas personas pueden entretener a otros, donde el receptor sin lugar a dudas lo disfruta, disfruta lo que ve y lo que escucha.

Si bien has leído, te darás cuenta que está más que claro que la comunicación es el mecanismo principal de emisión y respuesta en la que la mayoría de los individuos participan diariamente, ya sea en el trabajo, la escuela o en la calle. (American Andragogy University, 2024).

2.2.1. Teorías de la comunicación

Es importante señalar que su principal postulado dice que los medios de comunicación "inyectan" una información con un contenido que se da por cierto y verídico, es decir, que lo que un medio de comunicación diga es cierto y de ninguna manera requiere ser verificado (Equipo Consultor de InfoSol, 2021).

Esta teoría se dedica al estudio de la comunicación, que, a su vez, tiene como principal objetivo la interacción, el buen entendimiento y la exposición de información relevante.

En ese sentido, debemos recordar que el proceso de comunicación requiere de una serie de elementos indispensables para desarrollarse de manera eficaz.
El emisor emite un mensaje a través de un canal con la intención de que el receptor pueda descodificarlo con éxito.

El origen de esta teoría se remonta al año 1920. Claude Shannon, considerado el padre de la teoría de la información, señala que el tiempo empleado en transmitir una determinada información es similar al de la cantidad de esta que es transmitida. También habla de un elemento importante como es el ruido que puede perjudicar a la hora de que el mensaje llegue de forma eficaz al receptor.

En el año 1948, Shannon, estaba desarrollando aspectos que marcarían un antes y un después en la teoría de la comunicación. Basándose en la teoría de la

probabilidad de Norbert Wiener, se enfocó en cómo cifrar de forma óptima la información que desea exponer el emisor.

El autor Shannon incluye en su teoría los elementos más importantes para que la comunicación se produzca. Por ejemplo, emisor, receptor, canal, mensaje y ruido (Peiró, 2021).

Podría pensarse que es absurdo estudiar una teoría que ha perdido su vigencia o que contradice a otra; no obstante, estos aprendizajes contribuyen a la formación integral de los profesionales de la Comunicación. De acuerdo a la Universidad Insurgentes (2019) mediante el estudio de la teoría los alumnos de la licenciatura en Comunicación desarrollan estas habilidades:

Crítica: un buen comunicólogo debe ser capaz de analizar críticamente un mensaje, sin importar su formato. No se trata sólo de la forma, sino de comprender el fondo.

Contexto: ningún mensaje se encuentra aislado. Al momento de crear una pieza (ya sea video, cartel, fotografía, redes sociales, etc.) estará inmersa en un universo de mensajes que pueden afectar su sentido dependiendo del contexto en el que se encuentre.

Profundidad: los licenciados en Comunicación tienen la habilidad de ver más allá de los aspectos técnicos para poder justificar su labor desde un plano teórico.

2.2.2. Teoría de la información

De acuerdo con el autor Ferrovial (2023) esta teoría fue propuesta en 1949 por el matemático e ingeniero Claude Shannon y el biólogo Warren Weaver. No obstante, es el resultado de investigaciones iniciadas casi treinta años antes por científicos como Andrei Markovi y Ralph Hartley, este último conocido por ser uno de los primeros representantes del lenguaje binario.

El aporte de Alan Turing, quien llevó a cabo un esquema de una máquina capaz de procesar los datos de la información a través de emisiones de símbolos, fue el último precedente para el desarrollo, culminación y consagración de la que se llamó Teoría Matemática de la Comunicación.

Todos los estudios de la época tenían en común el mismo objetivo: buscar formas eficientes de utilizar canales de comunicación para enviar una información por medio de un canal sin que se viera afectada la calidad del mensaje que llegaba.

Matemático e ingeniero electrónico, Shannon se unió en 1941 a los laboratorios Bell, en los que, durante la guerra, trabajó sobre todo en criptografía. Con ocasión de este trabajo sobre los códigos secretos expone las hipótesis que reaparecen en su teoría matemática de la comunicación:

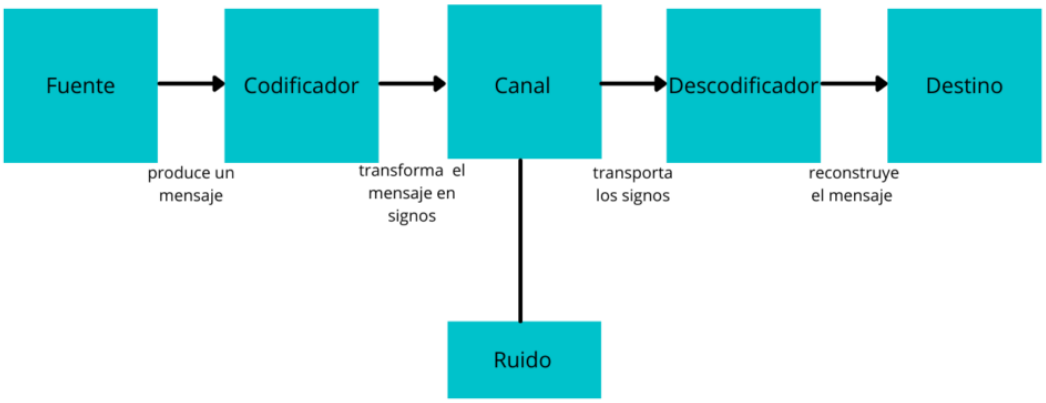


Gráfico 1 *Teoría de la Información*

Fuente: es en sí misma un conjunto finito de mansajes, todos los posibles mensajes que pueda emitir dicha fuente. En compresión de datos se tomará como fuente el archivo a comprimir y como mensaje los caracteres que conforman dicho archivo.

Existen varios tipos de fuente. Para la teoría de la información interesan las fuentes aleatorias y estructuradas. Una fuente es aleatoria cuando no es posible predecir cual es el próximo mensaje a emitir por la misma. Una fuente es estructurada cuando posee un cierto nivel de redundancia; una fuente no estructurada o de información pura es aquella que en todos los mensajes son absolutamente aleatorios sin relación alguna, ni sentido aparente. Este tipo de fuente emite mensajes que no se pueden comprimir; un mensaje para poder ser comprimido, debe poseer cierto grado de redundancia la información pura no puede ser comprimida sí que haya una pérdida de conociendo del mansaje.

Mensaje: es un conjunto de ceros y unos archivos o paquete de datos que viaje por una red y cualquier cosa que tenga unja representación binaria puede considerarse un mensaje. El concepto de mansaje se aplica también en alfabetos de más de dos símbolos, pero debido que tratamos con información digital nos referimos casi siempre a mensajes binarios.

Código: es un conjunto de unos y ceros que se usan para representar un cierto mensaje de acuerdo a reglas o convenciones preestablecidas. Por ejemplo, al mensaje 0010l o podemos representar con el código 1101 usado para codificar la función (NOT). La forma en la cual codificamos es arbitraria, en algunos casos representarse con un código de menor longitud que el mensaje original. Supongamos que cualquier mensaje S lo codificamos usando cierto algoritmo de forma tal que cada S es codificado en L(S) bits; definimos entonces la información contenida en el mensaje S como la cantidad mínima de bits necesarios para codificar un mensaje.

Información: la información contenida en un mensaje es proporcional a la cantidad de bits que se requieren como mínimo para representar el mensaje. El concepto de información puede entenderse más fácilmente si consideramos un ejemplo.

Supongamos que estamos leyendo un mensaje y hemos leído “cadena de c”; la probabilidad de que el mensaje continúe con caracteres la cantidad de información que nos llego es muy baja pues estamos en condiciones de presidir que era lo que iba a ocurrir. La ocurrencia de mensaje de alta probabilidad de aparición aporta menos información que la ocurrencia de mensaje menos probables. Si luego de “cadena de c” leemos “chimichurri” la cantidad de información que estamos recibiendo es mucho mayor. (Tova, 2019)

2.2.3. Teoría de los efectos

Los antecedentes de esta teoría son la consolidación del cine y la prensa, la aparición de la radio, la expansión industrial y la cultura urbana.

Esta teoría nace del estudio de importantes sociólogos como Max Weber, Emile Durkheim y Max Horkheimer, quienes veían como principio del periodismo a la sociedad de masas; es decir, a un público indiferenciado al que se le enviaba un

mensaje para lograr un efecto específico y al que se trataba de persuadir acerca de algo concreto a través de los medios de comunicación.

La teoría de los efectos fue el resultado del trabajo que sobre el análisis de los medios de comunicación hicieron las escuelas de la sociología empírica, la sociología positivista y la teoría crítica, haciendo que se hablase de un tema en el que se daba por sentado que el fin único de la comunicación era transmitir mensajes o información, y que lo que pasara durante este proceso no era ni de interés intelectual ni de interés práctico. La teoría de los efectos hizo que los dueños de los medios buscasen manejar de forma más racional la información, aunque ello no implicó que la manejasen de mejor o peor manera que como lo venían haciendo, sino que más bien entendieran el poder que tenían y buscasen aprovecharlo (Equipo Consultor de InfoSol, 2021).

2.2.4. Teoría de la Agenda-Setting

La Teoría que sostiene que los medios informativos tienen una fuerte influencia a la hora de establecer los temas que la ciudadanía considera importantes es lo que se conoce como agenda setting o establecimiento de agenda. Es decir, son los mass media los que deciden qué asuntos poseen interés informativo para ser tratados y cuánto espacio se les otorga, influyendo así en la agenda pública.

Los académicos estadounidenses Maxwell McCombs y Donald Shaw (Raleigh, North Carolina, 1936-2021) acuñaron el término de agenda setting en la década de los 70, cuando ambos eran profesores de periodismo en la University of North Carolina at Chapel Hill. En su investigación demostraron que la audiencia suele otorgarle la importancia a los asuntos públicos en función de la frecuencia y profundidad con la que esos temas son tratados en los medios de comunicación. A raíz de esa investigación, publicaron el artículo titulado The Agenda-Setting function of mass media, que es uno de los más citados en estudios sobre comunicación de masas.

La Teoría de la agenda setting establece que los medios de comunicación de masas influyen para que un tema determinado se convierta en agenda pública. Y, en última instancia, ese hecho puede establecer la agenda para una campaña política.

Según los profesores Shaw y McComs:

- Los ciudadanos conocen únicamente lo que los medios de comunicación les ofrecen e ignoran completamente cualquier otro asunto.
- Según los mass media otorguen más relevancia a una noticia que a otra, así lo hará también su audiencia.

Según La Universidad Internacional de La Rioja (2023) la teoría de la agenda setting se basa en dos supuestos básicos:

- Que los medios filtran y dan forma a lo que la audiencia ve, en lugar de limitarse a reflejar las historias para el público.
- Que cuanta más atención otorgan los medios a un asunto, más probable es que la audiencia considere ese asunto como relevante. No están diciendo qué pensar sobre un tema determinado, pero sí condicionan los temas sobre los que formarse una opinión.

2.2.5. Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos

El autor Randstad (2022) señala que en plena Segunda Guerra Mundial, el gobierno de Estados Unidos, movido por la delicada situación, decidió financiar una serie de novedosas investigaciones sobre comunicación y propaganda.

Uno de sus objetivos era conocer la influencia real de los medios norteamericanos sobre la elección del voto de los ciudadanos del país. Dentro del grupo de investigación que trabajaba en este ámbito, se encontraba el sociólogo Paul Lazarsfeld que, a partir de ese trabajo, teorizó por escrito, junto a Elihu Katz, lo que se conoce como “Teoría de dos pasos”.

Esta teoría aseguraba que el sistema comunicativo y la influencia de los medios se componían de dos fases diferentes: en un primer “paso”, los medios lanzaban un mensaje que recibía un tipo de persona en concreto: el llamado líder de opinión.

Esta figura filtraba, analizaba e interpretaba esa información para después, en ese segundo “paso”, comunicarla a los demás mediante sus relaciones interpersonales.

Si bien estas hipótesis fueron posteriormente criticadas y actualizadas dentro de la teoría de la comunicación de masas, el concepto de líder de opinión sigue resultando

válido para definir una figura que ha tenido, y sigue teniendo, un gran arraigo e influencia en la sociedad.

Con diferentes características, el líder de opinión existía ya en las civilizaciones antiguas (los sofistas griegos, por ejemplo) y se ha ido desarrollando con cada vez más importancia hasta la actualidad, donde es posible ver sus nuevas expresiones en la Red.

2.2.6. Espiral del Silencio

Esta teoría pretende explicar el nacimiento de la opinión pública mediante la agregación de mecanismo psicológicos de forma individual.

La autora Elisabeth Noelle-Neumann es la responsable de la creación de la teoría más influyente y sugerente de la investigación sobre los efectos de los medios de comunicación.

En la opinión pública guarda una relación con la imagen, el honor, la reputación de la línea de autores clásicos como Maquiavelo. es una concepción que guarda relación con el sistema de valores, tradicionales y las costumbres de la sociedad, además esto termina siendo un temido control de la sociedad.

Las opiniones públicas son actitudes o comportamientos que se tienen que expresar en publica para no aislarse. en ámbitos de controversia o de cambio, las opiniones públicas son las actitudes que pueden expresarse son correr el peligro de aislarse.

La opinión pública , según la autora Noelle-Nueunmann, son opiniones u comportamientos que hay que expresar o adoptar si el individuo no quiere aislarse, El orden vigente es mantenido, por un lado, por el miedo individual al aislamiento y la necesidad de aceptación, y, por otro, por la exigencia publica, que tiene el peso de la sentencia de un tribunal, que hace que nos adaptemos a las opiniones y a los comportamientos establecidos, Y así, para, ella, la opinión pública es la aprobación y desaprobación de las opiniones y los comportamientos que observamos a nuestro alrededor, y el fenómeno de la espiral del silencio es una reacción ante la aprobación y desaprobación patente y visible en el marco de constelaciones cambiantes de valores. (Noelle-Neumann, De como se forma y confroma la opinión pública, 2016, pág. 83)

2.3.Marco Conceptual

2.3.1. Los medios de comunicación masivos

Si bien los medios de comunicación existen desde la antigüedad, el surgimiento de los medios masivos está estrechamente vinculado a la creación de ciertas tecnologías. Entre las primeras de estas tecnologías se encuentran la imprenta, cuyos orígenes se remontan al siglo XI, en China.

Sin embargo, recién con la invención de la imprenta de tipos móviles, creada por Johannes Gutenberg en 1453, fue posible la producción de libros en grandes cantidades. Entre los efectos de la imprenta como herramienta de comunicación, suele mencionarse el papel decisivo que desempeñó en la difusión de las ideas de la Reforma protestante.

En el siglo XVII aparecieron los primeros periódicos; su alcance estaba lejos del que tuvieron posteriormente, ya que eran pocas las personas que sabían leer. En los siglos siguientes, a medida que se incrementó la alfabetización, la influencia de la prensa en la vida cotidiana fue cada vez mayor. El abaratamiento del papel, gracias a la invención de técnicas para la obtención del papel de celulosa, el uso de imprentas rotativas y la extensión de ferrocarril permitieron aumentar las tiradas de los periódicos y su distribución.

A mediados del siglo XIX, la invención de la fotografía marcó una nueva etapa en el desarrollo de los medios masivos. Una misma imagen fotográfica podía ser observada por al mismo tiempo por numerosas personas, ubicadas en lugares distantes, a través de las copias que se hacían de ella. Pronto, los periódicos incorporaron fotografías como forma de "testimoniar" la realidad.

En 1895, surgió el cine, que, en pocos años, se convirtió en uno de los principales medios masivos de comunicación, utilizado tanto para entretener como para informar y difundir mensajes publicitarios y propagandísticos. Por la misma época, Guglielmo Marconi inventó la telegrafía sin hilos, a partir de la cual se desarrolló la radio.

Las primeras transmisiones de televisión se realizaron a fines de la década de 1920, poco después de que se establecieran las primeras emisiones de radio. No obstante,

el uso generalizado de televisores se produjo después de la Segunda Guerra Mundial. Desde entonces la televisión pasó a ser el medio de comunicación por excelencia, desplazando al cine y a la radio.

La llegada de internet constituye el hito más reciente en el ámbito de los medios masivos de comunicación. Sus comienzos datan de la década de 1960, pero su expansión y consolidación tuvo lugar en la década de 1990, cuando Tim Berners Lee creó la World Wide Web (red informática mundial).

Desarrollada inicialmente como un sistema de comunicación entre universidades e instituciones estatales, internet actualmente es un enorme centro de intercambio de información, en el que se puede leer, ver películas, escuchar música, jugar e interactuar con otras personas a través de redes sociales.

Los medios masivos de comunicación o medios de comunicación masiva (mass media, en inglés) son aquellos canales o instrumentos que permiten transmitir un mensaje a una enorme cantidad de personas de forma simultánea. Incluye, entre otras tecnologías, la imprenta, la radio, el cine, la televisión e Internet.

La irrupción de los medios masivos de comunicación dio lugar a un modo de comunicación, la comunicación de masas, que, a diferencia de la comunicación interpersonal, es pública, rápida y efímera.

Pública porque se dirige de forma manifiesta a muchos receptores (la audiencia).

Rápida porque procura llegar al mayor número de receptores en el menor tiempo posible.

Efímera porque, en muchos casos, está orientada al consumo inmediato (Editorial Etecé, 2023).

2.3.2. La historia de la televisión

El origen de la televisión se remonta a finales del siglo XIX, cuando varios científicos comenzaron a investigar sobre la transmisión de imágenes a través de ondas electromagnéticas. En 1927 Philo Farnsworth logró transmitir una imagen en movimiento, lo que dio inicio a la era de la televisión.

Luego, durante los años 30 y 40, se realizaron diversas pruebas y experimentos para mejorar la calidad de la señal y la recepción de la televisión. En 1936, la BBC comenzó sus primeras transmisiones regulares de televisión en el Reino Unido, mientras que en Estados Unidos se realizaron las primeras transmisiones experimentales en la década de los 40.

Posteriormente, en los años 50, la televisión se convirtió en un medio de comunicación masivo y comenzó a cambiar la forma en que las personas consumían entretenimiento y noticias. En 1951 se realizó la primera transmisión a color, lo que mejoró significativamente la calidad de la imagen.

En las décadas siguientes, la televisión continuó evolucionando y transformándose, con la llegada de nuevos formatos de programas, la expansión de la televisión por cable y satélite, y la popularización de los televisores de pantalla plana. Hoy en día, la televisión sigue siendo una de las formas más populares de entretenimiento y una herramienta importante para la difusión de noticias y contenidos educativos.

Adicionalmente, con la llegada de plataformas de video como Netflix, Prime Video, HBO Max, Disney+, Star+, entre otras; los contenidos y producciones se pueden disfrutar de una manera diferente ya que se hace un pago mensual y con esto no aparece publicidad en medio de un programa, como sí pasa en la TV convencional (Claro, 2023).

2.3.3. La televisión en el Ecuador

Los años sesenta marcan el inicio de la televisión ecuatoriana que llega al país gracias a la iniciativa de la una comunidad religiosa evangélica. Su implantación no fue tarea sencilla, pero una vez consolidada se convierte en el medio de comunicación más popular y de mayor influencia a nivel nacional. En el Ecuador han imperado siempre las cadenas de televisión privadas, que han transcurrido en el tiempo sin una legislación que regule y controle sus contenidos de manera estricta.

Actualmente, el país cuenta con un solo canal de televisión pública. Desde el 2013, con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, se marca un antes y un después de los medios que deben transitar a las exigencias y parámetros de la Ley.

Existe un proyecto para la implementación de la Televisión Digital Terrestre, que culminará el 31 de diciembre de 2018 (Ortiz & Suing, 2016).

2.3.4. Historia del canal Guaranda TV

Guaranda Tv, inició su transmisión el 5 de agosto de 2005 coincidentemente la señal a través de la cual sale al aire también corresponde al número 5. Desde su creación el 5TV Municipal se ha caracterizado por ser un medio cultural e informativo. En enero de 2006 se firmó la concesión de la frecuencia en señal abierta. El transmisor está en la caseta que está ubicada en el cerro de Cashca Totoras. El funcionamiento técnico de este canal se ha realizado de acuerdo a las especificaciones técnicas emitidas por el CONARTEL y la SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES.

En relación a la programación lo primero en aparecer en la señal de 5 TV fue el informativo Hechos y Noticias, encargado de recoger el acontecer local y provincial, al que se suma Bolívar en Marcha y las transmisiones de las sesiones de concejo de la municipalidad, y espacios de cine.

Con el paso del tiempo y el cambio de administraciones, la programación también ha ido cambiando. Pensando en los televidentes se ha ido implementando la parrilla ofreciendo más variedad tomando en cuenta la Ley Orgánica de Comunicación, en relación a la difusión de contenidos los cuales deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Así mismo la observancia de las normas deontológicas generadas al interior del canal, ha permitido mejorar el trabajo lo que se traduce en calidad al momento de salir al aire en los diferentes programas. El equipo de trabajo está conformado por profesionales de la comunicación quienes realizan sus funciones de acuerdo al área asignada.

Tras asumir la alcaldía el 15 de mayo de 2014, la nueva administración realizó varios cambios al interior de la institución. El Canal Municipal conocido así desde sus inicios, pasó a llamarse Guaranda TV, cambiando la denominación a la que acompaña el logotipo que lo identifica, y que poco a poco se ha ido posicionando

en la audiencia. Actualmente nuestra parrilla programática cuenta con una amplia programación dedicada a temas de farándula y entretenimiento que incluyen espacios para el público infantil.

Guaranda TV, transmite dos noticieros en horario vespertino y nocturno, mejorando el rating con los minutos entregados de información nacional e internacional, a la que complementamos el segmento deportivo dentro del mismo espacio.

Quienes dedicamos nuestra vida a la comunicación debemos ser capaces de preguntarnos si el contenido que estamos entregando produce reflexión y discusión sobre los asuntos públicos, donde los valores de nuestro país se vean representados propiciando un cambio de actitud, fundamentado en los ejes: informativo, educativo y cultural que guarda estrecha relación con el Art. 8 de la Ley Orgánica de Comunicación- Sobre la Prevalencia en la difusión de contenidos.

En ese sentido el canal cuenta, con varios profesionales en el área, dedicados a cubrir la información en los distintos lugares donde se producen los hechos dentro y fuera de la provincia, Los contenidos son analizados a fin de imponer el sello de calidad.

Hoy, la información audiovisual, sobre todo la de la televisión, convierte a este medio en el vehículo más idóneo de comunicación entre los estamentos que regentan las instituciones y la ciudadanía, para formular soluciones a los problemas que presentan los diversos sectores del cantón.

El canal, es además la herramienta de difusión del trabajo realizado desde la institución municipal, para conocimiento de la población, de tal manera que se transparente el accionar y en la misma medida los ciudadanos puedan expresar su opinión, para el efecto abrimos espacios de participación ciudadana en todos los niveles, dando fiel cumplimiento al Principio de participación dispuesto en el Art. 13 y 17 respecto a la libertad de expresión que promueve esta ley.

A fines al estatuto que rige desde junio de 2013, nuestra programación respeta las franjas horarias, coherentes y conscientes con la Ley de Comunicación establecido en el art. 65 así hemos concebido programas familiares, aquellos con responsabilidad compartida y público adulto.

