



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TESIS DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

“LA CRÓNICA ROJA EN TC TELEVISIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL  
ESTRATO SOCIO-ECONÓMICO C- DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA,  
PERÍODO JULIO A DICIEMBRE DE 2014.”

**Autora:**

**ANA DE LAS MERCEDES CHÁVEZ NÁJERA**

**Tutor:**

**Lic. Carlos Alberto Larrea Naranjo, MBA.**

**Riobamba-Ecuador**

**2016**

## **INFORME DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor, y luego de haber revisado el desarrollo de la Investigación elaborada por Ana de la Mercedes Chávez Nájera, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el Tribunal designado por la Comisión.



.....

Lic. Carlos Larrea Naranjo, MBA.

**ASESOR DE TESIS**

Riobamba, Marzo 2016

## CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO

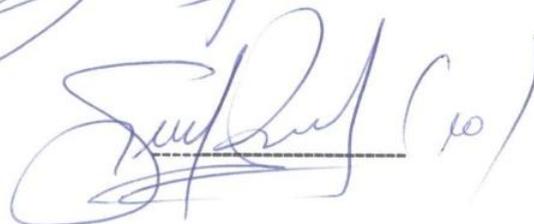
Los miembros del Tribunal, luego de haber receiptado la Defensa de trabajo escrito, hemos determinado la siguiente calificación:

Para constancia de lo expuesto, firman:

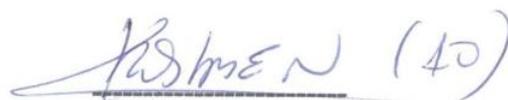
**Mgs. Ramiro Ruales**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ruales' followed by a large flourish and '(10)' in parentheses.

**Mgs. Klever Romero**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

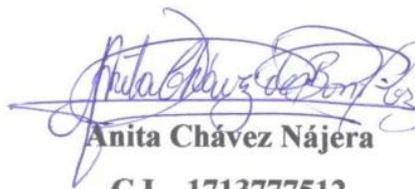
Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Romero' followed by a large flourish and '(10)' in parentheses.

**MBA. Carlos Larrea**  
**TUTOR**

Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Larrea' followed by a large flourish and '(10)' in parentheses.

## **DERECHOS DE AUTORA**

Yo, Ana de las Mercedes Chávez Nájera, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



**Anita Chávez Nájera**  
**C.I. 1713777512**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta obra a mis padres Galo y Anita, a mi esposo Roberto, a mis hijos Roberto Sebastian y Galo Alberto y a mi hermana Leticia, por su apoyo constante y ser el pilar de mi vida.

*Ana de las Mercedes Chávez Najera*

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su fidelidad y fortaleza.

A mi Tutor, Lic. Carlos Larrea MBA, por su apoyo, por extender sus conocimientos a través de su dirección acertada en esta tesis, por emitir valiosos consejos para la ejecución de la misma, a mis maestros de la UNACH que me impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de mi carrera.

## ÍNDICE GENERAL

### PÁGINAS PRELIMINARES

CARÁTULA DE PRESENTACIÒN.....	i
INFORME DEL TUROR.....	iii
CALIFICACIÒN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTORA.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESÚMEN.....	xiii
SUMMARY.....	xiv
INTRODUCCIÒN.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÒN DEL PROBLEMA.....	2
1.3. OBJETIVOS .....	2
1.3.1 GENERAL.....	2
1.3.2 ESPECÍFICO.....	2
1.4. JUSTIFICACIÒN E IMPORTANCIA .....	3
CAPÍTULO II.....	5
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. FUNDAMENTACIÒN TEÓRICA.....	5
2.1.1 COMUNICACIÒN .....	5
2.1.2 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÒN.....	8
2.1.2.1. FUNCIONALISMO DE LASSWELL.....	8
2.1.3. EL PERIODISMO .....	11
2.1.3.1. TIPOS DE PERIODISMO.....	13
2.1.4. EL TRABAJO PERIODISTICO.....	16
2.1.4.1. LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISTA.....	17
2.1.5. MEDIOS DE COMUNICACIÒN.....	18
2.1.5.1. CARACTERÍSTICAS.....	18