El mensaje televisivo se ha convertido en un espectáculo de la realidad manejada por criterios económicos de mercado. Nuestra misión es cambiar la forma de hacer y ver televisión, sobre la ventaja que como canal cultural nos separa de la televisión comercial.

Tenemos muchos proyectos un largo camino con grandes sueños para construir una realidad esperanzadora, vamos a paso firme innovando hacia la nueva manera de ver televisión.

2.3.5. Guaranda TV

El Canal Municipal tiene por objetivo generar, difundir y promocionar contenidos audiovisuales de relevancia ciudadana, que tengan enfoque social, equitativo, imparcial, participativo e incluyente, para promocionar la gestión pública y municipal.

Entre los productos y servicios que ofrece constan la planificación, organización, coordinación, dirección, control y mejoramiento de las actividades relacionadas con la gestión del canal y la elaboración, ejecución y evaluación del Plan Estratégico de la Empresa Pública de Comunicación e Información Guaranda TV.

De esta manera de enero a diciembre de 2020 se han desarrollado una serie de acciones comunicacionales a fin de dar a conocer a la ciudadanía cada una de las actividades ejecutadas por la institución.

La Empresa Pública de Comunicación e Información Guaranda TV maneja dentro sus competencias:

- La producción de insumos audiovisuales con carácter formativo, educativo y cultural.
- Coordinar la producción de programas propios a fin de generar contenidos de relevancia ciudadana.
- Realizar coberturas informativas de los temas de coyuntura y actualidad nacional, local e internacional

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda (2020) de cada una se desglosan actividades concretas como:

2.3.6. Comunicación interna:

- Generación y distribución de contenidos de la programación de la Empresa Pública de Comunicación e Información “Guaranda TV”
- Realizar campañas de comunicación externa para fortalecimiento de la participación ciudadana.
- Actualización de la información que se difunde dentro de la programación de esta empresa.
- Levantamiento de información de relevancia ciudadana.
- Investigación periodística. - Edición, postproducción y creación de contenidos.

De igual manera, en base a lo señalado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda (2019) las Atribuciones y responsabilidades del canal Guaranda TV son las siguientes:

- Planificación, organización, coordinación, dirección, control y mejoramiento de las actividades relacionadas con la Gestión del Departamento Canal TV5.
- Elaboración y evaluación del Plan Estratégico del Departamento Canal TV5;
- Elaboración y evaluación del Plan operativo Anual del Departamento Canal TV5;
- Coordinar el trabajo de los equipos periodísticos (qué cobertura, qué entrevista, qué visita a obras, qué tema);
- Dirigir los noticieros y los informativos institucionales (temática, tomas, ángulos, cortes, iluminación);
- Revisar, corregir y aprobar los textos de las notas periodísticas, antes de su grabación en audio;
- Supervisar y aprobar el trabajo de edición tanto de imágenes como de audios previa entrega a la Dirección de Comunicación;
- Producir spots publicitarios del actuar institucional;
- Coordinar la producción de programas propios;
- Coordinar las producciones independientes que están al aire,

- Realizar y actualizar, constantemente, la parrilla de programación;
- Liderar el equipo de trabajo, motivarlo y exigir calidad y resultados. (Guaranda, 2016)

2.3.7. Misión

Promover y construir al desarrollo humano para el mejoramiento de la calidad de vida de la población vulnerable del cantón Guaranda, enmarcado en el art. 35 de la Constitución de la Republica del Ecuador, a través de la gestión, coordinación y ejecución de las políticas sociales del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guaranda, de manera solidaria, transparente y de calidad.

2.3.8. Visión

Ser líder cantonal y referente a nivel provincial, nacional en la gestión de servicios que contribuyan al desarrollo humano, sustentado en la confianza, participación activa de la población vulnerable del cantón Guaranda.

2.3.9. Opinión publica

La opinión pública se define como las diversas formas de expresión que una sociedad tiene con respecto a temas de carácter público. Los ámbitos de discusión son de naturaleza política, económica, social y cultural.

Para que un juicio público se considere como tal, los temas en cuestión deben ser públicos (CEUPE, 2023).

Es claro que la opinión pública existió siempre que existió una sociedad o comunidad humana. Sin embargo, el concepto se aplica especialmente al fenómeno que aumentó de manera significativa en las últimas décadas del siglo XX cuando los medios de comunicación permitieron masificar las noticias y eventos mundiales permitiendo que las poblaciones tomaran mayor conciencia sobre la situación y la realidad tanto en su propio país como en el exterior. Al mismo tiempo, podemos decir que la opinión pública se vio desarrollada aún más con el surgimiento de las redes sociales porque las mismas tienden a generar un efecto contagio que hace que eventos, hechos o formas de opinar se difundan rápidamente y sean tomados por muchas personas incluso sin demasiado compromiso.

No hay una única forma de expresar la opinión pública sino muchas. Claro está que, en la actualidad, si bien es muy común y cada vez más visible el desarrollo de acciones como marchas y protestas en contra o a favor de tal o cual decisión o medida, la realidad nos muestra que la mayor parte de la población demuestra su opinión, aquella que contribuye a formar la opinión pública, en el día a día, en el ámbito doméstico, en el ámbito laboral, en espacios de sociabilidad informal. A esto además debe agregársele el dato de que es un porcentaje pequeño de la población el que sale a la calle cuando la opinión pública puede formarse fácilmente en espacios como las mencionadas redes sociales (Editorial, 2014).

2.4.Marco Legal

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Ley 0

Registro oficial suplemento de 25-jun-2013

Ultima modificación: 07-jul-2017

Estado: Reformado

TÍTULO II- Principios y derechos

CAPÍTULO I - Principios

Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación, ni estigmatización alguna.

Los contenidos que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La revictimización, así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, se tratarán de acuerdo con lo establecido en las

leyes referentes a la materia. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 12).

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional, bajo los parámetros que establezca el Reglamento, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

La investigación y producción de contenidos para la difusión que se refiere el inciso anterior será prioritariamente realizada por los titulares de derechos colectivos.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que se le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad con sus competencias. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 13).

Art. 37.- Derecho al acceso de las personas con discapacidad. Se garantiza el derecho al acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Para ello, los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas que conforman el sistema de comunicación social desarrollarán progresivamente, entre otros, los siguientes mecanismos:

a) Uso de subtítulos.
b) Incorporación de un recuadro adecuado para la interpretación de lengua de señas ecuatoriana.
c) Sistema braille.
d) Otros sistemas desarrollados o a desarrollarse.

El Estado formulará políticas públicas que permitan la investigación para mejorar el acceso preferencial de las personas con discapacidad a las tecnologías de información y comunicación.

Estos mecanismos serán incorporados prioritariamente en los contenidos de programas educativos, noticias, campañas electorales e información emergente sobre riesgos, desastres y anuncios de estados de excepción. Los portales web de los medios de comunicación del país, incorporarán normas técnicas de accesibilidad al contenido web. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 13).

Art. 39.- Derecho a la cláusula de conciencia. - La cláusula de conciencia es un derecho de los comunicadores sociales y las comunicadoras sociales, que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de sus funciones.

Las y los comunicadores sociales podrán aplicar la cláusula de conciencia, sin que este hecho pueda suponer sanción o perjuicio, para negarse de manera motivada a:

1. Realizar una orden de trabajo o desarrollar contenidos, programas y mensajes contrarios al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación
2. Suscribir un texto del que son autores, cuando éste haya sido modificado por un superior en contravención al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación.

El ejercicio de la cláusula de conciencia no puede ser considerado bajo ninguna circunstancia como causal legal de despido de la comunicadora o del comunicador social.

En todos los casos, las y los comunicadores sociales tendrán derecho a hacer público su desacuerdo con el medio de comunicación social a través del propio medio. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 14).

TÍTULO IV - Regulación de contenidos

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de

los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

a) Informativos -I
b) De opinión -O
c) Formativos/educativos/culturales -F
d) Entretenimiento -E
e) Deportivos -D
f) Publicitarios -P

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

Los medios de comunicación de radiodifusión sonora y televisión, públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir sobre el contenido de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 60).

Art. 62.- Prohibición. - Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asista o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de

derechos, de conformidad a sus competencias. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 23).

Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias. - Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

a) Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público
b) Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación "A" y "B": Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta.
c) Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con "A", "B" y "C": Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 24).

Art. 68.1.- Informe Técnico de Contenido. Para la determinación de posible contenido discriminatorio, violento o sexualmente explícito, las personas, u organizaciones de la sociedad civil podrán solicitar al Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación la emisión del Informe Técnico de Contenido.

El Informe Técnico emitido por Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, no tendrá el carácter de vinculante; sin embargo, de ser solicitado por una autoridad pública, deberá ser valorado al momento de emitir una decisión para cada caso concreto.

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de oficio, podrá analizar contenidos comunicacionales; y de ser el caso, ponerlos en conocimiento de la Defensoría del Pueblo para su trámite correspondiente.

El Reglamento de esta Ley, desarrollará el trámite de atención de las solicitudes de Informe Técnico de Contenido.

Este Informe no constituye un requisito para el planteamiento de las acciones legales correspondientes. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 25).

Art. 78.1.- Objetivos de los medios públicos de comunicación social. Los medios públicos de comunicación social tendrán los siguientes objetivos:

a) Facilitar y promover el ejercicio de la libre expresión del pensamiento, así como el derecho a la comunicación democrática de todos los miembros de la ciudadanía.
b) Crear oportunidades para que la ciudadanía genere sus propios espacios de diálogo entre ciudadanos y el Estado, en referencia a sus agendas prioritarias de interés común.
c) Generar espacios de comunicación pública para el fortalecimiento de las relaciones interculturales a fin de fortalecerse en su diversidad y heterogeneidad.
d) Ofrecer contenidos educativos, culturales, deportivos y de recreación que contribuyan e incentiven hábitos de vida saludables. (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 29).

2.4.1. DISPOSICIONES TRANSITORIAS

DECIMA QUINTA. - Los medios de comunicación incluirán en su programación o ediciones, contenidos en las lenguas de relación intercultural, en un porcentaje de

al menos el 5% de su programación en un plazo de un año, contado a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial (LEY ORGANICA DE COMUNICACION, 2019, pág. 47).

2.5. Marco Geo referencial

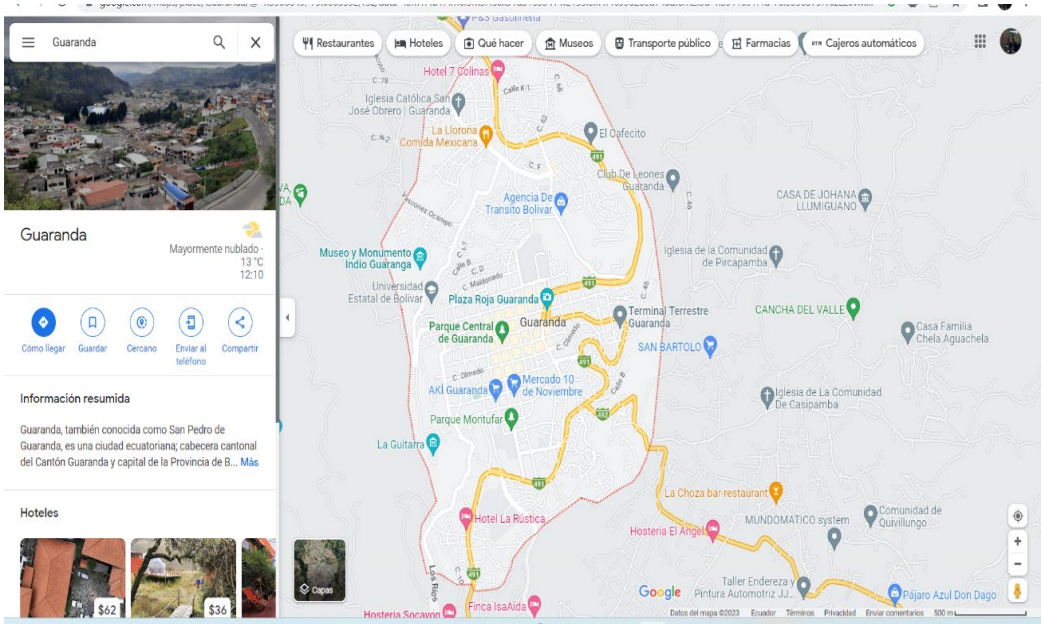


Gráfico 2 *Sector Urbano Guaranda*

Se le conoce de varias maneras, entre ellas como la cabecera cantonal del cantón Guaranda, capital de la Provincia de Bolívar el libertador de los países de Suramérica, como la urbe más grande y poblada de la misma. Pero, es mejor conocido como la Ciudad de las Siete Colinas, se le dice así por el hecho de estar rodeada de las siguientes colinas: Loma de Guaranda, El Mirador, Cruzloma, San Jacinto, Tililag, San Bartolo y Talalag.

Guaranda 6 Parroquias urbanas y 7 Parroquias rurales 8 Citas Historia Guaranda fue fundado como cantón el 24 de junio de 1824.

La población de Guaranda cuenta un total de 93. 130, urbana: 30. 755 y rural: 67. 375 (INEC, 2022).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipos de investigación

3.1.1. Investigación Documental

Para la consolidación de la variable dependiente como la independiente este trabajo se apoyó en la bibliografía donde se fortaleció el mismo.

3.1.2. Investigación de Campo

La investigación se realizó en las zonas urbanas del cantón Guaranda, así mismo el análisis previo del canal en la opinión pública.

3.1.3. Investigación Descriptiva

Es descriptiva por que se recopiló datos de los hechos a través de las herramientas de investigación y los alcances del canal así mismo, la opinión de los televidentes y ciudadanos del cantón Guaranda.

3.1.4. Investigación Explicativa

Este tipo de investigación ayudó a encontrar las causas para determinar las variables del estudio de investigación y si existe interrelación entre las mismas.

3.2.Métodos

3.2.1. Método Científico

Este método permitió buscar bibliografías y artículos que sustentaron este estudio, tras este método se logró fundamentar para así lograr los objetivos propuestos, en este estudio se realizó un análisis para obtener algunos factores que se vinculan con los televidentes del canal Guaranda Tv.

3.2.2. Método Inductivo

Este método permitió pensar en los acontecimientos o problemáticas que surgía de la ciudadanía Guarandeña y el interés de los televidentes, las generalidades donde se accede a proponer sugerencias para mejorar aspectos dentro de las notas informativas y así mismo el impacto de la ciudadanía misma.

3.2.3. Método Deductivo

En este sistema se toman conclusiones generales generando explicaciones y razonamientos, así en esta investigación se conoció los hechos que se difunden tras el canal Guaranda Tv y la influencia que tiene en la ciudadanía Guarandeña, además de conocer diferentes opiniones sobre el canal.

3.2.4. Método Cuantitativa

La metodología nos proporcionó con herramientas en las que se pueden medir y analizar los datos numéricos, lo que permitió obtener resultados objetivos. Este enfoque nos ayudó a sistematizar resultados a través de técnicas estadísticas y matemáticas.

3.2.5. Método Cualitativa

Se centra en comprender las interpretaciones, significados y contextos sociales, a través de técnicas como entrevistas y análisis de los contenidos, ya que se basa en datos no numéricos, porque se centra en buscar la complejidad y fenómenos a través de la interpretación.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. No Experimental

No es experimental porque no se manipuló ninguna de las variables, por lo contrario, se realizó investigaciones mediante el marco teórico y se recopiló información en las encuestas en el sector urbano del cantón Guaranda, a través del cual se conoció el impacto y la opinión pública que tienen en la sociedad de este noticiero.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población que se tomó en cuenta para la investigación fue de 21.958 ciudadanos hombres y mujeres en edades desde los 15 y 69 años, del cantón Guaranda urbano, datos que se obtuvieron del censo de población y vivienda. (INEC, 2022)

Población del cantón Guaranda

Tabla 2 *Población*

Parroquia	Población		Porcentaje	
	Mujeres	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**
Urbana	16.247	14.508	52.8%	47.2%
Total	30.755		100%	

Fuente: INEC, 2022

Note: Elaboración propia

3.4.2. Muestra

Para sacar la muestra se aplica la siguiente formula:

$$N = \frac{n}{e2\ (n - 1) + 1}$$

En donde:

N: Muestra de estudio (21.958 datos del INEC 2022 parte urbana)

n: Población total (93.130 datos del INEC 2022)

e: Marguen de error (0.05)

$$N = \frac{21.958}{(0,05)2\ (21.958 - 1) + 1}$$

$$N = \frac{21.958}{55.82}$$

$$N = 392$$

3.4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.3.1. Técnicas

Las técnicas que se utilizó para recopilar información relevante y objetiva de manera estructurada y coherente son:

3.4.3.2. Encuesta

Con esta técnica se pudo obtener datos que se analizaron para identificar tendencias, patrones y relaciones entre variables, lo que proporciona una visión más clara de la opinión y la percepción de los televidentes.

3.4.3.3. Entrevista

Con esta técnica se recolecto información de los integrantes del medio comunicación Guaranda tv canal 25.

- Jefe de noticias: Lic. Marlon Quintana
- Gerente del medio: Lic. Andrea Guerrero
- Reportero del medio: Lic. Víctor Poma

3.4.3.4. Ficha de observación

Con la ficha de observación nos permitirá identificar cuáles son los sesgos que tiene el canal Guaranda Tv, de esta manera poder analizar cada uno de los contenidos periodísticos y optar medidas que ayuden al medio a su mejoramiento de calidad.

Instrumento

El instrumento que se utilizaron dentro de la investigación es:

- Guía de preguntas
- Cuestionario
- Ficha de observación

3.5. Técnicas de procedimiento para el análisis

El proceso de recolección de datos para el análisis e interpretación fueron los siguientes.

- Identificación de la población a investigar
- Definición de objetivos y preguntas de investigación
- Recolección de datos a través de encuestas
- Análisis de fuentes
- Comprobación de la idea a defender con la estadística aplicada
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos

CAPÍTULO IV

RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de encuestas

Datos informativos

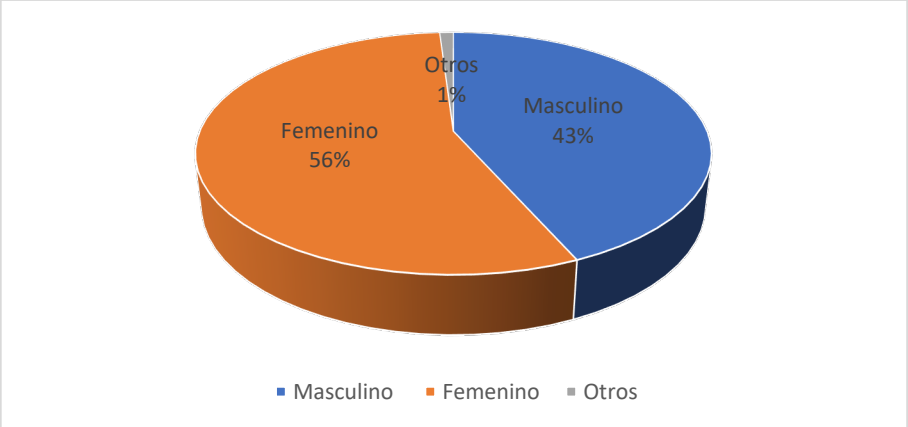
Género

Tabla 3 *Género*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	170	43%
Femenino	218	56%
Otros	4	1%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 3 *Género*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que la mayor proporción de individuos pertenece al género Femenino, con un 56%, seguido por el género Masculino, que representa el 43%. Es importante destacar la inclusión de la categoría "Otros", que representa un pequeño pero significativo 1% del total de la muestra. Este grupo incluye posiblemente personas no binarias, de género fluido u otras identidades de género diversas.

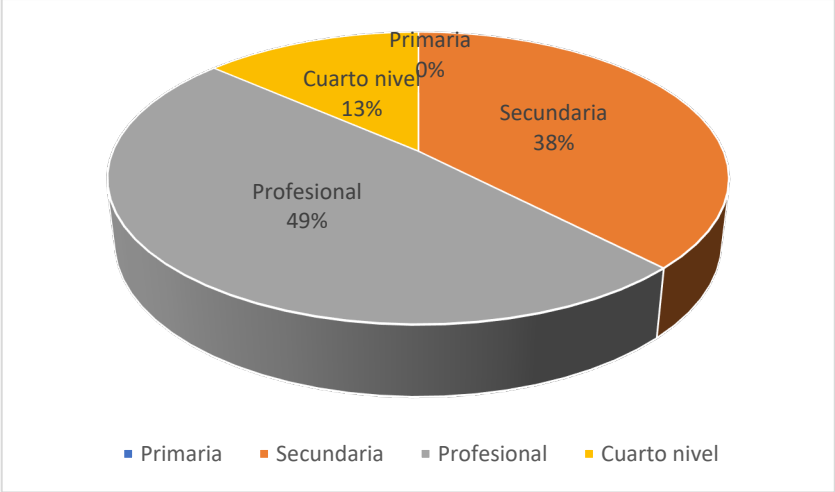
Nivel educativo

Tabla 4 *Nivel educativo*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	148	38%
Profesional	191	49%
Cuarto nivel	53	13%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 4 *Nivel educativo*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

El conjunto de datos presenta una distribución interesante en términos de niveles educativos, donde se observa que la categoría Profesional tiene la mayor representación, abarcando el 49% del total de la muestra. Le sigue la categoría Secundaria, que constituye el 38%, mientras que el Cuarto Nivel representa el 13%. No hay datos registrados para el nivel educativo de Primaria, indicando que la muestra se compone principalmente de individuos que han completado al menos la educación secundaria.

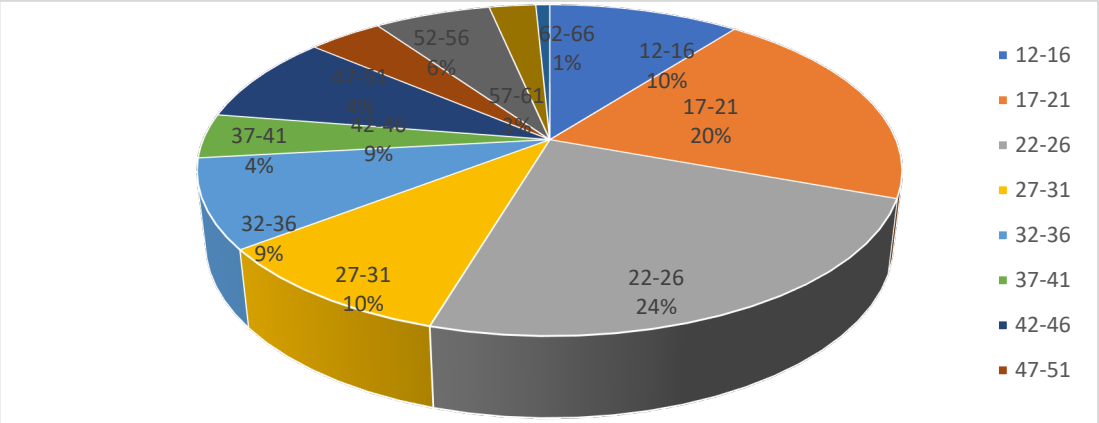
Edad

Tabla 5 *Edad*

Intervalos de Edades	Edades	Porcentaje
12-16	41	10.46%
17-21	79	20.15%
22-26	94	23.98%
27-31	39	9.95%
32-36	34	8.67%
37-41	17	4.34%
42-46	34	8.67%
47-51	16	4.08%
52-56	25	6.38%
57-61	10	2.55%
62-66	3	0.77%
Total	**392**	100.00%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 5 *Edad*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

La categoría más numerosa en la muestra analizada es la de 22-26 años, abarcando el 24% del total, seguida de cerca por la categoría de 17-21 años, que representa el 20%. Estos resultados indican una concentración significativa de la población en edades jóvenes, marcando la transición de la adolescencia a la adultez temprana. La presencia destacada de individuos en estos rangos de edad sugiere posibles repercusiones en áreas clave como la educación, el empleo y la toma de decisiones. Por otro lado, el análisis revela una disminución progresiva en la frecuencia de individuos a medida que aumenta la edad, siendo la categoría de 62-66 años la menos representada, con apenas el 1% del total. Además, se observa una menor presencia de individuos en los extremos de la distribución de edades, específicamente en las categorías de 12-16 y 57-61 años.

Pregunta 1

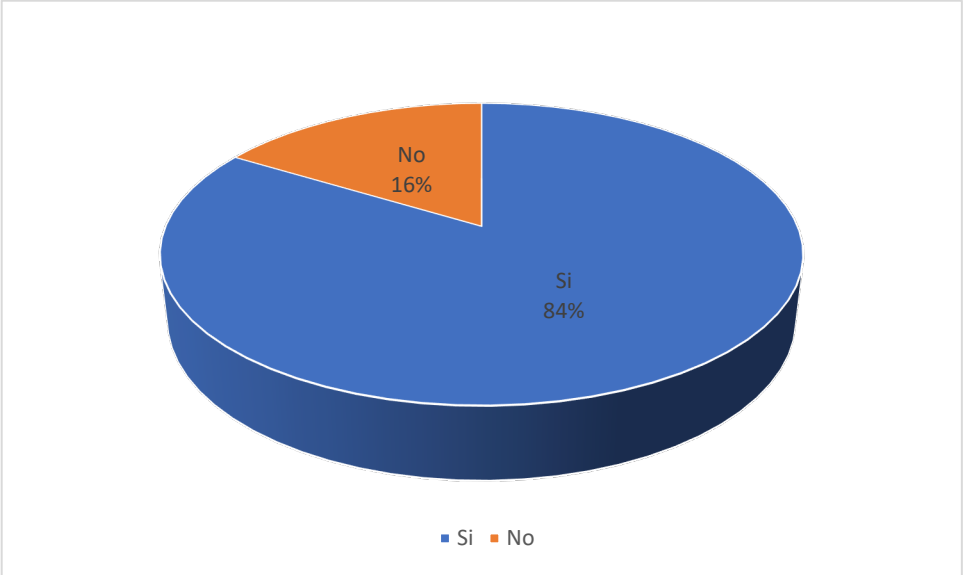
¿Usted cuenta con televisor?

Tabla 6 *¿Usted cuenta con televisor?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	328	84%
No	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 6 *¿Usted cuenta con televisor?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

La gran mayoría de la muestra, el 84%, indica que sí cuentan con televisor. El 16% de la muestra declara que no cuenta con televisor.

La abrumadora mayoría de los encuestados posee un televisor, lo que indica una alta penetración de este dispositivo en la muestra. La baja proporción de personas que no cuentan con televisor podría deberse a diversas razones, como preferencias de estilo de vida, acceso limitado o elección personal.

Nota: La encuesta terminaba cuando los encuestados respondían que no.

Pregunta 2

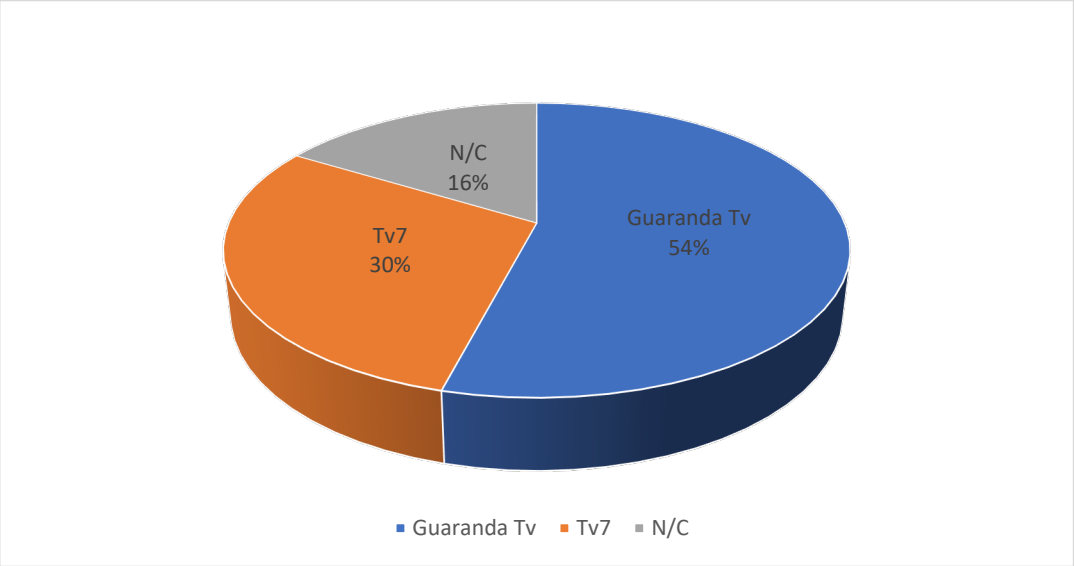
¿Qué canal local ve usted?

***Tabla** 7 ¿Qué canal local ve usted?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Guaranda Tv	212	54%
Tv7	116	30%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

***Gráfico** 7 ¿Qué canal local ve usted?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Este conjunto de datos proporciona información sobre la preferencia de canales de televisión en la muestra, mostrando tres categorías principales: Guaranda Tv, Tv7 y la categoría "N/C" (No Contesta). La distribución revela que el 54% de la muestra tiene preferencia por Guaranda Tv, seguido por Tv7 con el 30%. La categoría "N/C" representa el 16%, indicando posiblemente que un segmento significativo de la muestra no ha indicado su preferencia o se encuentra en una categoría no contesta.

Pregunta 3

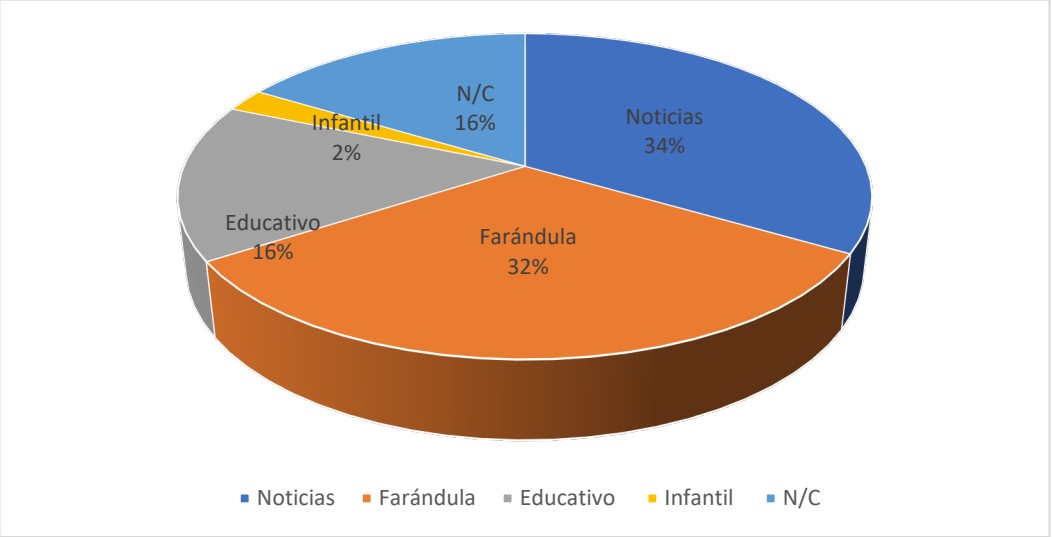
¿Qué tipos de contenidos le gusta visualizar a usted?

Tabla 8 *¿Contenidos que le gusta visualizar?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	131	34%
Farándula	127	32%
Educativo	61	16%
Infantil	9	2%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 8 *¿Contenidos que le gusta visualizar?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

La muestra destaca la notoria relevancia de las "Noticias" y "Farándula", con un 34% y un 32% respectivamente, señalando una fuerte inclinación hacia el contenido informativo y de entretenimiento en la audiencia estudiada. Aunque el interés en programación "Educativa" representa el 16%, sugiere una apreciación sustancial por contenido que busca informar y enriquecer. Sin embargo, la baja preferencia por contenido "Infantil" con solo un 2% indica un interés relativamente limitado en programas destinados a audiencias más jóvenes. La categoría "N/C" (No Contesta) con un 16% destaca el porcentaje del número de las personas que no respondieron.

Pregunta 4

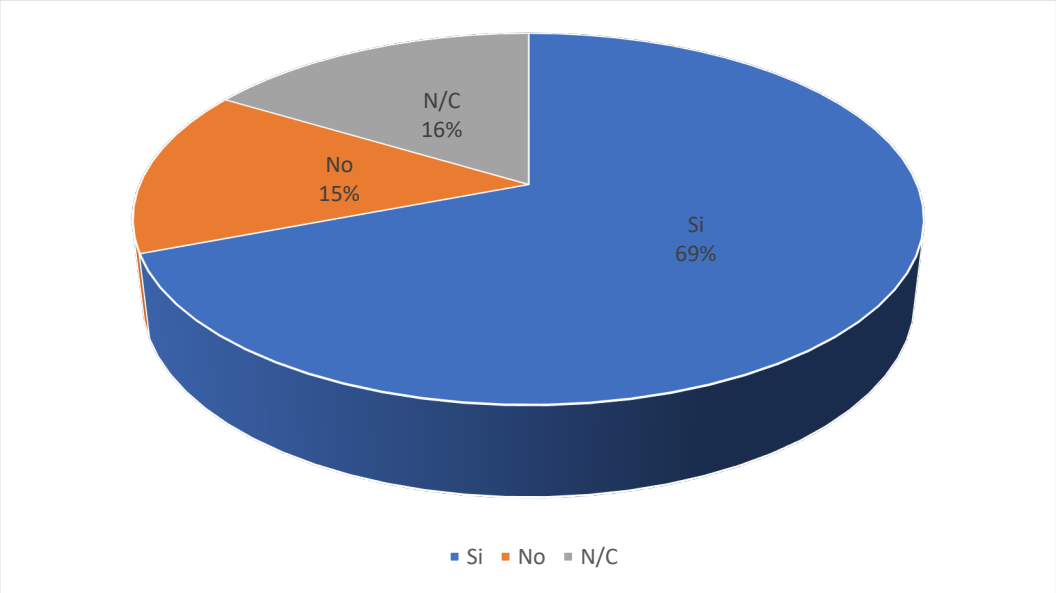
¿Consume usted regularmente contenido noticioso en televisión?

Tabla 9 *Contenido noticioso*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	69%
No	57	15%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 9 *Contenido noticioso*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En el análisis de estos datos, destaca que el 69% de la muestra respondió afirmativamente ("Sí"), indicando una mayoría que está de acuerdo o respalda la pregunta o afirmación planteada. Por otro lado, el 15% que respondió negativamente ("No") representa una proporción significativa de individuos que expresan desacuerdo o discordancia en la muestra estudiada. La presencia del 16% en la categoría "N/C" (No Contesta) añade complejidad al panorama, sugiriendo la existencia de respuestas no especificadas o ambivalentes.

Pregunta 5

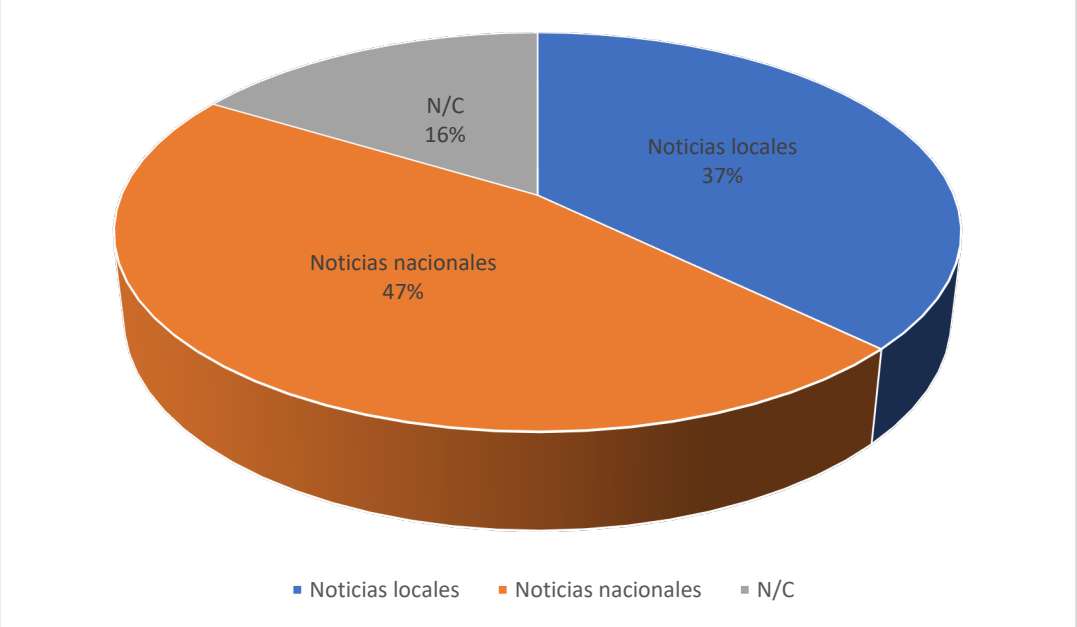
¿Prefiere ver noticias locales o noticias nacionales en la televisión?

Tabla 10 *Observa noticias locales o noticias nacionales*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Noticias locales	146	37%
Noticias nacionales	182	47%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 10 *Observa noticias locales o noticias nacionales*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Se destaca que el 37% de la muestra tiene preferencia por las "Noticias locales", mientras que un porcentaje más alto, el 47%, muestra interés en las "Noticias nacionales". Este patrón puede indicar un equilibrio entre el interés por la información local y nacional dentro de la audiencia estudiada. La presencia del 16% en la categoría "N/C" (No Contestó) sugiere que un segmento considerable no ha especificado sus preferencias o no ha sido clasificado en ninguna de las categorías propuestas.

Pregunta 6

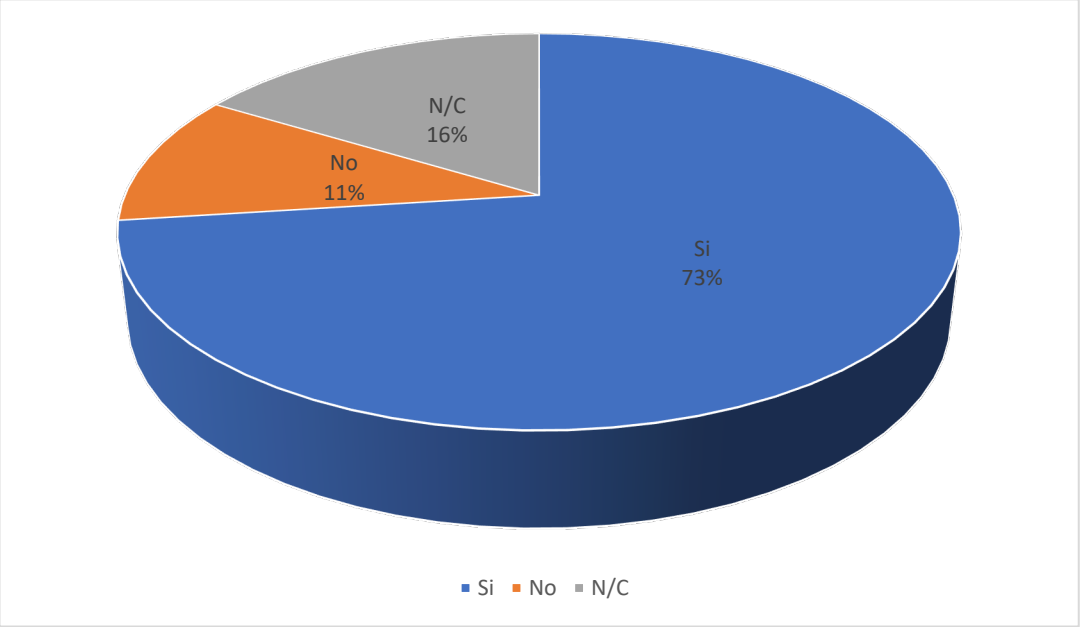
¿Cree que el canal de televisión ha sido adaptable y ha mantenido su relevancia para las audiencias actuales?

Tabla 11 *¿El canal de Tv se adaptó a las nuevas audiencias?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	286	73%
No	42	11%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 11 *¿El canal de Tv se adaptó a las nuevas audiencias?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En la evaluación de estos datos, se observa que una abrumadora mayoría, el 73%, ha respondido afirmativamente ("Sí"). Esta alta proporción puede sugerir un consenso generalizado o una aceptación general de la afirmación o pregunta formulada en la muestra estudiada. En contraste, el 11% de respuestas negativas ("No") indica una minoría que discrepa o no está de acuerdo. Un 16% no contestó (N/C).

Pregunta 7

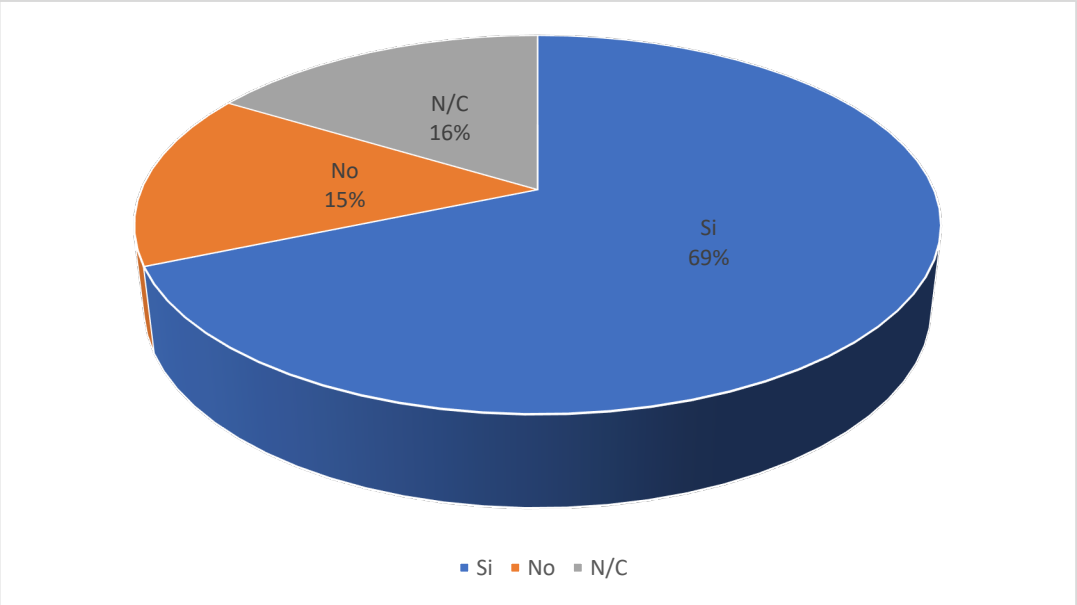
¿Confía en la precisión de la información presentada por este canal de televisión?

Tabla 12 *¿Confía en la precisión de la información presentada?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	269	69%
No	59	15%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 12 *¿Confía en la precisión de la información presentada?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Se destaca que el 69% de la muestra ha respondido afirmativamente ("Sí"), indicando una mayoría significativa que está de acuerdo o respalda la afirmación o pregunta planteada. Por otro lado, el 15% de respuestas negativas ("No") señala una proporción menor de individuos que expresan desacuerdo o discordancia en la muestra estudiada. La categoría "N/C" (No Contestó) con un 16% sugiere que un segmento considerable no ha especificado sus respuestas.

Pregunta 8

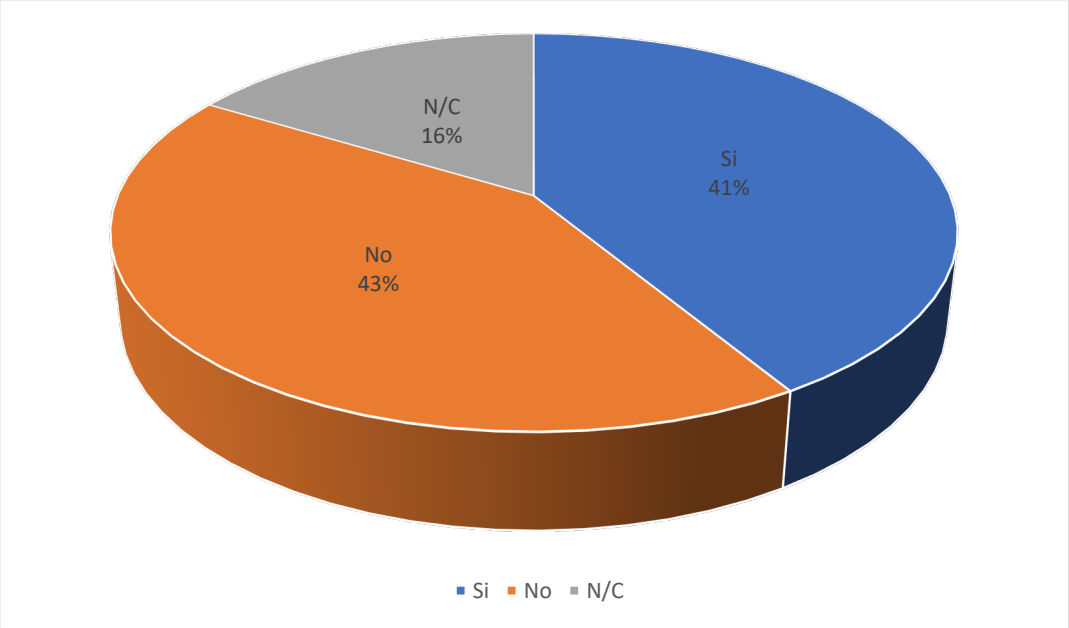
¿Ha notado algún sesgo político en el contenido de noticias de este canal de televisión?

Tabla 13 *Sesgo político en el contenido de noticias*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	162	41%
No	166	43%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 13 *Sesgo político en el contenido de noticias*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

La evaluación de estos datos revela una distribución equitativa entre las respuestas afirmativas ("Sí") y negativas ("No"), con un 41% y un 43%, respectivamente. Esta paridad indica una división casi equitativa de opiniones dentro de la muestra estudiada. La categoría "N/C" (No Contestó) con un 16% sugiere que un segmento considerable no ha especificado sus respuestas o no ha sido clasificado en ninguna de las categorías propuestas.