2.1.5.2.	TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	19
2.1.5.3.	FUNCIONES.....	20
2.1.6.	FORMAS DE COMUNICACIÓN.....	21
2.1.7.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.....	18
2.1.7.1.	TIPOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.....	24
2.1.7.2.1.	LA TELEVISIÓN.....	25
2.1.7.2.2.	DIPOSITIVA.....	27
2.1.7.2.3.	RETROPROYECTOR.....	27
2.1.7.2.4.	RADIO.....	28
2.1.7.2.5.	FOTOGRAFÍAS.....	28
2.1.8.	GÉNEROS PERIODÍSTICOS.....	28
2.1.8.1.	NOTA INFORMATIVA.....	29
2.1.8.2.	EL REPORTAJE.....	31
2.1.8.3.	ENTREVISTA.....	31
2.1.8.4.	LA OPINIÓN.....	32
2.1.8.5.	EL EDITORIAL.....	33
2.1.8.6.	LA COLUMNA.....	34
2.2	LA CRÓNICA COMO GÉNERO PERIODÍSTICO.....	35
2.2.1.	ORIGEN DE LA CRÓNICA.....	35
2.2.2.	INDUCCIÓN A LA CRÓNICA.....	36
2.2.3.	CRÓNICA.....	37
2.2.4.	CARACTERÍSTICAS DE UNA CRÓNICA.....	40
2.2.5.	CLASES DE CRÓNICA.....	40
2.2.6.	CRÓNICA PERIODÍSTICA.....	41
2.2.7.	CRÓNICA ROJA Y LA TELEVISIÓN.....	42
2.2.7.1	EFFECTOS.....	44
2.3	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
2.3.1	CANAL TC TELEVISIÓN.....	45
2.3.2	HISTÓRIA.....	46
2.3.3	MISIÓN.....	47
2.3.4	VISIÓN.....	47
2.3.5	VALORES.....	48

2.3.6	CREENCIAS.....	49
2.3.7	ORGANIGRAMA .....	52
2.3.8	PROGRAMACIÓN .....	53
2.3.9	PRODUCCIÓN DE NOTICIAS.....	55
2.3.9.1	LA CRÓNICA ROJA EN LOS NOTICARIOS DE TCTELEVISIÓN.....	55
2.4	HABITANTES DE RIOBAMBA URBANO .....	58
2.4.1	PARROQUIAS URBANAS .....	59
2.4.2.	CIRCUNSCRIPCIONES.....	59
2.4.3.	POBLACIÓN.....	60
2.5.	HIPÒTESIS.....	60
2.6.	VARIABLES.....	60
2.6.1.	VARIABLES INDEPENDIENTES.....	60
2.6.1.	VARIABLES DEPENDIENTES.....	60
2.7.	OPERACIONALIZACIÒN DE LAS VARIABLES.....	62
CAPÍTULO III.....		63
3.	MARCO METODOLÒGICO.....	63
3.1.	MÈTODO CIENTÌFICO.....	63
3.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÒN .....	63
3.3.	TIPO DE INVESTIGACIÒN .....	63
3.4.	POBLACIÒN Y MUESTRA.....	64
3.4.1	POBLACIÒN.....	64
3.4.2	MUESTRA.....	64
3.5	TÈCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÒN DE DATOS .....	65
3.5.1	ENCUESTA.....	65
3.6	TÈCNICAS PARA PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÒN DE DATOS....	65
3.6.1	TÈCNICAS ESTADÌSTICAS .....	65
3.6.2	TÈCNICAS LÒGICAS .....	66
3.7	PROCESAMIENTO Y DISCUSIÒN DE RESULTADOS .....	66
3.8	ANÁLISIS E INTERPRETACIÒN DE RESULTADOS.....	66
3.9	COMPROBACIÒN DE LA HIPÒTESIS .....	77
CAPÍTULO IV.....		78
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
4.1.	CONCLUSIONES.....	78
4.2.	RECOMENDACIONES.....	79