Pregunta 9

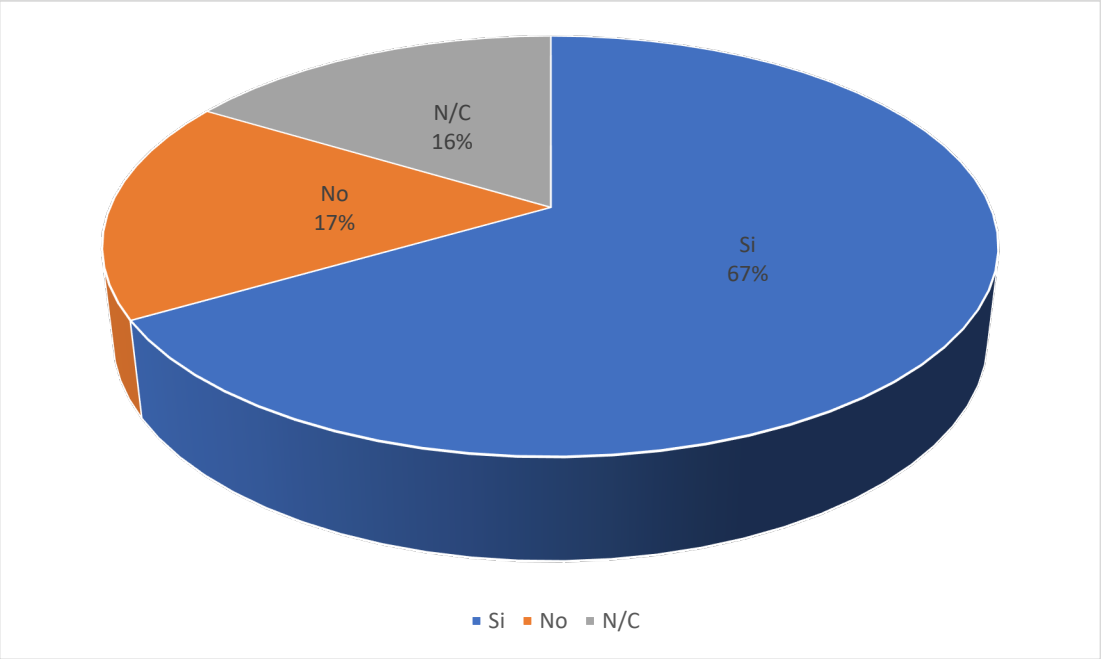
¿Cree que el canal de televisión refleja adecuadamente la diversidad de voces y perspectivas en su programación?

Tabla 14 *¿Existe diversidad de voces y perspectivas en su programación?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	261	67%
No	67	17%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 14 *¿Existe diversidad de voces y perspectivas en su programación?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Destaca que el 67% de la muestra ha respondido afirmativamente ("Sí"), indicando una mayoría que está de acuerdo o respalda la afirmación o pregunta planteada. La proporción del 17% de respuestas negativas ("No") sugiere una minoría que discrepa o no está de acuerdo, mostrando cierta diversidad de opiniones dentro de la población estudiada. La categoría "N/C" (No Contestó) con un 16%.

Pregunta 10

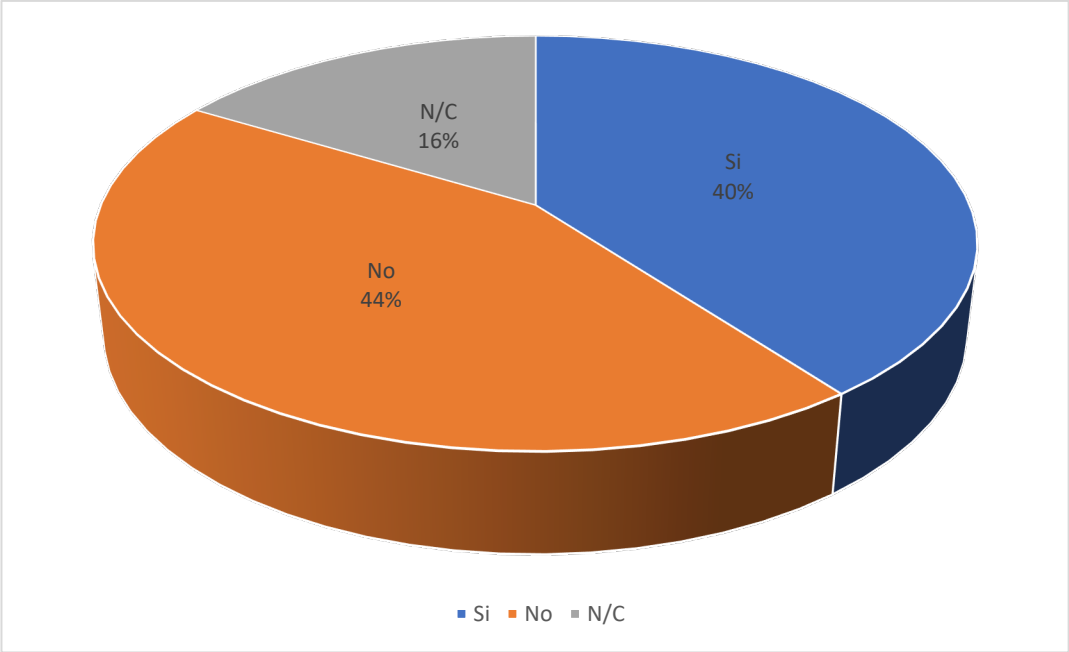
¿Ha experimentado la difusión de noticias falsas o desinformación a través de este canal de televisión?

Tabla 15 *Difusión de noticias falsas o desinformación*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	156	40%
No	172	44%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 15 *Difusión de noticias falsas o desinformación*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

La percepción de la difusión de noticias falsas o desinformación a través del canal de televisión es significativa, con un 40% de la muestra indicando haber experimentado esto. La mayoría (44%) no ha experimentado tal difusión, lo cual es positivo para la credibilidad del canal en cuanto el 16% no contesto.

Pregunta 11

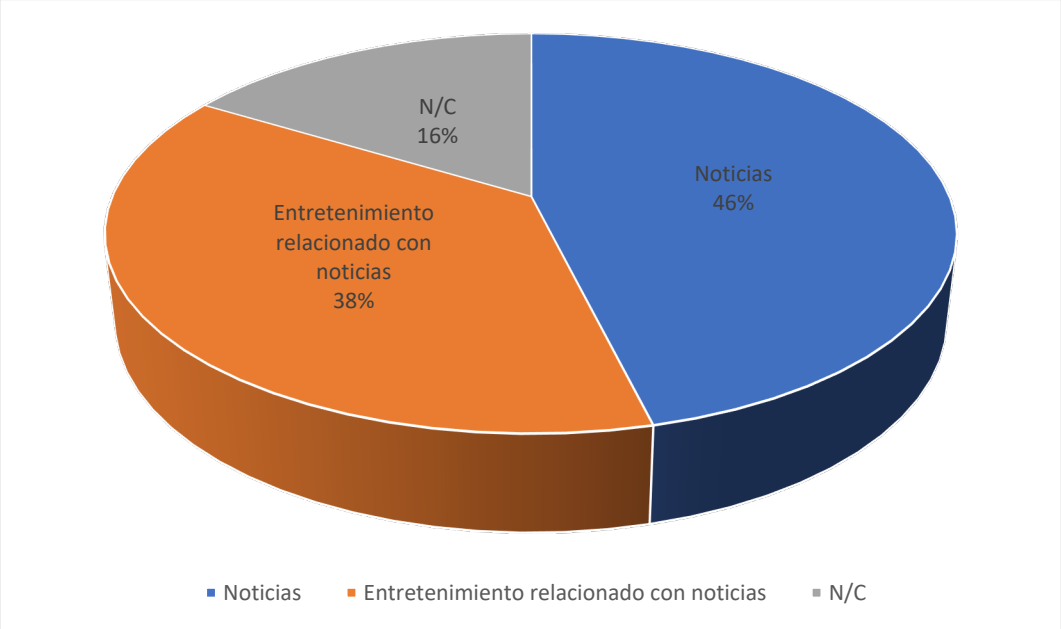
¿Prefiere que el canal de televisión se enfoque más en informar sobre?

Tabla 16 *Enfoque más en informar*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	181	46%
Entretenimiento relacionado con noticias	147	38%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 16 *Enfoque más en informar*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Hay una división en las preferencias de enfoque del canal, con un porcentaje ligeramente más alto (46%) prefiriendo un enfoque en noticias en comparación con el entretenimiento relacionado con noticias (38%). La preferencia por noticias sugiere que una parte significativa de la audiencia valora la información y la actualidad. El 16% no contesto.

Pregunta 12

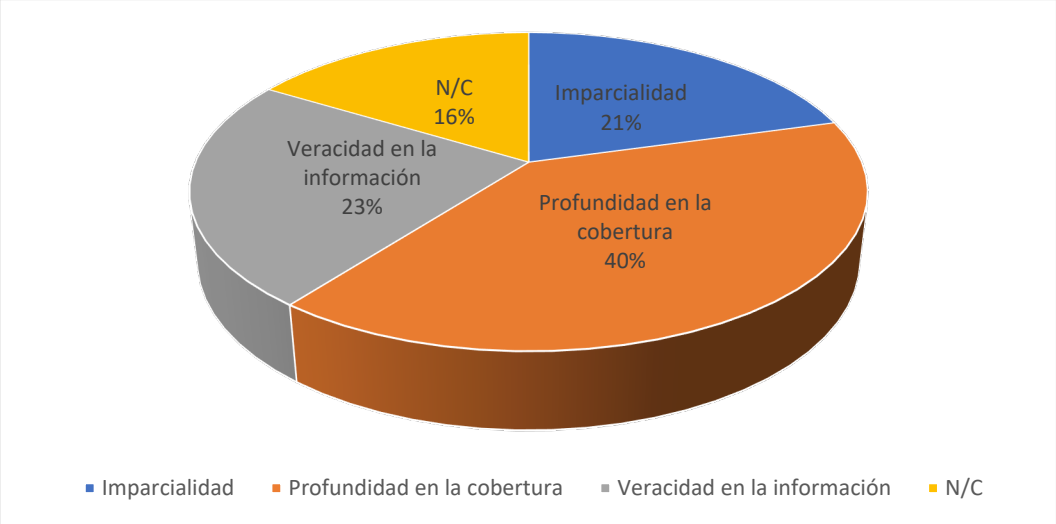
¿Qué valora más en la interacción del canal con las audiencias?

Tabla 17 *Interacción del canal con las audiencias*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Imparcialidad	81	21%
Profundidad en la cobertura	156	40%
Veracidad en la información	91	23%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 17 *Interacción del canal con las audiencias*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Un 21% de la muestra valora más la imparcialidad en la interacción del canal con las audiencias. Un 40% valora más la profundidad en la cobertura, el 23% valora más la veracidad en la información, el 16% no contestó (N/C).

La muestra presenta preferencias diversas en cuanto a lo que más se valora en la interacción del canal con las audiencias, con una distribución equitativa entre imparcialidad, profundidad en la cobertura y veracidad en la información.

Pregunta 13

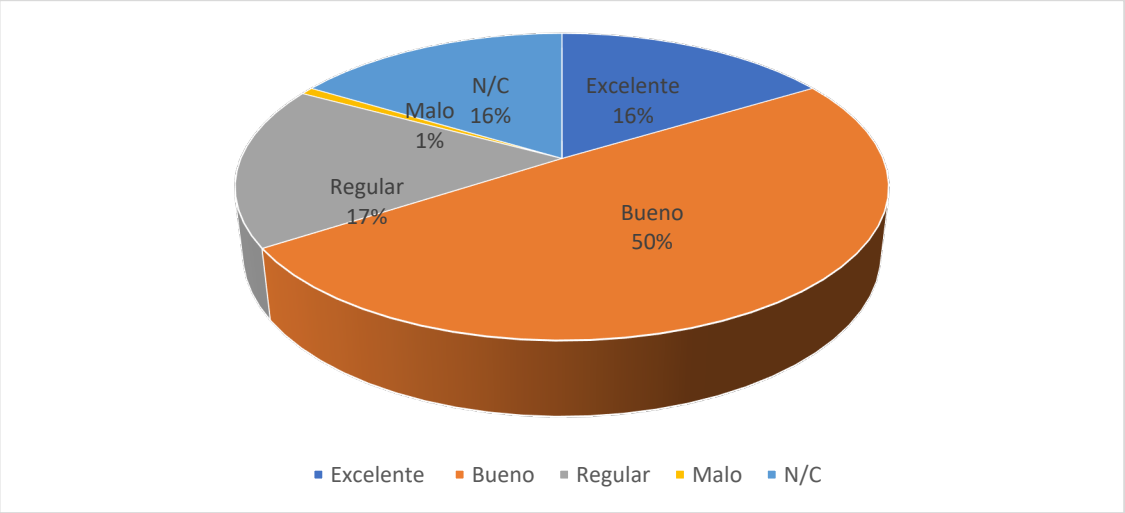
En general, ¿cómo calificaría el estilo de noticias de este canal de televisión?

Tabla 18 *¿Cómo calificaría el estilo de noticias?*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	64	16%
Bueno	194	50%
Regular	67	17%
Malo	3	1%
N/C	64	16%
Total	392	100%

Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Gráfico 18 *¿Cómo calificaría el estilo de noticias?*



Fuente: Personas encuestadas en Guaranda
Note: Elaboración propia

Análisis e interpretación

La categoría más frecuente es "Bueno", con un 50%, indicando que la mayoría tiene una percepción positiva del tema en cuestión. Sin embargo, el 16% clasificado como "Excelente" sugiere que un segmento apreciable tiene una evaluación aún más positiva. La categoría "Regular" representa el 17%, señalando una proporción significativa que considera la situación de manera intermedia. Resulta llamativo que solo un 1% de la muestra califica la situación como "Malo", lo que indica una evaluación mayoritariamente favorable. La categoría "N/C" (No contestó) con un 16%.

4.2. **ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS**

Tabla 19 *Entrevista al jefe de noticias*

PREGUNTAS	**ENTREVISTA 1** **LIC. MARLON ENRIQUE QUINTANA/JEFE DE NOTICIAS DEL MEDIO**
1. En su cargo de jefe de producción de noticias, ¿cómo describiría la misión y visión de su equipo en la elaboración de contenido noticioso para el canal?	Bueno es un proceso bastante interesante que manejamos aquí en el canal que contamos con un equipo profesional. La visión es mantener muy bien informados a nuestros televidentes, lógicamente recabando información de primera mano de primera fuente, y ello vamos contrastando inclusive para dar un producto importante, cien por ciento garantizado a nuestros televidentes.
2. ¿Cuáles son los temas o géneros principales de noticias que su equipo cubre y por qué son relevantes para la audiencia?	Bueno los géneros que manejamos aquí en el canal más son de corte social. Siempre estamos involucrados con la sociedad, el tratar de ir mejorando las condiciones de vida de nuestra población y somos exigentes en ello, pues para que ojalá a través del medio de comunicación se cumpla por parte de la autoridad cada uno de aquellos ofrecimientos que se van realizando.
3. En un entorno de noticias en constante cambio, ¿cómo asegura que el contenido que producen sea adaptable y responda a las necesidades de la audiencia actual?	Bueno, eso tenemos que ir supervigilando permanentemente para que, los contenidos que manejamos aquí en el medio de comunicación sean adaptables, sean claros, sean transparentes y la población pueda asimilar.
4. ¿Puede proporcionar ejemplos de estrategias que han implementado para mantener la relevancia y el interés del público en su contenido noticioso?	Las estrategias del medio de comunicación es constantemente el tener talleres, el mejoramiento en el tema profesional de nuestros funcionarios y colaboradores para mantener como hacemos una información muy clara y transparente.
5. ¿Cuál es su enfoque para garantizar la precisión y objetividad en la presentación de la información? ¿Qué	Bueno, aquí tenemos algunos filtros, hoy en la actualidad, la información tiene que ser contrastada como manifestamos y los filtros que manejamos acá son exigentes para que la información fluya de manera positiva y veraz.

procesos de verificación utilizan?	
6. En términos de diversidad y representación, ¿cómo se aseguran de que las voces y perspectivas diversas estén presentes en sus noticias?	En nuestro informativo tenemos una variedad de profesionales, los estilos son diferentes. Y en ello, pues en un medio de comunicación tiene estrategias internas en las que vamos implementando permanente conociendo el mejoramiento a través de talleres y seminarios y la capacitación que es importante.
7. Con la influencia creciente de las plataformas digitales, ¿cómo han adaptado su producción de noticias para abordar las audiencias en línea y las redes sociales?	Es un punto clave, el que manejamos también el tema virtual acá hemos cambiado bastante la tónica o la temática, no solo nos manejamos en señal abierta, sino también a través de las redes sociales y es un impacto importante el que nosotros tenemos lógicamente, pues con una gran audiencia.
8. ¿Cuáles son las políticas y prácticas para mantener la independencia editorial y evitar la interferencia externa en la toma de decisiones noticiosas?	La política del medio de comunicación es abierta y las autoridades, quienes están al frente de la institución, nos han dado esa libertad para poder trabajar. Y tenemos una variedad de temas en que principalmente nuestros oyentes, nuestros televidentes son quienes tienen total libertad, incluso nosotros manejamos total libertad para poder trabajar, no tenemos inconvenientes en ese punto.
9. ¿Cómo manejan las situaciones de presión o controversia relacionadas con el contenido noticioso? ¿Qué enfoque tienen para la responsabilidad y la transparencia?	Bueno, acá la ética aún se maneja en el medio de comunicación, a veces es solo una palabra en la que se emplea en los medios de comunicación, con todo respeto. Pero hemos tratado no de esto, de mantener, de que el mismo hecho la línea editorial que maneja Guaranda Tv canal 25 siga ampliándose mucho más, entonces lo que aspiramos es de que mismo hecho de la libertad con la que trabajamos nos pueda dar importantes resultados en el hecho que la audiencia se sienta tranquila y confiada de que hay un medio de comunicación serio y responsable.
10. Finalmente, ¿cómo definiría el estilo de noticias del canal? ¿Tienen un enfoque particular o un objetivo al presentar las	Nuestro compromiso es con la sociedad, como decíamos, el trabajo que nosotros realizamos es comunitario, estamos siempre pendientes de las necesidades, de los problemas de las soluciones

noticias de manera efectiva y comprometida con la audiencia?	que se pueden originar a través del medio de comunicación. Es una herramienta importantísima y somos el nexo entre la sociedad y la autoridad. Siempre habrá ese acercamiento.

Fuente: Lic. Marlon Enrique Quintana/ jefe de noticias
Note: Elaboración propia

Tabla 20 Entrevista a gerente general del canal

PREGUNTAS	ENTREVISTA 2 LIC. ANDREA GUERRERO / GERENTE GENERAL DEL MEDIO
1. **¿Cómo describiría el enfoque general de su canal en cuanto al tipo de contenido que se transmite? ¿Cuáles son los valores y objetivos principales?**	De acuerdo a lo descrito en el Código Deontológico del Personal de la Empresa Pública Municipal de Comunicación e Información Guaranda TV, vigente desde julio de 2016, la institución tiene como principal objetivo brindar a la ciudadanía contenidos televisivos que les formen, informen y entretengan sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales culturales informativos y la participación ciudadana, aspirando siempre a ser un medio de comunicación público eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente de la ciudadanía en el área de servicio turístico, cultural, deportivo, educativo y comunitario. Los valores de la empresa son: transparencia, honestidad, responsabilidad, compromiso, lealtad, solidaridad, respeto y equidad.
2. **En un mercado de medios en constante cambio, ¿cómo se asegura que el canal sea adaptable y siga siendo relevante para las audiencias contemporáneas?**	Es importante que el canal mantenga una constante renovación de contenidos para mantener o mejorar su posicionamiento. Por el momento, el canal se encuentra en un proceso de transición. El objetivo de la actual gerencia es renovar y posicionar a Guaranda TV como un medio televisivo y digital local competitivo, moderno y eficiente, con programas informativos, educomunicacionales, pluriculturales, educativos y deportivos, a través de una nueva imagen (marca), con contenidos de calidad que fomenten la credibilidad y ética

	periodística; a su vez, ser un canal que promueva campañas o acciones de carácter social en beneficio de la comunidad.
3. ¿Cuáles son los criterios principales que utiliza para seleccionar y programar contenido en su canal? ¿Qué consideraciones éticas tienen en cuenta en este proyecto?	La empresa proporciona un servicio público de comunicación a la ciudadanía, por lo tanto, es necesario que quienes conforman dicha institución conserven la imagen de calidad, calidez y honestidad que el canal requiere para generar confianza en los televidentes y la ciudadanía en general. Se promueve la adopción de principios éticos que reflejan que el personal está constituido por gente con altos estándares de actuación y conducta, que permiten fortalecer la integridad en todos los niveles.
4. ¿Puede proporcionar ejemplos de situaciones en las que haya tenido que tomar decisiones difíciles sobre el contenido que se transmite debido a consideraciones éticas? ¿Cómo las manejó?	Por el momento, el canal se encuentra en un proceso de transición con la designación de la nueva gerente. En este corto periodo de tiempo no se ha enfrentado una situación como la que se menciona en la pregunta.
5. En relación con la diversidad y la inclusión, ¿cómo garantiza que su canal refleje una variedad de voces y perspectivas en su programación?	Existe un estricto cumplimiento de la normativa vigente, para generar una cultura de confianza, responsabilidad, honradez y apego a la verdad. Es un medio de comunicación diverso, inclusivo, intercultural y participativo.

6. ¿Cuáles son sus políticas y prácticas para garantizar la veracidad y la precisión de la información transmitida en su canal, especialmente, en un contexto de desinformación?	Es obligación del medio de comunicación proporcionar a la ciudadanía información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural y con responsabilidad ulterior. La información es corroborada con las fuentes respectivas antes de ser transmitidas. Se cumple con lo que se indica en el Código Deontológico.
7. ¿Cómo aborda la responsabilidad social corporativa en su canal? ¿Participa en iniciativas relacionadas con la comunidad o el medio ambiente?	Uno de los objetivos del plan de renovación del canal, es que sea un medio que promueva y lidere campañas o acciones de carácter social y ambiental, en beneficio de la comunidad.
8. Con la creciente popularidad de las plataformas de streaming y las redes sociales, ¿cómo se adapta su canal a la competencia digital y a las nuevas formas de consumo de medios?	Como parte de las acciones de la actual gerencia, se está trabajando en un plan para fortalecer al canal en las plataformas digitales, como por ejemplo publicar en las redes sociales productos audiovisuales y nuevos contenidos para mantener a la empresa a la vanguardia en la era digital e incrementar la interacción con el medio de comunicación.
9. ¿Cuál es su enfoque para mantener un equilibrio entre los intereses comerciales, como la publicidad y la integridad editorial y ética en la programación de su canal?	Actualmente, el medio de comunicación contrata ni cuenta con publicidad externa. En cuanto a la línea editorial y ética en la programación, existe respeto a la libertad de expresión, se promueven espacios de diálogo, abiertos y plurales; además, los contenidos televisivos fomentan los valores familiares, éticos, morales, sociales y culturales. Se actúa apegados a la norma ética vigente.

10. ¿Cuál es su visión a largo plazo para el canal en términos de contenido, adaptabilidad y ética? ¿Qué metas o desafíos espera enfrentar en el futuro?	La visión a largo plazo es que la empresa pública sea autosustentable y como medio de comunicación que sea reconocido como un canal competitivo, productivo, moderno e incluyente, que contribuya a la construcción y promoción de los ámbitos turístico, cultural, deportivo, educativo y comunitario.

Fuente: Lic. Andrea Guerrero/Gerente del medio
Note: Elaboración propia

Tabla 21 *Entrevista a reportero*

PREGUNTAS	**ENTREVISTA 3** **LIC. VÍCTOR POMA /REPORTERO DEL CANAL**
1. ¿Cómo describiría el enfoque general de las noticias que produce para el canal? ¿Cuáles son los temas o géneros principales que cubre?	Los géneros son la noticia, el reportaje y la entrevista.
2. En un entorno de noticias en constante cambio, ¿cómo se asegura de que su trabajo sea adaptable y relevante para la audiencia actual?	Bueno, le debo manifestar que nosotros, cada día que venimos a nuestro trabajo, vemos los temas que en boga en la ciudad. No tenemos cerco para nadie, el trabajo es imparcial y tratamos de ser lo más objetivo que sea y el canal es la voz de los que no tienen.
3. ¿Cuál es su proceso para investigar y verificar la información antes de presentar una noticia? ¿Qué medidas toma para garantizar la precisión y la objetividad?	Por ejemplo, nosotros con mi compañero de equipo, vemos que temas escoger de las instituciones, de personajes e incluso también emprendimientos que se den en la ciudad. Usted sabe que los 3 años de pandemia afectaron varios sectores y uno también hay que ayudar a promocionar, el canal no es solo del municipio, es de la ciudad y nosotros le vamos enrumbando a través del canal 5.

4. ¿Puede proporcionar un ejemplo de una situación en la que tuvo que tomar decisiones difíciles sobre la presentación de una noticia debido a consideraciones éticas o de integridad informativa?	Les comento que hace unos 10 años fuimos a Simiatug con mi compañero y una respetable maestra muy querida de allá de Simiatug de apellido Granja no me acuerdo el nombre. Nos contactó con nosotros porque había una persona indigente, discapacitada que, pese a tener familiares, le habían abandonado como un animalito. Comía, dormía hacia las necesidades en la misma cama. Para nosotros fue algo sorpréndete que incluso nos salían algunas lágrimas porque era un tema sumamente fuerte. Se logro a través del reportaje que presentamos que una entidad de ayuda social se hiciera cargo, pero no duro mucho la alegría porque a los mese falleció. Ese fue uno de los temas que más nos impactó.
5. ¿Cómo aborda la diversidad y la inclusión en sus reportajes? ¿Cómo garantiza que las voces y perspectivas diversas se reflejen en sus historias?	El canal es una tribuna, para cholos, indígenas, blancos para gente de toda raza. No hay condición social. Nosotros hacemos las coberturas de distintos temas y no excluimos a nadie, por el contrario, queremos incluir a la mayor parte de personas.
6. En un mundo digital, ¿cómo integra las plataformas en línea y las redes sociales en su trabajo periodístico?	Le comento que en el canal usted sabe que este rato la tecnología ha avanzado vertiginosamente, y las plataformas digitales es el apogeo en estos momentos, pero ventajosamente el canal, además de tener señal abierta, también tiene señal en Facebook. Entonces nosotros salimos a través de los dos medios para informar de lo que se da aquí en la ciudad.
7. ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el formato y el estilo de sus reportajes? ¿Cómo adapta su enfoque a diferentes tipos de audiencias?	Le comento que nosotros tratamos de llegar con un lenguaje sencillo, relatar la noticia de la manera como usted dijo, hay diferentes tipos de audiencias, pero nosotros le hacemos un formato para que sea entendido, llegue más que todo, nuestro trabajo es informar.
8. ¿Cómo maneja las presiones externas o las solicitudes de influencia en la presentación de noticias? ¿Qué salvaguardias tiene para mantener la independencia editorial?	Le comento que el canal tiene una independencia completa, no hay sesgos. Que le digo, por ejemplo; Nos envían solicitudes a través de oficios o los contactos, como ya nos conocen nos piden diferentes instituciones, personajes, como le decía antes emprendedores nos buscan para que les ayudemos y nosotros con todo el cariño del mundo hacemos los reportajes, las notas periodísticas, las entrevistas sin que les cueste ni un solo centavo, porque el canal informa, entretiene y educa también.

9. ¿Cuál considera que es la principal responsabilidad de un reportero de televisión en la era actual de la información? ¿Cómo equilibra la necesidad de informar con la responsabilidad ética?	Mire nosotros lo primerito que tenemos que tener son los valores éticos y morales, nosotros no vendemos, no nos vendemos ante nadie, cumplimos ese rol de informarte el lugar, los hechos de todos los acontecimientos que se den aquí en la ciudad y abecés en la provincia cuando hay movilización
10. Finalmente, ¿cómo describe su estilo de reportaje y narración de historias? ¿Tiene un enfoque particular o un objetivo al contar noticias de manera efectiva?	Le comento que el estilo que nosotros hemos adaptado también tiene bastantes referencias a los compañeros, por ejemplo, Angelito García, Marlon Enrique Quintana. Aquí están con nosotros, oiga un poquito de un granito de arena, de esa experiencia de ellos uno trata de adaptarse y con el lenguaje sencillo, más que todo con la sinceridad y tratar de hacer bien las cosas.

Fuente: Lic. Víctor Poma/Reportero
Note: Elaboración propia

Tabla 22 Resumen de entrevistas a trabajadores del canal Guaranda TV

PREGUNTAS	ENTREVISTADO 1 LIC. MARLON QUINTANA	ENTREVISTADO 2 LIC. ANDREA GUERRERO	ENTREVISTADO 3 LIC. VÍCTOR POMA
1. ¿Cómo describiría el enfoque general de su canal en cuanto al tipo de contenido que se transmite? ¿Cuáles son los valores y objetivos principales?		De acuerdo a lo descrito en el Código Deontológico del Personal de la Empresa Pública Municipal de Comunicación e Información Guaranda TV, vigente desde julio de 2016, la institución tiene como principal objetivo brindar a la ciudadanía contenidos televisivos que les formen, informen y entretengan sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales culturales informativos y la participación ciudadana, aspirando siempre a ser un medio de comunicación público eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente de la ciudadanía en el área de servicio turístico, cultural, deportivo, educativo y comunitario.	

		Los valores de la empresa son: transparencia, honestidad, responsabilidad, compromiso, lealtad, solidaridad, respeto y equidad.	
2. En un mercado de medios en constante cambio, ¿cómo se asegura de que su canal sea adaptable y siga siendo relevante para las audiencias contemporáneas?	Bueno, eso tenemos que ir supervigilando permanentemente para que, los contenidos que manejamos aquí en el medio de comunicación sean adaptables, sean claros, sean transparentes y la población pueda asimilar.	Es importante que el canal mantenga una constante renovación de contenidos para mantener o mejorar su posicionamiento. Por el momento, el canal se encuentra en un proceso de transición. El objetivo de la actual gerencia es renovar y posicionar a Guaranda TV como un medio televisivo y digital local competitivo, moderno y eficiente, con programas informativos, educomunicacionales, pluriculturales, educativos y deportivos, a través de una nueva imagen (marca), con contenidos de calidad que fomenten la credibilidad y ética periodística; a su vez, ser un canal que promueva campañas o	Bueno, le debo manifestar que nosotros, cada día que venimos a nuestro trabajo, vemos los temas que en boga en la ciudad. No tenemos cerco para nadie, el trabajo es imparcial y tratamos de ser lo más objetivo que sea y el canal es la voz de los que no tienen.

		acciones de carácter social en beneficio de la comunidad.	
3. ¿Cuáles son los criterios principales que utiliza para seleccionar y programar contenido en su canal? ¿Qué consideraciones éticas tienen en cuenta en este proceso?	Bueno, aquí tenemos algunos filtros, hoy en la actualidad, la información tiene que ser contrastada como manifestamos y los filtros que manejamos acá son exigentes para que la información fluya de manera positiva y veraz.	La empresa proporciona un servicio público de comunicación a la ciudadanía, por lo tanto, es necesario que quienes conforman dicha institución conserven la imagen de calidad, calidez y honestidad que el canal requiere para generar confianza en los televidentes y la ciudadanía en general. Se promueve la adopción de principios éticos que reflejan que el personal está constituido por gente con altos estándares de actuación y conducta, que permiten fortalecer la integridad en todos los niveles.	Por ejemplo, nosotros con mi compañero de equipo, vemos que temas escoger de las instituciones, de personajes e incluso también emprendimientos que se den en la ciudad. Usted sabe que los 3 años de pandemia afectaron varios sectores y uno también hay que ayudar a promocionar, el canal no es solo del municipio, es de la ciudad y nosotros le vamos enrumbando a través del canal 5.
4. ¿Puede proporcionar ejemplos de situaciones		Por el momento, el canal se encuentra en un proceso de transición con la designación de la	Les comento que hace unos 10 años fuimos a Simiatug con mi

en las que haya tenido que tomar decisiones difíciles sobre el contenido que se transmite debido a consideraciones éticas? ¿Cómo las manejó?		nueva gerente. En este corto periodo de tiempo no se ha enfrentado una situación como la que se menciona en la pregunta.	compañero y una respetable maestra muy querida de allá de Simiatug de apellido Granja no me acuerdo el nombre. Nos contactó con nosotros porque había una persona indigente, discapacitada que, pese a tener familiares, le habían abandonado como un animalito. Comía, dormía hacia las necesidades en la misma cama. Para nosotros fue algo sorpréndete que incluso nos salían algunas lágrimas porque era un tema sumamente fuerte. Se logro a través del reportaje que presentamos que una entidad de ayuda social se hiciera cargo,

			pero no duro mucho la alegría porque a los meses falleció. Ese fue uno de los temas que más nos impactó.
5. En relación con la diversidad y la inclusión, ¿cómo garantiza que su canal refleje una variedad de voces y perspectivas en su programación?	En nuestro informativo tenemos una variedad de profesionales, los estilos son diferentes. Y en ello, pues en un medio de comunicación tiene estrategias internas en las que vamos implementando permanente conociendo el mejoramiento a través de talleres y seminarios y la capacitación que es importante.	Existe un estricto cumplimiento de la normativa vigente, para generar una cultura de confianza, responsabilidad, honradez y apego a la verdad. Es un medio de comunicación diverso, inclusivo, intercultural y participativo.	El canal es una tribuna, para cholos, indígenas, blancos para gente de toda raza. No hay condición social. Nosotros hacemos las coberturas de distintos temas y no excluimos a nadie, por el contrario, queremos incluir a la mayor parte de personas.
6. ¿Cuáles son sus políticas y prácticas para garantizar la	La política del medio de comunicación es abierta y las autoridades, quienes están al	Es obligación del medio de comunicación proporcionar a la ciudadanía información veraz, verificada, oportuna, contextualizada,	

veracidad y la precisión de la información transmitida en su canal, especialmente en un contexto de desinformación?	frente de la institución, nos han dado esa libertad para poder trabajar. Y tenemos una variedad de temas en que principalmente nuestros oyentes, nuestros televidentes son quienes tienen total libertad, incluso nosotros manejamos total libertad para poder trabajar, no tenemos inconvenientes en ese punto.	plural y con responsabilidad ulterior. La información es corroborada con las fuentes respectivas antes de ser transmitidas. Se cumple con lo que se indica en el Código Deontológico.	

Note: Elaboración propia

4.3.Discusión de resultados

Los resultados de las entrevistas con los tres encuestados, Lic. Marlon Quintana, Lic. Andrea Guerrero y Lic. Víctor Poma, proporcionan una visión integral de la orientación y prácticas del canal Guaranda TV. En primer lugar, se destaca la consistencia en el enfoque general del canal, donde el Código Deontológico establece los objetivos de formar, informar y entretener sanamente, además de promover valores familiares, sociales, culturales, informativos y la participación ciudadana. Los valores clave, como transparencia, honestidad, responsabilidad, compromiso, lealtad, solidaridad, respeto y equidad, subrayan la importancia de la integridad en todas las operaciones del canal.

En relación con la adaptabilidad del canal en un mercado de medios en constante cambio, se observa la necesidad de supervisión continua y renovación de contenidos para mantener la relevancia y el posicionamiento. La transición actual del canal busca renovarlo y posicionarlo como un medio competitivo y eficiente, con una nueva imagen y programas educativos, pluriculturales y deportivos.

La selección y programación de contenido están respaldadas por filtros exigentes y consideraciones éticas, promoviendo la adopción de principios éticos y altos estándares de conducta. El testimonio de uno de los encuestados destaca la importancia de abordar temas sensibles y éticos, como el caso de una persona indigente en Simiatug, evidenciando la capacidad del canal para generar impacto social a través de sus reportajes.

En términos de diversidad e inclusión, se enfatiza la presencia de una variedad de voces y perspectivas en la programación, respaldada por estrategias internas, talleres y capacitaciones. La inclusión de diferentes estilos y profesionales en el informativo refleja un compromiso con la diversidad, interculturalidad y participación.

Finalmente, la garantía de la veracidad y precisión de la información se basa en políticas abiertas, libertad para trabajar y el cumplimiento de normativas y códigos deontológicos. La responsabilidad de proporcionar información veraz y verificada se destaca como una obligación del medio de comunicación, reforzando su compromiso con la verdad y la integridad informativa.

En conjunto, estos resultados resaltan la dedicación del canal Guaranda TV hacia la calidad, la ética y la inclusión, así como su capacidad para adaptarse a los cambios en el mercado de medios, manteniendo un enfoque integral en el servicio a la comunidad.

4.4. Ficha de observación

Tabla 23 *Análisis de contenido periodístico*

Fecha	Hora	Nombre del programa	Genero	Temas principales	Duración	Audiencia	Comentarios y reacciones
Mes Julio- Diciembre 2022							
04/06/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Matriculación vehicular. • Incorporación de estudiantes de educación inicial 2 de la Escuela Particular Jesús de Nazaret. • Designación de jueces en la provincia de Bolívar.	01:02:18	Adultos	**Total, de comentarios**: 1 Positivos: 1 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 20 Positivas: 20 Negativas: 0

				• Proyecto de agua potable de la comunidad Quilitagua. • 33 años de la Universidad Estatal de Bolívar. • Mantenimiento de botadero curgua en la ciudad de Guaranda. • Trabajos de mantenimientos de residuos sólidos- sector Julio Moreno.			
05/06/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevista Reportajes	• Proyecto de agua potable de la comunidad Quilitagua. • Entrevista sobre el Proyecto de agua	01:01:06	Adultos	**Total, de comentarios:** 2 Positivos: 2 Negativas: 0

				potable de la comunidad Quilitagua. • Caminata en honor al Señor de la Salud. • Rebrote del Covid-19. • Campaña de vacunación Covid-19. • Entrevista al gobernador de la provincia de bolivar sobre la seguridad. • Marca Rui Carvanci.			**Total, de reacciones:** 15 Positivas: 15 Negativas: 0
09/07/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevista Reportajes	• Combatir la desnutrición crónica infantil. • Consultorio jurídico gratuito en la	01:03:17	Adultos	**Total, de comentarios:** 6 Positivos: 6 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 13

				Universidad Estatal de Bolívar. • Cambios en el gabinete de gobierno. • Celebración de los 33 años de la Universidad Estatal de Bolívar. • Centro integra infantil. • Empresa pública de vivienda de interés social. • Centro turístico en Orellana. • Entrevista sobre la campaña de vacunación del Covid-19.			Positivas: 13 Negativas: 0
15/07/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevista Reportajes	• Cnt grandes cambios.	48:44	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 16

				• Desechos sólidos en la ciudad de Guaranda. • Entrevista al director del departamento de turismo. • Vinculación con la orquesta sinfonica nacional y la orquesta infanto juvenil. • Combatir la desnutrición crónica infantil.			Positivos: 16 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 13 Positivas: 13 Negativas: 0
05/08/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevista Reportajes	• Visita al centro de aprovechamiento de desechos sólidos. • Vinculación con la orquesta sinfonica	40:43	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 0 Positivos: 0 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 6

				nacional y la orquesta infanto juvenil. • Entrega de insumos de aprendizaje y de salud a personas de la tercera edad. • Conmemoración a policías activos. • Entrevista sobre el manejo de la orquesta infanto juvenil de la ciudad de Guaranda. • Primer caso de la viruela del mono en el ecuador. • Combatir la desnutrición crónica infantil.			Positivas: 6 Negativas: 0

				• Organización de la tercera emisión de la copa libertadora Guaranda.			
12/08/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Inauguración del curso vacacional 2022 auspiciado por el Municipio de Guaranda. • Entrega de kits a 32 centros de desarrollo infantil. • Encuentro con la infancia. • Cierre técnico del botadero de basura de curgua.	01:03:22	Adultos	**Total, de comentarios:** 11 Positivos: 11 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 24 Positivas: 24 Negativas: 0

				• Malestares en las obras públicas en el país. • Entrevista de la chagra bonita. • Entrevista del chagra del año.			
07/09/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Proceso electoral 2023 • Plan de vivienda denominada el capulí. • Curso vacacional de básquet. • Academia de música Clave Armonía. • Construcción del paso lateral. • Inicio de candidatos elecciones 2023.	01:03:26	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 4 Positivos: 4 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 15 Positivas: 15 Negativas: 0

				• Celebración de la parroquia de Régulo de Mora. • Re adoquinado en las calles de la ciudad de Guaranda.			
16/09/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Historia de los inicios del Teatro Nilo. • Elección de la Reina de la Universidad Estatal de Bolívar. • Feria encuentro por la infancia. • Tradicional paso del chagra de la parroquia de Guanujo.	59:30	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 1 Positivos: 1 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 10 Positivas: 9 Negativas: 1

				• Situación política, social y económica de la ciudad de Guaranda. • Curso vacacional ballet Cultural Paúl Arregui Saltos. • Cierre técnico del botadero curgua.			
14/10/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Exposición de productos en la parroquia Regulo de Mora. • Cabalgata de la integración universitaria. • Completar esquemas de vacunación.		Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 2 Positivos: 2 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 16 Positivas: 16 Negativas: 0

				• No maltrato del adulto mayor. • Candidatas para reina de la Universidad Estatal de Bolívar. • Manejo de la institución acción social.			
19/10/2022	18h30a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Feria artesanal. • Minga en el barrio 9 de octubre. • Adicciones. • Proyecto de agua potable de la comunidad Quilitagua. • Carrera atlética 6K de la Universidad Estatal de Bolívar. • SECAP	58:50	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 4 Positivos: 4 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 15 Positivas: 15 Negativas: 0

				• Pan hecho en horno de leña. • Creciendo juntos.			
08/11/2022	18h30 a 19h30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Cursos vacacionales. • Mejoramiento de la vía. • Coordinación de los cursos vacacionales. • Funcionamiento de la agencia de tránsito. • Vacunación de la fiebre aftosa. • Elección y coronación de la Reina de la Universidad Estatal de Bolívar. • Reestructuración del sistema educativo. • Integración al deporte.	01:11:19	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 3 Positivos: 3 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 15 Positivas: 15 Negativas: 0

17/11/2022	18h30 a 19h00	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Artes oficios de Guaranda. • Campamento 7 colinas. • Historia de la Universidad Estatal de Bolívar. • Feria de emprendimiento y gastronomía en la parroquia de Salinas. • Campaña de vacunación de la fiebre aftosa. • Paso lateral. • Cronograma de las fiestas de la Universidad Estatal de Bolívar.	01:00:54	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 1 Positivos: 1 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 11 Positivas: 11 Negativas: 0

				• Intercambios entre la Universidad Estatal de Bolívar y la Universidad de México. • Pesca deportiva.			
02/12/2022	18h30 a 19h00	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Foro de la mujer en la Provincia de Bolívar. • Operativos de control de precio en la ciudad de Guaranda. • Recolección de la basura. • Curso vacacional los trigales. • Especialidad en neurología.	51:18	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 2 Positivos: 2 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 9 Positivas: 9 Negativas: 0

				• Cursos vacacionales de teatro en la casa de la cultura. • Artesano zapatero.			
21/12/2022	18h30 a 19:30	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Medidas de bioseguridad en el Centro de Salud “Cordero Crespo” • Celebración de la Universidad Estatal de Bolívar por sus 33 años. • Inauguración de la colonia vacacional en las cochas. • Foro de la mujer en la Provincia de Bolívar sin fines de lucro.	50:21	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 2 Positivos: 2 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 7 Positivas: 7 Negativas: 0

				• Operativos de control en los precios. • Acción Social Municipal.			

Seguimiento general de la programación el noticiero

- El programa El Noticiero del canal Guaranda TV, su noticiero tiene un horario de una hora de programación que comienza a las 18h30 a 19h30 de lunes a viernes, se pudo notar que el programa se basa en reportajes y entrevistas.
- Durante el seguimiento del mes de julio se dio a notar que repiten las noticias en cada programación, casi no hay temas nuevos, incluso en las entrevistas repiten los mismos temas tratados en otros días posteriores.
- A pesar que la página de Facebook del canal Guaranda TV cuenta con 66 mil seguidores no tiene tanta influencia.
- A pesar de la poca interacción de la audiencia en la página su impacto en la mayoría es positiva.
- No utilizan el banner establecido para los reportajes.

Fuente: Programación El Noticiero

Note: Elaboración propia

Tabla 24 *Análisis de contenido periodístico diciembre- enero*

Fecha	Hora	Nombre del programa	Genero	Temas principales	Duración	Audiencia	Comentarios y reacciones
Mes Diciembre 2023							
04/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevistas Reportajes	• Casa de la Cultura Núcleo de Bolívar (orquesta) • Presentación del carnaval de Guaranda en la ciudad de Quito	03:36:49	Adultos	**Total, de comentarios:** 4 Positivos: 4 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 15 Positivas: 15 Negativas: 0
05/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Unidad de transito	02:05:51	Adultos	**Total, de comentarios:** 4 Positivos: 4 Negativas: 0

							Total, de reacciones: 15 Positivas: 15 Negativas: 0
06/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Educación financiera • Gastronomía en las festividades del carnaval	01:49:32	Adultos	**Total, de comentarios:** 0 Positivos: 0 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 6 Positivas: 6 Negativas: 0
11/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Reportajes Entrevista	• Jóvenes emprendedores • Carnaval	02:16:34	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 2 Positivos: 2 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 15

							Positivas: 15 Negativas: 0
14/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Delincuencia organizada	01:31:10	Adultos	**Total, de comentarios:** 11 Positivos: 11 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 24 Positivas: 24 Negativas: 0
18/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevistas	• Campañas políticas • Navidad • Economía	01:08:44	Adultos	**Total, de comentarios:** 16 Positivos: 16 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 13 Positivas: 13 Negativas: 0

19/12/2023	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevistas	• Seguridad • Salud	01:08:07	Adultos	**Total, de comentarios:** 4 Positivos: 4 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 15 Positivas: 15 Negativas: 0
Mes **Enero 2024**							
04/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Maga salud (duelo emocional)	01:06:16	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 2 Positivos: 2 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 9 Positivas: 9

							Negativas: 0
05/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Reestructuración del cuerpo de bomberos de la ciudad de Guaranda	49:56	Adultos	**Total, de comentarios:** 1 Positivos: 1 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 10 Positivas: 9 Negativas:
15/0172024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevistas	• Taita carnaval • Inseguridad	01:01:12	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 6 Positivos: 6 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 10 Positivas: 10 Negativas: 0

16/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevistas	• Toque de queda • Covid-19 • Experiencias	01:05:51	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 3 Positivos: 3 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 16 Positivas: 16 Negativas: 0
17/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevistas	• Carnaval • Educación • Economía	01:02:46	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 1 Positivos: 1 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 10 Positivas: 10 Negativas: 0
18/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Reportajes	• Suspensión del carnaval	01:00:57	Adultos Jóvenes	**Total, de comentarios:** 5 Positivos: 5

							Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 20 Positivas: 20 Negativas: 0
19/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Director de obras públicas del municipio de la ciudad de Guaranda	48:22	Adultos	**Total, de comentarios:** 3 Positivos: 3 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 18 Positivas: 18 Negativas: 0
22/01/2024	18h00 a 19h00	El noticiero	Entrevista	• Presidente de la Corte de justicia de la provincia de bolívar	57:04	Adultos	**Total, de comentarios:** 6 Positivos: 6 Negativas: 0 **Total, de reacciones:** 13

							Positivas: 13 Negativas: 0
Seguimiento general de la programación el noticiero • Al realizar el debido seguimiento de la programación **El Noticiero** del canal Guaranda TV, se ha notado una falta muy notoria de reportajes, el medio se ha enfocado solo en realizar entrevistas en su programación. • No existe un horario para el noticiero lo cual este mismo sale pasando dos o tres días y la duración de del noticiero en algunas ocasiones no llegan a durar una hora y en otras ocasiones llegan a durar tres horas. • A lo largo del análisis se ha mostrado un tema en específico en cada programación en este caso es el carnaval en la ciudad de Guaranda.							