CAPITULO V.....	80
<b>5.1 OPCIONES PERIODISTICAS.....</b>	<b>80</b>
BIBLIOGRAFÍA .....	82
ANEXOS	

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>PAG.</b>
CUADRO N° 1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	8
CUADRO N° 2 PARADIGMA DE LASSWELL	9
CUADRO N° 3 MODELOS TEÓRICOS	10
CUADRO N° 4 MEDIOS AUDIOVISUALES	25
CUADRO N° 5 GÉNEROS PERIODÍSTICOS	29
CUADRO N° 6 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA NOTICIA	30
CUADRO N° 7 CUADRO DE RAITING DE TC TELEVISIÓN EN LOS NOTICARIOS	57

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>PAG.</b>
Gráfico N° 1 ¿Cree usted que la televisión es la principal fuente de la realidad de nuestra seguridad ciudadana?	67
Gráfico N° 2 ¿Está usted de acuerdo que se transmita en los noticieros crónica roja?	68
Gráfico N° 3 ¿Considera que TC Televisión al transmitir crónica roja crea una sensación de inseguridad permanente y alimenta un temor en la sociedad?	69
Gráfico N° 4 ¿Cree usted que la crónica roja que transmite TC Televisión atenta al dolor humano y a la dignidad de las personas?	70
Gráfico N° 5 ¿Está usted de acuerdo que menores de edad y adolescentes vean la crónica roja que emite TC Televisión?	71

Gráfico N° 6	¿Cree usted que la crónica roja que transmite TC Televisión influye en la sociedad?	72
Gráfico N° 7	¿Considera usted que la crónica roja puede servir como una medida de prevención mostrando lo que pasa en la realidad de la sociedad?	73
Gráfico N° 8	¿Comparado con otros canales cree usted que TC Televisión procesa de mejor manera imágenes fuertes?	74
Gráfico N° 9	¿Cree que la crónica difundida en TC Televisión está basada a la verdad a diferencia de otros medios?	75
Gráfico N° 10	¿Cuál es el noticiario en el que usted prefiere ver la crónica roja de TC Televisión?	76

## RESUMEN

Este trabajo aborda desde una perspectiva teórica y realista la crónica roja de Tc televisión en el estrato socio-económico c- de Riobamba, como incide en la sociedad. La participación del periodismo en la crónica roja ha sido conocida en distintas épocas, puesto que se ha convertido en un soporte esencial en los medios de comunicación y en los comunicadores sociales, permitiendo el fortalecimiento de estos dos protagonistas el periodismo y la crónica roja.

La comunicación se relaciona con intercambio, compartir interioridad, dialogo y es la base del proceso de transmisión y recepción de ideas. Se caracteriza por el encuentro y convivencia con otras disciplinas, visualizando el objeto comunicacional

En nuestro país cada medio de comunicación maneja crónica roja. En la televisión son transmitidos por medio de reportajes de situaciones violentas que se emiten en los diferentes noticiarios. La crónica roja en la práctica, es la forma en que se visualiza o capta la información de hechos sangrientos y de violencia que suceden en la realidad de nuestra sociedad. Las sensaciones de inseguridad que se construyen en la conciencia colectiva a partir de este tipo de contenidos llegan a incidir o a influir en el imaginario social.

La población del estrato socio-económico C- de Riobamba urbano es la que muestra mayor interés por informarse con la crónica roja, ya que se siente identificada con este tipo de noticias por el estilo en que sus periodistas las transmiten.

Los noticiarios de TC Televisión, en los 46 años que hace uso de la crónica roja cumplen con informar a la sociedad con ética y profesionalismo sin caer en el sensacionalismo o amarillismo, respetando los valores de las personas.