Fuente: Programación El Noticiero

Note: Elaboración propia

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Manual de Estilo e identidad corporativa de Guaranda TV

Introducción

El noticiero Guaranda TV, transmitido por el canal 25, se erige como un faro de información y opinión en el panorama mediático, en consonancia con el artículo 17 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que consagra el derecho fundamental a la libertad de expresión y opinión. Este programa televisivo, imbuido de un carácter informativo y de opinión, se encuentra al servicio del espectador y orientado hacia el beneficio de la sociedad, ofreciendo una plataforma donde las diversas voces encuentran espacio para ser escuchadas y debatidas.

Asimismo, en el marco del artículo 23 del (LOC), se reconoce el derecho a la rectificación, garantizando que toda persona u organización afectada por informaciones inexactas o agraviantes tenga la oportunidad de ejercer su defensa y réplica en condiciones de equidad, proporcionalidad y oportunidad en el mismo medio de comunicación social en el que se difundieron las informaciones incorrectas.

Este compromiso con la diversidad de opiniones y la búsqueda de la verdad se refleja también en la implementación del artículo 24 de la Ley Orgánica de Comunicación, el derecho a la réplica es esencial para salvaguardar la integridad de aquellos afectados por la información difundida. Esto implica ofrecer un espacio justo y oportuno para que aquellos mencionados puedan presentar su versión de los hechos. Cualquier persona agraviada en su dignidad, honra o reputación tiene el derecho de solicitar la publicación de su respuesta en el mismo medio y condiciones, dentro de un plazo de 72 horas o en las próximas 3 programaciones. Es vital entender que este derecho no exonera de otras responsabilidades legales, pero asegura el equilibrio informativo y el respeto a los derechos fundamentales en la comunidad televisiva.

El noticiero Guaranda TV se posiciona como un apoyo del periodismo comprometido con los principios establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, promoviendo la libertad de expresión, la diversidad informativa y la responsabilidad periodística para fortalecer la democracia y el bienestar de la comunidad.

Identidad visual

Logotipo actual



- El logotipo de Guaranda Tv debe aparecer de manera prominente en todas las imágenes y materiales de promoción del canal
- Se debe utilizar el logotipo en su forma original sin alteraciones significativas.

Paleta de colores

La paleta de colores de Guaranda Tv, está compuesta por un tono azul marino, que refleja verdad, estabilidad y moderación.

- **Código: #2B385D**

Tipografía

- Se utilizará una tipografía clara y legible para todos los textos en pantalla.
- La tipografía principal es Arial o una fuente similar, para asegurar la máxima legibilidad en cualquier dispositivo.

Política Editorial

La Política Editorial de Guaranda TV establece las bases fundamentales para una producción coherente y de alta calidad en todas las plataformas del canal. La misión principal de Guaranda TV es informar con veracidad, representar la diversidad de la comunidad guarandeña y servir como un medio comprometido con el desarrollo local. Comprometidos con la objetividad, el equipo se esfuerza por garantizar la imparcialidad en la presentación de noticias mediante una rigurosa verificación de hechos.

Además, se comprometen a respetar la sensibilidad ética al abordar cualquier contenido, priorizando la dignidad y privacidad de las personas. La atención se centra en satisfacer las necesidades de la audiencia, promoviendo la responsabilidad social a través de programas y campañas locales. En las plataformas digitales, se adopta un uso responsable de las redes sociales, promoviendo la interacción respetuosa. Esta política se revisará periódicamente para mantenerse alineada con las evoluciones del entorno mediático y garantizar su vigencia continua.

Política Comunicacional

La política comunicacional de Guaranda TV refleja el compromiso del canal con la transmisión de información veraz, entretenimiento de calidad y una conexión efectiva con su audiencia. En línea con los principios de transparencia y responsabilidad, el canal se esfuerza por establecer una comunicación abierta y bidireccional con la comunidad guarandeña. Se dedica a resaltar la diversidad de perspectivas y experiencias presentes en la audiencia, promoviendo la inclusión y evitando estereotipos.

La interacción positiva en las plataformas digitales ocupa un lugar central en la política del canal, priorizando el uso responsable de las redes sociales y brindando respuestas rápidas a las inquietudes de la audiencia. La identidad visual

y gráfica se ajusta a un estilo moderno y consistente, contribuyendo a una experiencia visual atractiva y reconocible. La política comunicacional se actualiza continuamente para adaptarse a los cambios en el entorno mediático, asegurando su vigencia y eficacia en la construcción de una conexión sólida y duradera con la audiencia en Guaranda y más allá.

Ejercicio Profesional

- Guaranda TV, en su compromiso con la responsabilidad social, busca contribuir al desarrollo y bienestar de la comunidad local mediante la difusión de información relevante y la producción de programas socialmente responsables. La cadena televisiva se esfuerza por ser un agente activo en la mejora de la calidad de vida de su audiencia, proporcionando contenidos que aborden las necesidades y preocupaciones de la comunidad.
- En línea con su visión de ser un canal comprometido con el bienestar general, Guaranda TV se propone generar un impacto positivo en la sociedad. A través de diversas campañas y programas, la cadena busca promover valores y prácticas éticas que contribuyan al fortalecimiento de la comunidad. Conscientes de su papel en la formación de opiniones, se esfuerzan por ofrecer contenido que inspire un cambio positivo en la sociedad, fomentando la participación activa y el desarrollo sostenible.

Fuentes de información

- Las fuentes de información para la elaboración de los contenidos difundidos en el Noticiero Guaranda Tv comprenden individuos, entidades e documentos.
- Estas fuentes pueden clasificarse en dos categorías principales: oficiales, que incluyen entidades gubernamentales, ministerios, direcciones provinciales, alcaldías, y no oficiales, que abarcan la ciudadanía, expertos y organizaciones no gubernamentales. En cuanto a los documentos, se hace referencia a libros, textos históricos y revistas especializadas. Además, se consideran las fuentes vivas, que son personalidades que han participado activamente en hechos históricos en diversas esferas.

Programación

Variedad de contenidos

La programación de Guaranda Tv debe ser variada, incluyendo programas de noticias entretenimiento, cultura y educación.

Noticias

El programa de noticias de Guaranda TV se caracteriza por su enfoque en la veracidad, imparcialidad y objetividad en la presentación de la información. Se prioriza una cobertura completa y equilibrada de los acontecimientos locales, nacionales e internacionales, ofreciendo a la audiencia una visión precisa y contextualizada de los hechos más relevantes del momento. Además, se promueve la rigurosidad en la investigación y la presentación de datos, garantizando que la información transmitida sea precisa y confiable para los espectadores.

Géneros

El género periodístico se refiere a categorías específicas de expresión utilizadas por los medios de comunicación para presentar información, permitiendo a los periodistas estructurar y comunicar la información de manera efectiva, adaptándose a las diferentes necesidades y audiencias.

- **Informativo noticioso:** Se trabaja con noticias diarias, presentadores y corresponsales.
- **Opinión:** Programas que se centran en asuntos contemporáneos superan la mera presentación de noticias, adentrándose en géneros más detallados como el reportaje y la entrevista.
- **Entretenimiento:** Los programas de entretenimiento en Guaranda TV se distinguen por su diversidad de géneros y formatos, con un enfoque en la calidad y originalidad de los contenidos. Desde programas de variedades hasta concursos y series dramáticas, se busca ofrecer a la audiencia una experiencia de entretenimiento variada y atractiva. Además, se prioriza la producción de contenidos que reflejen los intereses y preferencias del

público, asegurando que cada programa sea capaz de captar y mantener la atención del espectador.

- **Cultura:** El programa de cultura de Guaranda TV tiene como objetivo resaltar la identidad y riqueza cultural de la comunidad local. A través de la promoción de eventos culturales, artistas locales y tradiciones folclóricas, se busca celebrar y preservar el patrimonio cultural de Guaranda. Además, se fomenta el diálogo intercultural y la diversidad de expresiones artísticas, creando un espacio donde la comunidad pueda explorar y compartir su herencia cultural de manera inclusiva y enriquecedora.
- **Deportes:** En Guaranda TV, los programas de deportes se destacan por su pasión y compromiso con la cobertura detallada y apasionada de eventos deportivos locales e internacionales. Desde transmisiones en vivo hasta análisis profundos y entrevistas exclusivas con atletas destacados, se busca ofrecer a la audiencia una experiencia completa y emocionante. Además, se promueve la participación comunitaria en actividades deportivas locales, incentivando un estilo de vida activo y saludable entre los espectadores.
- **Educación:** El programa de educación de Guaranda TV está diseñado para fomentar el aprendizaje y el desarrollo personal y profesional de la audiencia. A través de la presentación de contenidos educativos relevantes y accesibles, se busca estimular la curiosidad intelectual y promover el crecimiento académico de los espectadores. Desde tutoriales prácticos hasta debates sobre políticas educativas, se ofrece a la comunidad un espacio donde puedan explorar nuevas ideas y adquirir conocimientos de manera interactiva y enriquecedora.

Producción de programas locales

En Guaranda TV, la producción de programas locales constituye una prioridad fundamental, orientada a reflejar la identidad y los intereses de la comunidad de Guaranda. Estos programas son meticulosamente diseñados con el propósito de capturar la esencia singular de la ciudad y sus habitantes, proporcionando una auténtica ventana a la vida cotidiana, las tradiciones y las inquietudes de la comunidad.

Desde programas de entrevistas con líderes comunitarios hasta documentales sobre la historia local, se busca fomentar un sentido de pertenencia y orgullo entre los espectadores, además de estimular la participación activa en la vida cultural, social y política del municipio. Asimismo, se otorga respaldo y espacio a artistas, músicos, emprendedores y otros talentos locales, permitiéndoles exhibir su labor y contribuir al enriquecimiento cultural de Guaranda. De este modo, la producción de programas locales se convierte en un poderoso instrumento para fortalecer el tejido social y propiciar el desarrollo integral de la comunidad.

Calidad de producción

En Guaranda TV, la prioridad es garantizar la más alta calidad en la producción de todos los programas, con un enfoque especial en la excelencia tanto en la calidad de imagen como en la calidad de sonido. Para lograrlo, el canal cuenta con equipos técnicos de última generación y un equipo de profesionales altamente capacitados que trabajan diligentemente para asegurar que cada programa cumpla con los más altos estándares de calidad.

La importancia de una edición cuidadosa y profesional en la creación de contenido televisivo de calidad es fundamental para Guaranda TV. Por esta razón, se presta especial atención a este aspecto en todos los programas. Los editores del canal están entrenados para trabajar con precisión y atención al detalle, garantizando que cada imagen y cada sonido sean pulidos y refinados para ofrecer una experiencia visual y auditiva excepcional para la audiencia.

Guaranda TV se esfuerzan por ofrecer una calidad de producción impecable en cada uno de sus programas, asegurando que los espectadores disfruten de una experiencia televisiva de primer nivel en todo momento.

Lenguaje

Neutralidad e inclusión

- En Guaranda TV, se promueve activamente la neutralidad e inclusión del lenguaje en todos los aspectos de la programación. Se adopta un enfoque cuidadoso para asegurar que el lenguaje utilizado sea respetuoso, inclusivo y libre de sesgos. Se evitan términos o expresiones que puedan ser ofensivos

o excluyentes para cualquier grupo de personas. Además, se reconoce la importancia de utilizar un lenguaje que refleje la diversidad de la audiencia y que permita que todas las personas se sientan representadas y valoradas. En Guaranda TV, se considera que el uso de un lenguaje neutral e inclusivo es esencial para crear un ambiente de respeto y aceptación, y se trabaja constantemente para garantizar su implementación en toda la programación del canal.

- Se evitarán expresiones o términos que puedan resultar ofensivos o discriminatorios

Claridad y precisión

- En Guaranda TV, se hace hincapié en la claridad y precisión del lenguaje en todos los programas producidos. Se reconoce que la comunicación efectiva requiere de un lenguaje claro y accesible, que permita a la audiencia comprender fácilmente la información transmitida. Por lo tanto, se evita el uso de jergas o tecnicismos innecesarios que puedan dificultar la comprensión del mensaje.
- Además, se presta especial atención a la precisión en la elección de las palabras y la estructura de las frases, con el fin de transmitir la información de manera exacta y sin ambigüedades. En Guaranda TV, se entiende que la claridad y precisión del lenguaje son fundamentales para garantizar una comunicación efectiva con la audiencia, y se trabaja constantemente para alcanzar estos objetivos en cada programa producido.

Interacción con la audiencia

Redes sociales

- Se fomentará la participación activa de la audiencia a través de las redes sociales, promoviendo el diálogo y la retroalimentación.
- Se responderá de manera oportuna y respetuosa a los comentarios y mensajes de la audiencia en todas las plataformas digitales.

Eventos comunitarios

En Guaranda TV, se dedica un espacio importante a la cobertura de eventos comunitarios en la ciudad y sus alrededores. A través de reportajes y transmisiones en vivo, el canal proporciona una plataforma para destacar las actividades y celebraciones que tienen lugar en la comunidad. Desde festivales culturales y ferias locales hasta eventos deportivos y actividades benéficas, se busca informar a la audiencia sobre las diversas iniciativas y oportunidades de participación que fortalecen el tejido social de Guaranda.

Además, se fomenta la interacción con la audiencia, invitándola a compartir sus propias experiencias y vivencias en estos eventos, promoviendo así un sentido de pertenencia y participación activa en la comunidad. En Guaranda TV, se reconoce el valor de los eventos comunitarios como herramientas para el enriquecimiento cultural y social de la ciudad, y se compromete a seguir brindando una cobertura integral y comprometida de estos acontecimientos.

Línea visual

Es la que establece las pautas para el lenguaje narrativo y visual utilizado por Guaranda Tv en sus programas. Esto incluye aspectos como planos, encuadres, textos y estructuras narrativas, entre otros elementos. Además, se considera la parte técnica, que abarca aspectos como la cámara, el sonido, la iluminación y el montaje.

Planos:

- **Plano General (PG):** Muestra un amplio escenario o locación, proporcionando una visión general del entorno.
- **Plano Entero (PE):** Captura a la persona completa, mostrando su figura desde la cabeza hasta los pies.
- **Plano Americano (PA):** Enfoca al sujeto desde la cabeza hasta las rodillas, resaltando la parte superior del cuerpo.
- **Plano Medio (PM):** Muestra al sujeto desde la cintura hacia arriba, destacando la interacción entre gestos y expresiones faciales.
- **Plano Medio Corto (PMC):** Encuadra al sujeto desde el pecho hasta la cabeza, centrando la atención en la cara y la expresión.

- **Plano Detalle (PD):** Se centra en un objeto o parte específica del sujeto, ofreciendo un enfoque más cercano.
- **Primer Plano (PP):** Muestra la cabeza y los hombros del sujeto, resaltando expresiones faciales y detalles.
- **Primerísimo Primer Plano (PPP):** Enfoca un detalle extremadamente cercano, como un ojo o una mano.

Ángulos de Cámara:

- **Nivelado:** La cámara está al mismo nivel que el sujeto, creando una perspectiva neutral.
- **Picado:** La cámara apunta hacia abajo desde arriba, sugiriendo superioridad o vulnerabilidad.
- **Contrapicado:** La cámara apunta hacia arriba desde abajo, generando un efecto de grandeza o poder.
- **Nadir:** La cámara apunta hacia arriba desde el suelo hacia el sujeto o escena.

Movimientos de Cámara:

- **Panorámica:** Giro horizontal de la cámara, barriendo el entorno.
- **Tilt (Inclinación):** Inclinación vertical de la cámara hacia arriba o hacia abajo.
- **Travelling o Dolly:** Movimiento lateral de la cámara sobre rieles, acercándose o alejándose del sujeto.
- **Zoom**: Cambio en la distancia focal de la lente, acercando o alejando la imagen.
- **Handheld o Cámara en Mano:** Captura imágenes con la cámara sostenida a mano, creando un efecto más dinámico y cercano.

Encuadre

Organizar la composición visual dentro de un cuadro implica posicionar los elementos de manera estratégica. Se destaca la relevancia del lado derecho como punto focal, subrayando la importancia de equilibrar los componentes considerando los espacios disponibles en la pantalla. Un encuadre efectivo se traduce en la

construcción exitosa de una imagen, requiriendo la consideración consciente de qué elementos se incluyen en el plano, cuáles se destacan y cuáles complementan la escena.

Conocimientos de iluminación

Se proporciona un conocimiento básico de iluminación, describiendo tipos como luces suaves, concentradas, de apertura y un montaje típico de luz con tres fuentes. Además, se abordan métodos de edición, diferenciando entre edición lineal y no lineal, destacando las ventajas de la edición digital.

Introducción

Guaranda TV es un canal televisivo perteneciente a la ciudad de Guaranda. Con el objetivo de modernizar su imagen y fortalecer su identidad de marca, se propone un cambio de logo que refleje los valores y modernidad del canal.

Investigación y análisis del mercado

Guaranda TV se mantiene con una audiencia diversa en términos de edad, género y nivel educativo, lo que ofrece oportunidades para una programación variada.

Existe un interés significativo en los programas locales y la cobertura de noticias de la región.

Aunque la marca es reconocida, se necesita un esfuerzo adicional para diferenciarla de la competencia y mejorar la calidad de la programación.

Objetivo

Mostrar un logotipo donde la apariencia del mismo debe ser relevante y efectiva a largo tiempo, evitando modas o tendencias pasajeras que pueda volverse obsoletas rápidamente.

Nuevo Logotipo



Paleta de colores

#000000 Prestigio, sofisticado, valor y poder.

#FF0000 Calidez, pasión, energía y dinamismo.

Descripción del logotipo

Un logotipo elegante y contemporáneo para Guaranda TV, que presenta el nombre del canal en fuente moderna y en negrita. Los colores rojo y negro se muestran de manera destacada, con las palabras acentuadas por un contorno negro. La letra 'A' en Guaranda está diseñada creativamente para asimilar a la catedral de la ciudad ya

mencionada. El diseño general es minimalista y llamativo, lo que refleja el enfoque del canal en el entretenimiento televisivo.

Presupuesto:

- Se deberá asignar un presupuesto específico para el diseño, la implementación y la promoción del nuevo logo de Guaranda TV.
- Se comprometerá una gestión eficiente de los recursos para extender el retorno de la inversión y garantizar el éxito del cambio de logo**.**

Socialización

Se socializo con los directivos del canal Guaranda Tv el nuevo logotipo para su aprobación.

CONCLUSIONES

- Un análisis exhaustivo de Guaranda TV durante el período revela una clara tendencia hacia ciertos temas recurrentes en sus programas informativos y entrevistas. Estos temas, que incluyen política, educación y cultura, aparecen con alta frecuencia, lo que demuestra su relevancia para la programación. La identificación de estos temas clave proporciona una imagen clara de las áreas de interés del canal y puede servir como punto de referencia para futuras estrategias de contenido y cobertura de noticias. Comprender la frecuencia y relevancia de estos temas también puede ser útil para que los espectadores evalúen la diversidad y profundidad de la cobertura mediática proporcionada por Guaranda TV.
- Guaranda TV revela la presencia de evidentes sesgos ideológicos, particularmente a favor de un partido político de izquierda. Al observar la presentación de la información y el encuadre específico, queda claro que el canal tiende a favorecer ciertas perspectivas políticas que pueden influir significativamente en la percepción de la audiencia. Estos sesgos ideológicos pueden tener efectos profundos en la forma en que se perciben los acontecimientos y actores políticos, afectando la capacidad del público para formarse opiniones informadas y equilibradas. Es importante reconocer y analizar estos sesgos para promover la transparencia e imparcialidad en la presentación de información de Guaranda TV y promover un debate público más inclusivo y diverso. En última instancia, este análisis destaca la importancia de mantener un periodismo ético y equilibrado sin influencia partidista para garantizar una democracia saludable y una sociedad informada.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a Guaranda TV aprovechar la identificación de temas recurrentes clave, como política, educación y cultura, para diversificar aún más su contenido y ampliar la cobertura temática. Explorar áreas nuevas o poco abordadas no sólo puede enriquecer el programa sino también atraer a una audiencia más amplia y comprometida. Además, es importante mantener un equilibrio editorial que asegure la objetividad e imparcialidad en la presentación de la información, lo que fortalecerá la confianza del público en la calidad periodística del canal.
- Guaranda TV toma medidas concretas para eliminar y mitigar los sesgos ideológicos identificados en sus programas. Esto puede incluir la implementación de políticas editoriales claras que promuevan la imparcialidad y la diversidad de opiniones en la información sobre noticias y eventos políticos. Del mismo modo, ser abierto con su audiencia sobre cualquier posible sesgo y brindar igual espacio para diferentes puntos de vista políticos en sus programas y segmentos de noticias ayudará a contrarrestar la percepción de sesgo.

BIBLIOGRAFÍA

Universidad Internacional de La Rioja . (17 de Julio de 2023). *UNIR*. Obtenido de UNIR: https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/agenda-setting/

Aldaz, D. F. (2019). *Análisis del tratamiento informativo del noticiero de ecuavisión y su impacto en la opinión pública de Riobamba, enero-junio 2018.* Riobamba .

American Andragogy University. (11 de febrero de 2024). *American Andragogy University*. Obtenido de American Andragogy University: https://www.aauniv.com/s/blog/que-es-la-comunicacion-y-su-importancia/

Asamblea Nacional Constituyente. (20 de Febrero de 2019). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION.* Suplemento del Registro Oficial No. 22. Obtenido de MInisterio de Telecomunicaciones: https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf

Candia, G. (2022). *Tratamiento periodístico de las notas informativas sobre Sendero Luminoso en los diarios La República y El Comercio desde 1983 (Uchuraccay) hasta 1989 (Primera Entrevista a Abimael Guzmán) en el Perú.* Lima. Obtenido de https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/660743/Candia_BG.pdf?sequence=3&isAllowed=y

CEUPE. (2023). *Ceupe*. Obtenido de Ceupe: https://www.ceupe.com/blog/opinion-publica.html

Claro. (12 de Abril de 2023). *Claro (C.) Colombia*. Obtenido de Claro (C.) Colombia: https://www2.claro.com.co/institucional/historia-de-la-television/#:~:text=El%20origen%20de%20la%20televisi%C3%B3n,la%20era%20de%20la%20televisi%C3%B3n.

Editorial. (diciembre de 2014). *Significado. com*. Obtenido de Significado.com: https://www.definicionabc.com/importancia/im-opinion-publica-2.php

Editorial Etecé. (23 de noviembre de 2023). *Concepto*. Obtenido de concepto: https://concepto.de/medios-masivos-de-comunicacion/

Equipo Consultor de InfoSol. (5 de mayo de 2021). *Mi espacio*. Obtenido de Mi espacio: https://www.infosol.com.mx/miespacio/teorias-de-la-comunicacion/

Equipo editorial, E. (24 de Enero de 2023). *Enciclopedia Humanidades.* Obtenido de Enciclopedia Humanidades: https://humanidades.com/funcionalismo/

Ferreres, J. M. (2009). Aproximación al concepto de opinión píblica . *Gazeta de Antropología* .

Ferrovial. (10 de Enero de 2023). *Ferrovial*. Obtenido de Ferrovial: https://www.ferrovial.com/es/stem/teoria-de-la-informacion/

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (2019). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda: https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/guaranda-tv/#:~:text=Coordinar%20las%20producciones%20independientes%20que,y%20exigir%20calidad%20y%20resultados.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda: https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/download/INFORME-NARRATIVO-RENDICION-CANAL-2020.pdf

Guallar, J., Pedraza, R., Pérez, M., & Anton, L. (2021). Curación de contenidos en periodismo. Indicadores y buenas prácticas. *Revista Española de Documentación Científica*, 2. Obtenido de https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/1320/2081

INEC. (2022). *INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: El nuevo espacio público: nuestra piel social.* Barcelona: Ediciones Paido Ibérica, S. A.

Noelle-Neumann, E. (2016). De como se forma y confroma la opinión pública. En J. Risquete, *La vigencia de la espiral del silencio en la sociedad red* (pág. Abril). Barcelona: Oberta UOC, Publishing, SI.

Ortiz, C., & Suing, A. (2016). *Razó y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica especializada en comunicología*. Obtenido de Dialet: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6331521

Pasquali, A. (1979). *Comunicación y cultura de masas* . Venezuela : Monte Avila Editores .

Peiró, R. (9 de ABRIL de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html

Peiró, R. (1 de julio de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-comunicacion.html

Pérez, J. L. (2011). Obtenido de http://ww.ucol.mx/interpretextos/pdfs/643_inpret6710.pdf

Randstad. (21 de Febrero de 2022). *Randstad*. Obtenido de Randstad: https://www.randstad.es/contenidos360/desarrollo-profesional/el-origen-del-lider-de-opinion-la-teoria-de-los-dos-pasos/

Tixilema, A. (2018). *EL PERIODISMO DIGITAL EN LOS CONTENIDOS DEL NOTICIERO DE LA COMUNIDAD EN UNIMAX DEL CANTÓN AMBATO.* Ambato. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27749/1/FJCS-CS-520.pdf

Tova, J. (22 de Abril de 2019). *shildeshare.* Obtenido de shildeshare: https://es.slideshare.net/Danfuhr26/la-teoria-de-la-informacion

Universidad Insurgentes. (1 de junio de 2019). *Universidad Insurgentes*. Obtenido de Universidad Insurgentes:

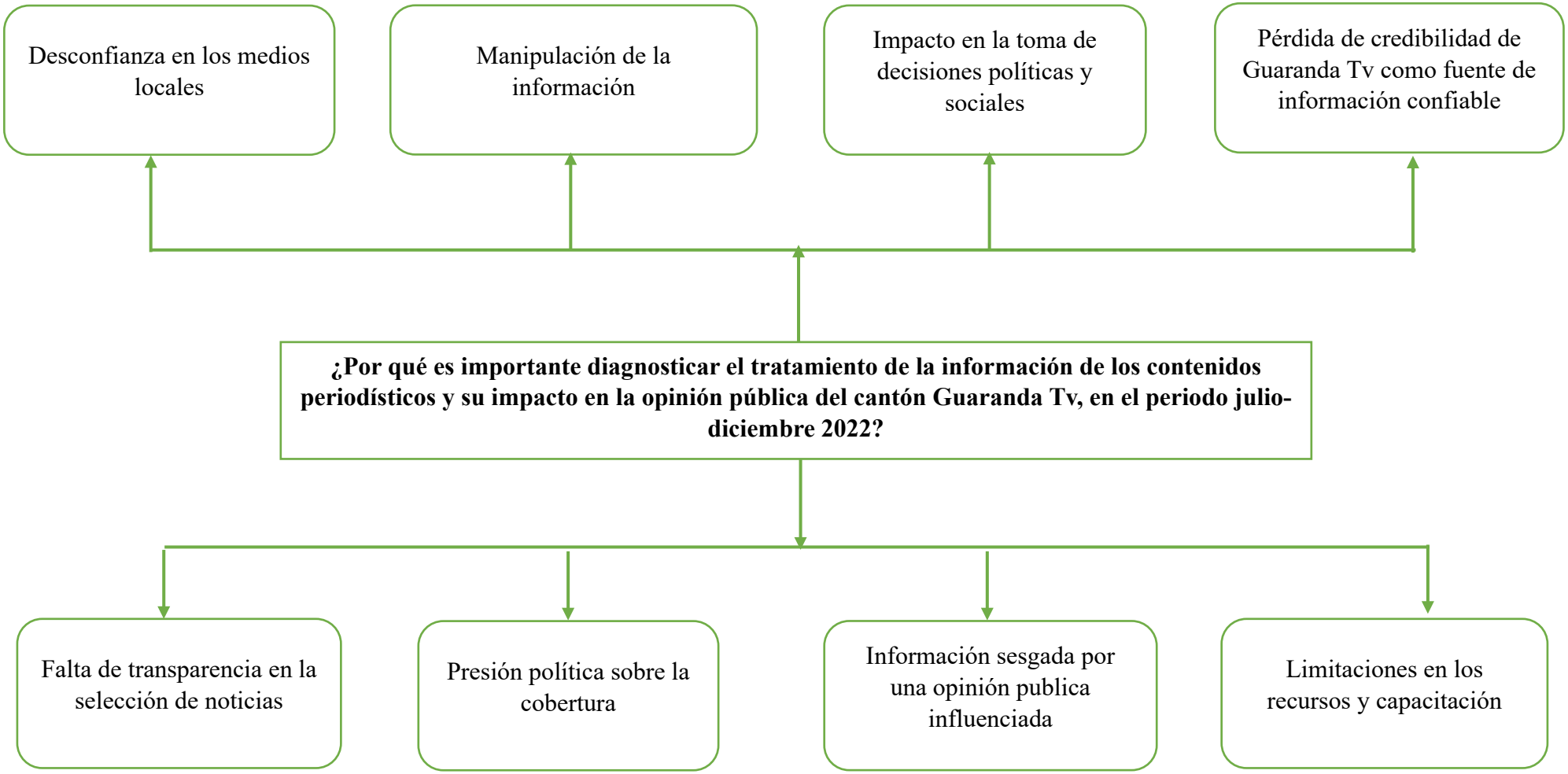
https://www.universidadinsurgentes.edu.mx/blog/teoria-de-la-comunicacion

Villegas, J. C. (2020). *Ética, Comunicación y Género. Debates actuales.* Editorial Dykinson, S.L.

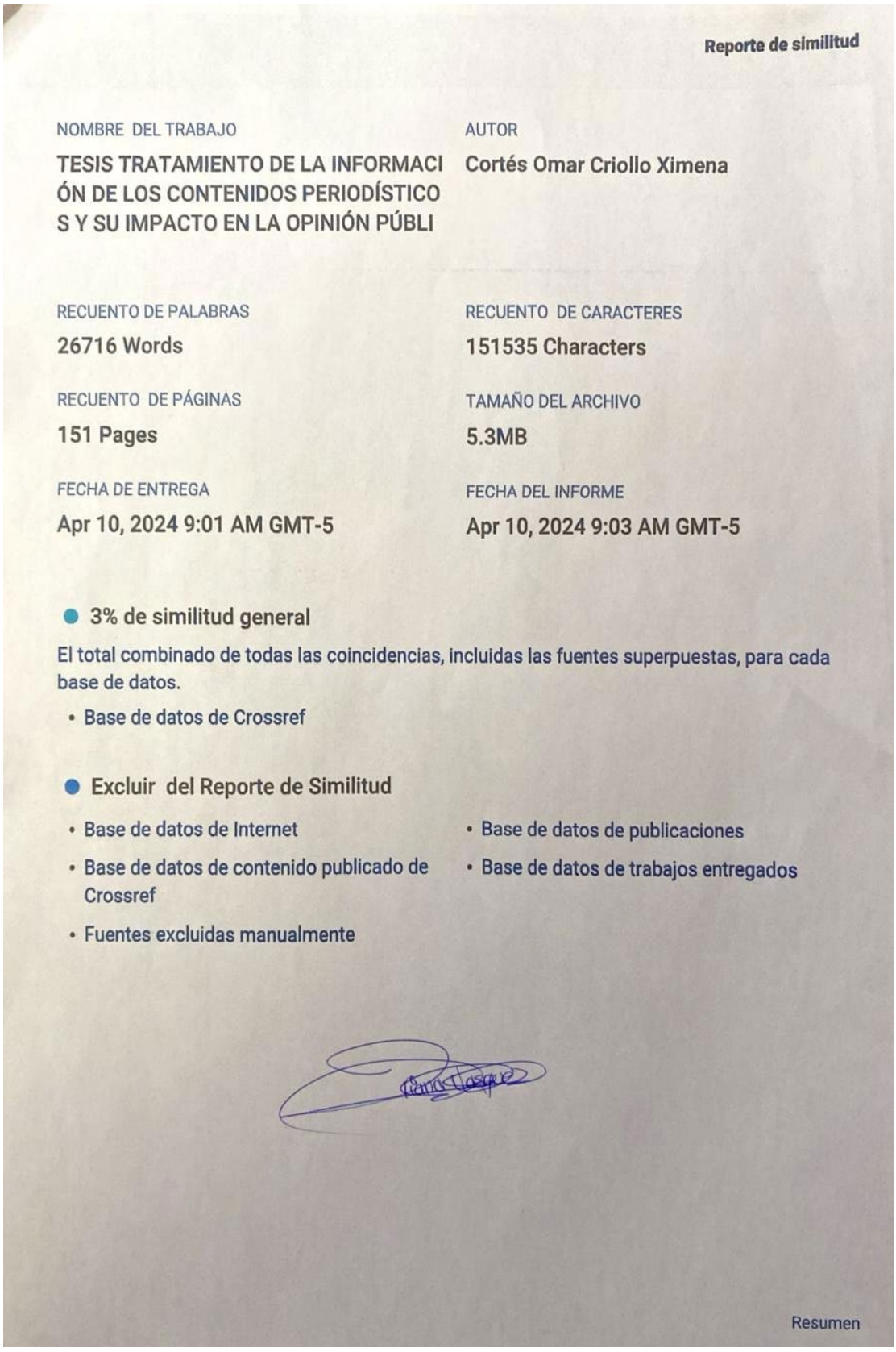
ANEXOS

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

ÁRBOL DE PROBLEMAS



CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN



Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLI

AUTOR

Cortés Omar Criollo Ximena

RECUENTO DE PALABRAS

26716 Words

RECUENTO DE CARACTERES

151535 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

151 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.3MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 10, 2024 9:01 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 10, 2024 9:03 AM GMT-5

● 3% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

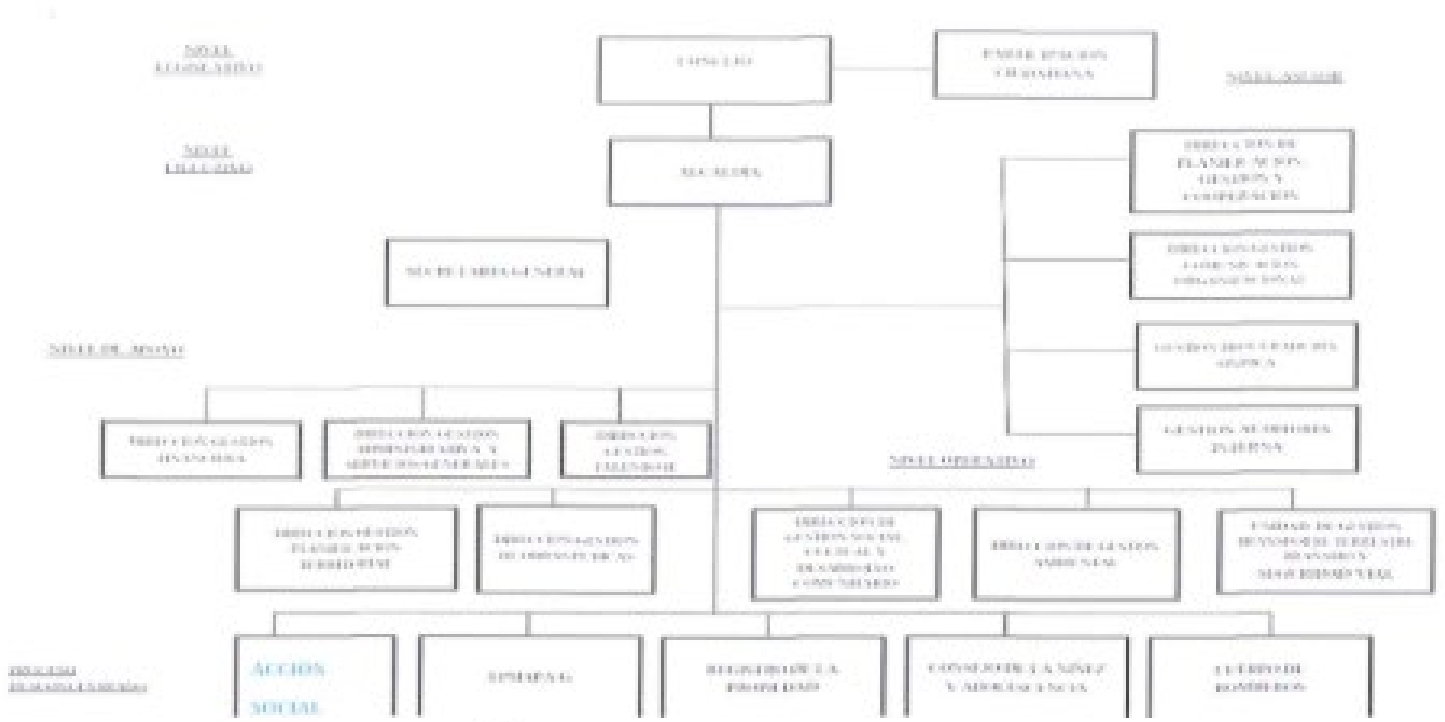
- Base de datos de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de Internet
- Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Base de datos de trabajos entregados
- Fuentes excluidas manualmente

Resumen

ORGANIGRAMA



ACTIVIDAD DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN

Orienta y ejecuta la política trazada por el proceso legislativo, le compete tomar las decisiones, impartir las instrucciones para que los demás procesos bajo su mando se cumplan. Es el encargado de coordinar y supervisar el cumplimiento de las diferentes acciones y productos

Instrumentos

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Objetivo: Analizar el tratamiento de la información de los contenidos periodísticos del canal Guaranda TV y el impacto en la opinión pública periodo julio - diciembre 2022.

Encuesta dirigida al sector urbano de Guaranda

Datos informativos

Género: M F Otras

Nivel Educativo: Primaria Secundaria Profesional 4to Nivel

Edad: ……

Cuestionario

1. **¿Usted cuenta con televisor?**

Si ( ) No ( )

Si su respuesta es no, aquí termina su encuesta.

2. **¿Qué canal local ve usted?**

Guaranda tv ( )

Tv7 ( )

3. **¿Qué tipos de contenidos le gusta visualizar a usted?**

Noticias ( )

Farándula ( )

Educativo ( )

Infantil ( )

4. **¿Consume usted regularmente contenido noticioso en televisión?**

Sí ( )

No ( )

5. **¿Prefiere ver noticias locales o noticias internacionales en la televisión?**

Noticias locales ( )

Noticias internacionales ( )

6. **¿Cree que el canal de televisión ha sido adaptable y ha mantenido su relevancia para las audiencias actuales?**

Sí ( )

No ( )

7. **¿Confía en la precisión de la información presentada por este canal de televisión?**

Sí ( )

No ( )

8. **¿Ha notado algún sesgo político en el contenido de noticias de este canal de televisión?**

Sí ( )

No ( )

9. **¿Cree que el canal de televisión refleja adecuadamente la diversidad de voces y perspectivas en su programación?**

Sí ( )

No ( )

10. **¿Ha experimentado la difusión de noticias falsas o desinformación a través de este canal de televisión?**

Sí ( )

No ( )

11. ¿Prefiere que el canal de televisión se enfoque más en informar sobre?

Noticias ( )

Entretenimiento relacionado con noticias ( )

12. ¿Qué valora más en la interacción del canal con las audiencias?

Imparcialidad ( )

Profundidad en la cobertura ( )

Veracidad en la información ( )

13. En general, ¿cómo calificaría el estilo de noticias de este canal de televisión?

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

Malo ( )

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Gerente general

1. ¿Cómo describiría el enfoque general de su canal en cuanto al tipo de contenido que se transmite? ¿Cuáles son los valores y objetivos principales?

2. En un mercado de medios en constante cambio, ¿cómo se asegura de que su canal sea adaptable y siga siendo relevante para las audiencias contemporáneas?

3. ¿Cuáles son los criterios principales que utiliza para seleccionar y programar contenido en su canal? ¿Qué consideraciones éticas tienen en cuenta en este proceso?

4. ¿Puede proporcionar ejemplos de situaciones en las que haya tenido que tomar decisiones difíciles sobre el contenido que se transmite debido a consideraciones éticas? ¿Cómo las manejó?

5. En relación con la diversidad y la inclusión, ¿cómo garantiza que su canal refleje una variedad de voces y perspectivas en su programación?

6. ¿Cuáles son sus políticas y prácticas para garantizar la veracidad y la precisión de la información transmitida en su canal, especialmente en un contexto de desinformación?

7. ¿Cómo aborda la responsabilidad social corporativa en su canal? ¿Participa en iniciativas relacionadas con la comunidad o el medio ambiente?

8. Con la creciente popularidad de las plataformas de streaming y las redes sociales, ¿cómo se adapta su canal a la competencia digital y a las nuevas formas de consumo de medios?

9. ¿Cuál es su enfoque para mantener un equilibrio entre los intereses comerciales, como la publicidad, y la integridad editorial y ética en la programación de su canal?

10. ¿Cuál es su visión a largo plazo para el canal en términos de contenido, adaptabilidad y ética? ¿Qué metas o desafíos espera enfrentar en el futuro?

Reportero

1. ¿Cómo describiría el enfoque general de las noticias que produce para el canal? ¿Cuáles son los temas o géneros principales que cubre?

2. En un entorno de noticias en constante cambio, ¿cómo se asegura de que su trabajo sea adaptable y relevante para la audiencia actual?

3. ¿Cuál es su proceso para investigar y verificar la información antes de presentar una noticia? ¿Qué medidas toma para garantizar la precisión y la objetividad?

4. ¿Puede proporcionar un ejemplo de una situación en la que tuvo que tomar decisiones difíciles sobre la presentación de una noticia debido a consideraciones éticas o de integridad informativa?

5. ¿Cómo aborda la diversidad y la inclusión en sus reportajes? ¿Cómo garantiza que las voces y perspectivas diversas se reflejen en sus historias?

6. En un mundo digital, ¿cómo integra las plataformas en línea y las redes sociales en su trabajo periodístico?

7. ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el formato y el estilo de sus reportajes? ¿Cómo adapta su enfoque a diferentes tipos de audiencias?

8. ¿Cómo maneja las presiones externas o las solicitudes de influencia en la presentación de noticias? ¿Qué salvaguardias tiene para mantener la independencia editorial?

9. ¿Cuál considera que es la principal responsabilidad de un reportero de televisión en la era actual de la información? ¿Cómo equilibra la necesidad de informar con la responsabilidad ética?

10. Finalmente, ¿cómo describe su estilo de reportaje y narración de historias? ¿Tiene un enfoque particular o un objetivo al contar noticias de manera efectiva?

Jeje de producción de noticias

1. Como jefe de producción de noticias, ¿cómo describiría la misión y visión de su equipo en la elaboración de contenido noticioso para el canal?

2. ¿Cuáles son los tem|as o géneros principales de noticias que su equipo cubre y por qué son relevantes para la audiencia?

3. En un entorno de noticias en constante cambio, ¿cómo asegura que el contenido que producen sea adaptable y responda a las necesidades de la audiencia actual?

4. ¿Puede proporcionar ejemplos de estrategias que han implementado para mantener la relevancia y el interés del público en su contenido noticioso?

5. ¿Cuál es su enfoque para garantizar la precisión y objetividad en la presentación de la información? ¿Qué procesos de verificación utilizan?

6. En términos de diversidad y representación, ¿cómo se aseguran de que las voces y perspectivas diversas estén presentes en sus noticias?

7. Con la influencia creciente de las plataformas digitales, ¿cómo han adaptado su producción de noticias para abordar las audiencias en línea y las redes sociales?

8. ¿Cuáles son las políticas y prácticas para mantener la independencia editorial y evitar la interferencia externa en la toma de decisiones noticiosas?

9. ¿Cómo manejan las situaciones de presión o controversia relacionadas con el contenido noticioso? ¿Qué enfoque tienen para la responsabilidad y la transparencia?

10. Finalmente, ¿cómo definiría el estilo de noticias del canal? ¿Tienen un enfoque particular o un objetivo al presentar las noticias de manera efectiva y comprometida con la audiencia?

Ficha de observación

Fecha	Hora	Nombre del programa	Genero	Temas principales	Duración	Audiencia	Comentarios y reacciones

Entrevista jefe de noticias: Licenciado Marlon Quintana



Entrevista reportero: Licenciado Victor Poma



Entrevista escrita gerente del canal Guaranda TV: Licenciada Andrea Guerrero

ENTREVISTA SOLICITADA POR ESTUDIANTES EGRESADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PARA SU TESIS DE GRADO SOBRE EL TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS Y SU IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA.