---

## ABSTRACT

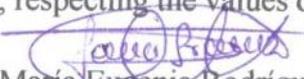
This paper addresses from a theoretical and realistic perspective the red chronicle of “Tc TV” in the socio-economic stratum of Riobamba city, and how affects in the society. Participation of journalism in red chronicle has been known at different times, since it has become an essential support in the media and social communicators, allowing the strengthening of these two protagonists: journalism and red chronicle.

Communication relates to exchange, share interiority, dialogue and, is the basis of the process of transmission and reception of ideas. It is characterized by the encounter and coexistence with other disciplines, visualizing the communication object.

In our country every media handles red chronicle. On television, they are transmitted through reports of violent situations that are emitted in different news. The red chronicle in practice is the way it is displayed or captures information of bloody events and violence that occur in the reality of our society. Feelings of insecurity that are built into the collective consciousness from such content come to affect or influence the social imaginary.

The population of the socio-economic stratum C- of urban Riobamba city shows a great interest in this kind of information, because they feel identified with this genre of news by the style in which the journalists transmit.

TC Television newscasts in the 35 years that makes use of red chronicle meet informing society with ethics and professionalism without falling into sensationalism, respecting the values of people.

  
**Reviewed by:** María Eugenia Rodríguez.

CENTRO DE IDIOMAS



COORDINACION

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación nos refleja el comportamiento y actitud de los televidentes del estrato socio-económico C- de Riobamba al observar la crónica roja de TC Televisión. Para el desarrollo del mismo se ha recogido información de una muestra poblacional considerable y apropiada.

La crónica como género periodístico, es un relato de los hechos contados cronológicamente, también considerada como la información sobre acontecimientos ocurridos durante un periodo de tiempo, contada desde el mismo lugar o desde un lugar próximo o directamente relacionado con esos hechos y por un informador que los ha vivido como testigo.

Antes era vista la crónica roja como algo vulgar, fuera de serie y los que la veían eran las personas de un nivel de educación ineficiente, pero esto ha cambiado con el tiempo, ya que ahora si no se ve en los noticieros la palabra 'Crónica Roja' no se da la importancia debida al medio.

Los televidentes sabemos que los medios de comunicación tienen poder, pero no sabemos en qué medida, muchas de las veces cambian tendencias y forman ideales, sino que influyen en todas las esferas de la sociedad, para bien o para mal.

Es incuestionable la información que generan los medios de comunicación, intervienen en la vida de la población, de alguna manera influyen en su accionar diario como en las relaciones políticas, económicas, culturales, deportivas, etc.

Si tomamos en consideración que la investigación que se realizó para ejecutar este trabajo, permitió saber que la crónica roja no solo describe las sociedades, sino que interviene profundamente en ellas y en la dirección hacia la que se deben dirigir, de

ahí la importancia de su estudio. Cabe mencionar que esto no quiere decir que la crónica roja no es la respuesta a todos los males que aquejan en la sociedad.

Este presente trabajo, se expone en cuatro capítulos que están distribuidos de la siguiente manera:

**CAPÍTULO I**, incluye el Marco Referencial con definiciones centradas en el problema, los objetivos, importancia y justificación del proyecto. Se destacan datos importantes en lo concerniente a la incidencia de la crónica roja de Tc Televisión en el estrato C- de la población de Riobamba.

**CAPÍTULO II**, el Marco Teórico conceptualiza varios términos y paradigmas de la comunicación siendo así el escenario apropiado para el análisis de la incidencia de la crónica roja de Tc Televisión a estrato social de la ciudad de Riobamba, también hacemos referencia a la misión, visión, estructura organizacional de la Institución, se incluyen datos de las variables utilizadas y su operacionalización.