Entrevistadores: Ximena Criollo y Omar Cortez

1. **¿Cómo describiría el enfoque general de su canal en cuanto al tipo de contenido que se transmite? ¿Cuáles son los valores y objetivos principales?**

De acuerdo a lo descrito en el Código Deontológico del Personal de la Empresa Pública Municipal de Comunicación e Información Guaranda TV, vigente desde julio de 2016, la institución tiene como principal objetivo brindar a la ciudadanía contenidos televisivos que les formen, informen y entretengan sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales culturales informativos y la participación ciudadana, aspirando siempre a ser un medio de comunicación público eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente de la ciudadanía en el área de servicio turístico, cultural, deportivo, educativo y comunitario.

Los valores de la empresa son: transparencia, honestidad, responsabilidad, compromiso, lealtad, solidaridad, respeto y equidad.

2. **En un mercado de medios en constante cambio, ¿cómo se asegura que el canal sea adaptable y siga siendo relevante para las audiencias contemporáneas?**

Es importante que el canal mantenga una constante renovación de contenidos para mantener o mejorar su posicionamiento.

Por el momento, el canal se encuentra en un proceso de transición. El objetivo de la actual gerencia es renovar y posicionar a Guaranda TV como un medio televisivo y digital local competitivo, moderno y eficiente, con programas informativos, educomunicacionales, pluriculturales, educativos y deportivos, a través de una nueva imagen (marca), con contenidos de calidad que fomenten la credibilidad y ética periodística; a su vez, ser un canal que promueva campañas o acciones de carácter social en beneficio de la comunidad.

3. **¿Cuáles son los criterios principales que utiliza para seleccionar y programar contenido en su canal? ¿Qué consideraciones éticas tienen en cuenta en este proyecto?**

La empresa proporciona un servicio público de comunicación a la ciudadanía, por lo tanto, es necesario que quienes conforman dicha institución conserven la imagen de calidad, calidez y honestidad que el canal requiere para generar confianza en los televidentes y la ciudadanía en general.

Se promueve la adopción de principios éticos que reflejan que el personal está constituido por gente con altos estándares de actuación y conducta, que permiten fortalecer la integridad en todos los niveles.

4. **¿Puede proporcionar ejemplos de situaciones en las que haya tenido que tomar decisiones difíciles sobre el contenido que se transmite debido a consideraciones éticas? ¿Cómo las manejó?**

Por el momento, el canal se encuentra en un proceso de transición con la designación de la nueva gerente. En este corto periodo de tiempo no se ha enfrentado una situación como la que se menciona en la pregunta.

5. **En relación con la diversidad y la inclusión, ¿cómo garantiza que su canal refleje una variedad de voces y perspectivas en su programación?**

Existe un estricto cumplimiento de la normativa vigente, para generar una cultura de confianza, responsabilidad, honradez y apego a la verdad. Es un medio de comunicación diverso, inclusivo, intercultural y participativo.

6. **¿Cuáles son sus políticas y prácticas para garantizar la veracidad y la precisión de la información transmitida en su canal, especialmente, en un contexto de desinformación?**

Es obligación del medio de comunicación proporcionar a la ciudadanía información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural y con responsabilidad ulterior. La información es corroborada con las fuentes respectivas antes de ser transmitidas. Se cumple con lo que se indica en el Código Deontológico.

7. **¿Cómo aborda la responsabilidad social corporativa en su canal? ¿Participa en iniciativas relacionadas con la comunidad o el medio ambiente?**

Uno de los objetivos del plan de renovación del canal, es que sea un medio que promueva y lidere campañas o acciones de carácter social y ambiental, en beneficio de la comunidad.

8. **Con la creciente popularidad de las plataformas de streaming y las redes sociales, ¿cómo se adapta su canal a la competencia digital y a las nuevas formas de consumo de medios?**

Como parte de las acciones de la actual gerencia, se está trabajando en un plan para fortalecer al canal en las plataformas digitales, como por ejemplo publicar en las redes sociales productos audiovisuales y nuevos contenidos para mantener a la empresa a la vanguardia en la era digital e incrementar la interacción con el medio de comunicación.

9. **¿Cuál es su enfoque para mantener un equilibrio entre los intereses comerciales, como la publicidad y la integridad editorial y ética en la programación de su canal?**

Actualmente, el medio de comunicación contrata ni cuenta con publicidad externa. En cuanto a la línea editorial y ética en la programación, existe respeto a la libertad de expresión, se promueven espacios de diálogo, abiertos y plurales; además, los contenidos televisivos fomentan los valores familiares, éticos, morales, sociales y culturales. Se actúa apegados a la norma ética vigente.

10. **¿Cuál es su visión a largo plazo para el canal en términos de contenido, adaptabilidad y ética? ¿Qué metas o desafíos espera enfrentar en el futuro?**

La visión a largo plazo es que la empresa pública sea autosustentable y como medio de comunicación que sea reconocido como un canal competitivo, productivo, moderno e incluyente, que contribuya a la construcción y promoción de los ámbitos turístico, cultural, deportivo, educativo y comunitario.

GERENCIA GENERAL
EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN GUARANDA TV

Nota: La presente información debe ser utilizada únicamente para los fines solicitados.

Evidencia fotográfica de la institución



Evidencias fotográficas tutor y pares académicos

Tutor: Mgs. Diana Vasquez



Par académico: Mgs. Lissette Zambrano



Par académico: Mgs. Renato Cabezas



Diseño del manual de estilo e identidad corporativa



Introducción

El noticiero Guaranda TV, transmitido por el canal 25, se erige como un faro de información y opinión en el panorama mediático, en consonancia con el artículo 17 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que consagra el derecho fundamental a la libertad de expresión y opinión. Este programa televisivo, imbuido de un carácter informativo y de opinión, se encuentra al servicio del espectador y orientado hacia el beneficio de la sociedad, ofreciendo una plataforma donde las diversas voces encuentran espacio para ser escuchadas y debatidas.

Asimismo, en el marco del artículo 23 del (LOC), se reconoce el derecho a la rectificación, garantizando que toda persona u organización afectada por informaciones inexactas o agraviantes tenga la oportunidad de ejercer su defensa y réplica en condiciones de equidad, proporcionalidad y oportunidad en el mismo medio de comunicación social en el que se difundieron las informaciones incorrectas.

Este compromiso con la diversidad de opiniones y la búsqueda de la verdad se refleja también en la implementación del artículo 24 de la Ley Orgánica de Comunicación, el derecho a la réplica es esencial para salvaguardar la integridad de aquellos afectados por la información difundida. Esto implica ofrecer un espacio justo y oportuno para que aquellos mencionados puedan presentar su versión de los hechos. Cualquier persona agraviada en su dignidad, honra o reputación tiene el derecho de solicitar la publicación de su respuesta en el mismo medio y condiciones, dentro de un plazo de 72 horas o en las próximas 3 programaciones. Es vital entender que este derecho no exonera de otras responsabilidades legales, pero asegura el equilibrio informativo y el respeto a los derechos fundamentales en la comunidad televisiva.

El noticiero Guaranda TV se posiciona como un apoyo del periodismo comprometido con los principios establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, promoviendo la libertad de expresión, la diversidad informativa y la responsabilidad periodística para fortalecer la democracia y el bienestar de la comunidad.

TABLERO DE MARCA ACTUAL

Identidad visual

LOGOTIPO

Guaranda TV

COLOR

CÓDIGO:
##2B385D

TIPOGRAFIA

- ·Se utilizará una tipografía clara y legible para todos los textos en pantalla.
- ·La tipografía principal es Arial o una fuente similar, para asegurar la máxima legibilidad en cualquier dispositivo.

Política Editorial

La Política Editorial de Guaranda TV establece las bases fundamentales para una producción coherente y de alta calidad en todas las plataformas del canal. La misión principal de Guaranda TV es informar con veracidad, representar la diversidad de la comunidad guarandeña y servir como un medio comprometido con el desarrollo local. Comprometidos con la objetividad, el equipo se esfuerza por garantizar la imparcialidad en la presentación de noticias mediante una rigurosa verificación de hechos. Además, se comprometen a respetar la sensibilidad ética al abordar cualquier contenido, priorizando la dignidad y privacidad de las personas. La atención se centra en satisfacer las necesidades de la audiencia, promoviendo la responsabilidad social a través de programas y campañas locales. En las plataformas digitales, se adopta un uso responsable de las redes sociales, promoviendo la interacción respetuosa. Esta política se revisará periódicamente para mantenerse alineada con las evoluciones del entorno mediático y garantizar su vigencia continua.

Política Comunicacional

La política comunicacional de Guaranda TV refleja el compromiso del canal con la transmisión de información veraz, entretenimiento de calidad y una conexión efectiva con su audiencia. En línea con los principios de transparencia y responsabilidad, el canal se esfuerza por establecer una comunicación abierta y bidireccional con la comunidad guarandeña. Se dedica a resaltar la diversidad de perspectivas y experiencias presentes en la audiencia, promoviendo la inclusión y evitando estereotipos. La interacción positiva en las plataformas digitales ocupa un lugar central en la política del canal, priorizando el uso responsable de las redes sociales y brindando respuestas rápidas a las inquietudes de la audiencia. La identidad visual y gráfica se ajusta a un estilo moderno y consistente, contribuyendo a una experiencia visual atractiva y reconocible. La política comunicacional se actualiza continuamente para adaptarse a los cambios en el entorno mediático, asegurando su vigencia y eficacia en la construcción de una conexión sólida y duradera con la audiencia en Guaranda y más allá.

Ejercicio Profesional

- Guaranda TV, en su compromiso con la responsabilidad social, busca contribuir al desarrollo y bienestar de la comunidad local mediante la difusión de información relevante y la producción de programas socialmente responsables. La cadena televisiva se esfuerza por ser un agente activo en la mejora de la calidad de vida de su audiencia, proporcionando contenidos que aborden las necesidades y preocupaciones de la comunidad.
- En línea con su visión de ser un canal comprometido con el bienestar general, Guaranda TV se propone generar un impacto positivo en la sociedad. A través de diversas campañas y programas, la cadena busca promover valores y prácticas éticas que contribuyan al fortalecimiento de la comunidad. Conscientes de su papel en la formación de opiniones, se esfuerzan por ofrecer contenido que inspire un cambio positivo en la sociedad, fomentando la participación activa y el desarrollo sostenible.

Fuentes de información

Las fuentes de información para la elaboración de los contenidos difundidos en el Noticiero Guaranda Tv comprenden individuos, entidades e documentos.

- Estas fuentes pueden clasificarse en dos categorías principales: oficiales, que incluyen entidades gubernamentales, ministerios, direcciones provinciales, alcaldías, y no oficiales, que abarcan la ciudadanía, expertos y organizaciones no gubernamentales. En cuanto a los documentos, se hace referencia a libros, textos históricos y revistas especializadas. Además, se consideran las fuentes vivas, que son personalidades que han participado activamente en hechos históricos en diversas esferas.

PROGRAMACIÓN

Variedad de contenidos

La programación de Guaranda Tv debe ser variada, incluyendo programas de noticias entretenimiento, cultura y educación.

Noticias

El programa de noticias de Guaranda TV se caracteriza por su enfoque en la veracidad, imparcialidad y objetividad en la presentación de la información. Se prioriza una cobertura completa y equilibrada de los acontecimientos locales, nacionales e internacionales, ofreciendo a la audiencia una visión precisa y contextualizada de los hechos más relevantes del momento. Además, se promueve la rigurosidad en la investigación y la presentación de datos, garantizando que la información transmitida sea precisa y confiable para los espectadores.

Géneros

El género periodístico se refiere a categorías específicas de expresión utilizadas por los medios de comunicación para presentar información, permitiendo a los periodistas estructurar y comunicar la información de manera efectiva, adaptándose a las diferentes necesidades y audiencias.

- **Informativo noticioso:** Se trabaja con noticias diarias, presentadores y corresponsales.
- **Opinión**: Programas que se centran en asuntos contemporáneos superan la mera presentación de noticias, adentrándose en géneros más detallados como el reportaje y la entrevista.

Entretenimiento

Los programas de entretenimiento en Guaranda TV se distinguen por su diversidad de géneros y formatos, con un enfoque en la calidad y originalidad de los contenidos. Desde programas de variedades hasta concursos y series dramáticas, se busca ofrecer a la audiencia una experiencia de entretenimiento variada y atractiva. Además, se prioriza la producción de contenidos que reflejen los intereses y preferencias del público, asegurando que cada programa sea capaz de captar y mantener la atención del espectador.

Cultura

El programa de cultura de Guaranda TV tiene como objetivo resaltar la identidad y riqueza cultural de la comunidad local. A través de la promoción de eventos culturales, artistas locales y tradiciones folclóricas, se busca celebrar y preservar el patrimonio cultural de Guaranda. Además, se fomenta el diálogo intercultural y la diversidad de expresiones artísticas, creando un espacio donde la comunidad pueda explorar y compartir su herencia cultural de manera inclusiva y enriquecedora.

Deportes

En Guaranda TV, los programas de deportes se destacan por su pasión y compromiso con la cobertura detallada y apasionada de eventos deportivos locales e internacionales. Desde transmisiones en vivo hasta análisis profundos y entrevistas exclusivas con atletas destacados, se busca ofrecer a la audiencia una experiencia completa y emocionante. Además, se promueve la participación comunitaria en actividades deportivas locales, incentivando un estilo de vida activo y saludable entre los espectadores.

Educación

El programa de educación de Guaranda TV está diseñado para fomentar el aprendizaje y el desarrollo personal y profesional de la audiencia. A través de la presentación de contenidos educativos relevantes y accesibles, se busca estimular la curiosidad intelectual y promover el crecimiento académico de los espectadores. Desde tutoriales prácticos hasta debates sobre políticas educativas, se ofrece a la comunidad un espacio donde puedan explorar nuevas ideas y adquirir conocimientos de manera interactiva y enriquecedora.

Producción de programas locales

En Guaranda TV, la producción de programas locales constituye una prioridad fundamental, orientada a reflejar la identidad y los intereses de la comunidad de Guaranda. Estos programas son meticulosamente diseñados con el propósito de capturar la esencia singular de la ciudad y sus habitantes, proporcionando una auténtica ventana a la vida cotidiana, las tradiciones y las inquietudes de la comunidad. Desde programas de entrevistas con líderes comunitarios hasta documentales sobre la historia local, se busca fomentar un sentido de pertenencia y orgullo entre los espectadores, además de estimular la participación activa en la vida cultural, social y política del municipio. Asimismo, se otorga respaldo y espacio a artistas, músicos, emprendedores y otros talentos locales, permitiéndoles exhibir su labor y contribuir al enriquecimiento cultural de Guaranda. De este modo, la producción de programas locales se convierte en un poderoso instrumento para fortalecer el tejido social y propiciar el desarrollo integral de la comunidad.

Calidad de producción

En Guaranda TV, la prioridad es garantizar la más alta calidad en la producción de todos los programas, con un enfoque especial en la excelencia tanto en la calidad de imagen como en la calidad de sonido. Para lograrlo, el canal cuenta con equipos técnicos de última generación y un equipo de profesionales altamente capacitados que trabajan diligentemente para asegurar que cada programa cumpla con los más altos estándares de calidad.

La importancia de una edición cuidadosa y profesional en la creación de contenido televisivo de calidad es fundamental para Guaranda TV. Por esta razón, se presta especial atención a este aspecto en todos los programas. Los editores del canal están entrenados para trabajar con precisión y atención al detalle, garantizando que cada imagen y cada sonido sean pulidos y refinados para ofrecer una experiencia visual y auditiva excepcional para la audiencia.

Guaranda TV se esfuerzan por ofrecer una calidad de producción impecable en cada uno de sus programas, asegurando que los espectadores disfruten de una experiencia televisiva de primer nivel en todo momento.

LENGUAJE

Naturalidad e inclusión

- En Guaranda TV, se promueve activamente la neutralidad e inclusión del lenguaje en todos los aspectos de la programación. Se adopta un enfoque cuidadoso para asegurar que el lenguaje utilizado sea respetuoso, inclusivo y libre de sesgos. Se evitan términos o expresiones que puedan ser ofensivos o excluyentes para cualquier grupo de personas. Además, se reconoce la importancia de utilizar un lenguaje que refleje la diversidad de la audiencia y que permita que todas las personas se sientan representadas y valoradas. En Guaranda TV, se considera que el uso de un lenguaje neutral e inclusivo es esencial para crear un ambiente de respeto y aceptación, y se trabaja constantemente para garantizar su implementación en toda la programación del canal.
- Se evitarán expresiones o términos que puedan resultar ofensivos o discriminatorios

Claridad y precisión

- En Guaranda TV, se hace hincapié en la claridad y precisión del lenguaje en todos los programas producidos. Se reconoce que la comunicación efectiva requiere de un lenguaje claro y accesible, que permita a la audiencia comprender fácilmente la información transmitida. Por lo tanto, se evita el uso de jergas o tecnicismos innecesarios que puedan dificultar la comprensión del mensaje.
- Además, se presta especial atención a la precisión en la elección de las palabras y la estructura de las frases, con el fin de transmitir la información de manera exacta y sin ambigüedades. En Guaranda TV, se entiende que la claridad y precisión del lenguaje son fundamentales para garantizar una comunicación efectiva con la audiencia, y se trabaja constantemente para alcanzar estos objetivos en cada programa producido.

Interacción con la audiencia

Redes sociales

- -Se fomentará la participación activa de la audiencia a través de las redes sociales, promoviendo el diálogo y la retroalimentación.
- -Se responderá de manera oportuna y respetuosa a los comentarios y mensajes de la audiencia en todas las plataformas digitales.

Eventos comunitarios

En Guaranda TV, se dedica un espacio importante a la cobertura de eventos comunitarios en la ciudad y sus alrededores. A través de reportajes y transmisiones en vivo, el canal proporciona una plataforma para destacar las actividades y celebraciones que tienen lugar en la comunidad. Desde festivales culturales y ferias locales hasta eventos deportivos y actividades benéficas, se busca informar a la audiencia sobre las diversas iniciativas y oportunidades de participación que fortalecen el tejido social de Guaranda. Además, se fomenta la interacción con la audiencia, invitándola a compartir sus propias experiencias y vivencias en estos eventos, promoviendo así un sentido de pertenencia y participación activa en la comunidad. En Guaranda TV, se reconoce el valor de los eventos comunitarios como herramientas para el enriquecimiento cultural y social de la ciudad, y se compromete a seguir brindando una cobertura integral y comprometida de estos acontecimientos.

LÍNEA VISUAL

Es la que establece las pautas para el lenguaje narrativo y visual utilizado por Guaranda Tv en sus programas. Esto incluye aspectos como planos, encuadres, textos y estructuras narrativas, entre otros elementos. Además, se considera la parte técnica, que abarca aspectos como la cámara, el sonido, la iluminación y el montaje.

Planos

- P**lano General (PG):** Muestra un amplio escenario o locación, proporcionando una visión general del entorno.
- **Plano Entero (PE):** Captura a la persona completa, mostrando su figura desde la cabeza hasta los pies.
- **Plano Americano (PA):** Enfoca al sujeto desde la cabeza hasta las rodillas, resaltando la parte superior del cuerpo.
- **Plano Medio (PM):** Muestra al sujeto desde la cintura hacia arriba, destacando la interacción entre gestos y expresiones faciales.
- **Plano Medio Corto (PMC):** Encuadra al sujeto desde el pecho hasta la cabeza, centrando la atención en la cara y la expresión.
- **Plano Detalle (PD)**: Se centra en un objeto o parte específica del sujeto, ofreciendo un enfoque más cercano.
- **Primer Plano (PP):** Muestra la cabeza y los hombros del sujeto, resaltando expresiones faciales y detalles.
- **Primerísimo Primer Plano (PPP):** Enfoca un detalle extremadamente cercano, como un ojo o una mano.

Ángulos de Cámara

- **Nivelado:** La cámara está al mismo nivel que el sujeto, creando una perspectiva neutral.
- **Picado:** La cámara apunta hacia abajo desde arriba, sugiriendo superioridad o vulnerabilidad.
- **Contrapicado:** La cámara apunta hacia arriba desde abajo, generando un efecto de grandeza o poder.
- **Nadir:** La cámara apunta hacia arriba desde el suelo hacia el sujeto o escena.

Movimientos de Cámara

Panorámica: Giro horizontal de la cámara, barriendo el entorno
Tilt (Inclinación): Inclinación vertical de la cámara hacia arriba o hacia abajo.
Travelling o Dolly: Movimiento lateral de la cámara sobre rieles, acercándose o alejándose del sujeto.
Zoom: Cambio en la distancia focal de la lente, acercando o alejando la imagen.
Handheld o Cámara en Mano: Captura imágenes con la cámara sostenida a mano, creando un efecto más dinámico y cercano.

Encuadre

Organizar la composición visual dentro de un cuadro implica posicionar los elementos de manera estratégica. Se destaca la relevancia del lado derecho como punto focal, subrayando la importancia de equilibrar los componentes considerando los espacios disponibles en la pantalla. Un encuadre efectivo se traduce en la construcción exitosa de una imagen, requiriendo la consideración consciente de qué elementos se incluyen en el plano, cuáles se destacan y cuáles complementan la escena.

Conocimientos de iluminación

Se proporciona un conocimiento básico de iluminación, describiendo tipos como luces suaves, concentradas, de apertura y un montaje típico de luz con tres fuentes. Además, se abordan métodos de edición, diferenciando entre edición lineal y no lineal, destacando las ventajas de la edición digital.

Introducción

Guaranda TV es un canal televisivo perteneciente a la ciudad de Guaranda. Con el objetivo de modernizar su imagen y fortalecer su identidad de marca, se propone un cambio de logo que refleje los valores y modernidad del canal.

Investigación y análisis del mercado

Guaranda TV se mantiene con una audiencia diversa en términos de edad, género y nivel educativo, lo que ofrece oportunidades para una programación variada.
Existe un interés significativo en los programas locales y la cobertura de noticias de la región.
Aunque la marca es reconocida, se necesita un esfuerzo adicional para diferenciarla de la competencia y mejorar la calidad de la programación.

Objetivo

Mostrar un logotipo donde la apariencia del mismo debe ser relevante y efectiva a largo tiempo, evitando modas o tendencias pasajeras que pueda volverse obsoletas rápidamente.







PALETA DE COLORES

#D32733 #000000

Descripción

Un logotipo elegante y contemporáneo para Guaranda TV, que presenta el nombre del canal en fuente moderna y en negrita. Los colores rojo y negro se muestran de manera destacada, con las palabras acentuadas por un contorno negro. La letra 'A' en Guaranda está diseñada creativamente para asimilar a la catedral de la ciudad ya mencionada. El diseño general es minimalista y llamativo, lo que refleja el enfoque del canal en el entretenimiento televisivo.

Presupuesto

- Se asigno un presupuesto específico para el diseño, la implementación y la promoción del nuevo logo de Guaranda TV.
- Se aseguro una gestión eficiente de los recursos para extender el retorno de la inversión y garantizar el éxito del cambio de logo.

Socialización

- Se socializo con los directivos del canal Guaranda Tv el nuevo logotipo para su aprobación.



GUARANDA TV

GUARANDA TV

GUARANDA TV

#000000

#D32733



Fuente principal

Esta fuente se escogio especificamente para la marca.

Aa

Bambino Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

/*-+~!@#$%^&*()-=_+{[];'"|\<>.?