**CAPÍTULO III**, la presencia del Marco Metodológico considera el método de estudio, tipo de investigación, diseño de investigación, procesamiento de datos, población y muestra, así como también técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procedimiento para el análisis. A partir de ello se exponen los resultados de las encuestas realizadas a una muestra poblacional de 399 encuestados en las cinco parroquias urbanas de Riobamba. A ello se suma el respectivo análisis gráfico y lógico, interpretación de resultados y la comprobación de la hipótesis propuesta en el presente proyecto investigativo.

**CAPÍTULO IV**, como resultado de la investigación he desarrollado las conclusiones y ayudado con las recomendaciones, que reflejan lo investigado por la autora.

**CAPÍTULO V**, proponer opciones periodísticas para satisfacer la demanda de información, sin caer en el amarillismo.

## **CAPÍTULO I**

### **1. MARCO REFERENCIAL**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La presente investigación se centra en el estudio de la crónica roja de TC Televisión y su incidencia en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba. La crónica roja rompe con la cotidianidad, puesto que es un relato contado cronológicamente y detallado de los hechos violentos; combinado con información e interpretación del medio que elabora la noticia.

La crónica roja está considerada como reportajes de situaciones violentas que se emiten en los distintos noticiarios que tiene en la programación diaria de un canal de televisión, se lo manifiesta como la forma de pensar y definir el mundo de individuos y grupos que receptan la noticia, es decir, en el imaginario social y las sensaciones de inseguridad que se construyen en la conciencia colectiva a partir del consumo de este tipo de contenidos.

Los temas policiales, violencia, asesinatos, asaltos, en sí, todo lo que tiene que ver con sangre y violencia se está incrementando e implementando más en TC Televisión, esta espectacularidad debe estar dada en imágenes, y audio. Una imagen de violencia de impacto es visualizar un cadáver destrozado, un accidente, un maremoto, o un evento adverso, son imágenes que llaman más la atención del televidente muchas de las veces.

El mismo perceptor es quién a través de sus propias vivencias se siente identificado e involucrado con muchas de los conflictos y soluciones que son presentados en la crónica roja.

El target que mantiene el noticiario es un público de clase baja y si tomamos en cuenta que es “el 80 % de la población del Ecuador” según datos del INEC, este porcentaje es el que más sintoniza los programas que contienen crónica roja.

La Crónica Roja llega a distintos estratos sociales a través de la cual facilitan y producen nuevos valores, comportamiento social, nuevas simbologías, etc. Estableciendo otra visión ante el mundo en el que se vive, desencadenando e influyendo en una totalidad en el comportamiento.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo la crónica roja emitida en TC Televisión incide en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba, período julio a diciembre de 2014?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Establecer cómo incide la crónica de TC Televisión en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba, período julio a diciembre de 2014.

### **1.3.2 ESPECÍFICOS**

- Identificar las razones del porqué, TC televisión, da importancia relevante a los eventos de crónica roja.

- Analizar la aceptación de la crónica roja en el estrato socio económico C- de Riobamba.
- Proponer opciones periodísticas para satisfacer la demanda de información, sin caer en el amarillismo

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

La televisión es el medio de comunicación con mayor influencia frente a otros medios masivos, su desarrollo y revolución ha convertido su información en una de las industrias culturales, más penetrantes y de mayor consumo para el televidente.

Cabe mencionar que no se ha realizado una investigación de cómo incide la crónica roja en este estrato social, sobre todo saber cómo impacta a los habitantes en su diario vivir, tanto en el trabajo como en el hogar y en los menores y adolescentes en las instituciones educativas.

La idea de este trabajo es mostrar a futuras generaciones que esta fuente no sólo debe causar miedo o aterrorizar a la población mostrando lo que pasa en la realidad, el objetivo es informar de una manera preventiva sin usar imágenes que visual y psicológicamente incidan negativamente en los receptores de la información.

Mostrar las noticias con veracidad sin caer en el sensacionalismo, el contraste de fuentes, realizar el seguimiento de casos, conocer las leyes y sus restricciones.

Desde que los medidores de raiting permitieron conocer el nivel de audiencia, cuando se transmitía crónica roja, los picos de sintonía se elevaban totalmente, por lo que se decidió que la duración del segmento de crónica roja ocupe un espacio de 15 de los 45 minutos del noticiario.

Se conocerá mediante esta investigación por qué la población del estrato social C- de Riobamba prefiere ver crónica roja que cualquier otro programa o hecho noticioso, sobre todo en el noticiario estelar y que como dato adicional desde hace 11 años mantiene el raiting más alto en relación a otros medios. El Noticiero es el primero en enganchar sintonía porque en todas sus emisiones inicia antes que otros programas informativos.

La crónica roja de Tc Televisión tiene su aceptación en el medio social por las imágenes que se emiten al narrar historias; y, por medio de ellas se muestra una problemática común en muchas de las provincias.

Muchas de las veces este género es criticado por una parte de la población, por los hechos y actos violentos que son transmitidos. Cabe mencionar que no solo en la crónica roja se observan hechos de violencia, sino también en temas políticos, deportivos, entre otros.

En la actualidad, el incremento de crónica roja es notorio en los noticiarios, hay una tendencia generalizada no solo en el país, sino a nivel mundial donde es uno de los ingredientes principales. Mientras más expectativa genere más impactante es la noticia.

La crónica roja en los últimos años a más de informar, se ha constituido también en una opción para incrementar audiencias, elevar sintonía, generar ventas. Hoy la crónica cautiva, informa, y pauta.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

##### 2.1.1. COMUNICACIÓN

La primera formulación conceptual de Comunicación data de 1948 con el modelo de Shanon y Weaver que explica cómo se da la transmisión de un mensaje desde un emisor a un receptor. En tanto que la concepción de que la comunicación se liga a la idea de intercambio, de compartir interioridad, de diálogo, se deriva del latín “communis” o “comunicare”, que significa comunidad; sin embargo, tiene varias connotaciones.(Weaver S. y., 1948).

El diccionario Kapeluz de la lengua española define a la comunicación “como el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes”.(Española D. K., 1979).

“Tal como se ha desarrollado en los pocos años pasados, el estudio científico de la comunicación se centra en torno de las cuatro fases sucesivas de todo acto de comunicación: ¿en qué canales tienen lugar las comunicaciones? ¿Quién comunica? ¿Qué es comunicado? ¿Quién es afectado por la comunicación y cómo?”, cada una de estas variantes define y organiza un sector específico de la investigación, se centran en el estudio de los emisores, es decir, en el control sobre lo que es difundido.(Smith, 1948).

Comunicación es el acto de informar, de transmitir y emitir mensajes, surge con fuerza luego de la aparición de los medios masivos que pasaron a llamarse medios de comunicación. Este tipo de concepciones nos conducen a tomar en cuenta que “Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se

comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación”(Otero, 1997).

La comunicación es definida por el autor Jhon C. Merrill, como el establecimiento de una comprensión común; como la transferencia de representaciones significativas de una persona a otra; como la estimulación de símbolos comunes en varias mentes a través de la interacción simbólica; como la creación de representaciones significativas en otras a través de actividades de estímulo y respuesta.

El término comunicación como concepto se presta a muchas interpretaciones, las cuales dependen del momento histórico, así como las exigencias políticas, económicas, culturales y sociales del medio en el cual han surgido, esto ha dado origen a una gran variedad de conceptos; entre los que se pueden mencionar:

Aristóteles: Manifiesta que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.

Kurt Lewin: Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo transmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

William Bortot: Expone que la comunicación, es un fenómeno que establece una relación entre dos o más individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas.

David K. Berlo: Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor. Como se puede observar todos estos autores señalan que la comunicación es un proceso por medio del cual los individuos se relacionan entre sí, para hacer del mundo un lugar donde las ideas, los conocimientos, hechos y situaciones sean comunes.

La comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información. En la comunicación intervienen diversos elementos que pueden facilitar o dificultar el proceso.(Lee, 1993 )

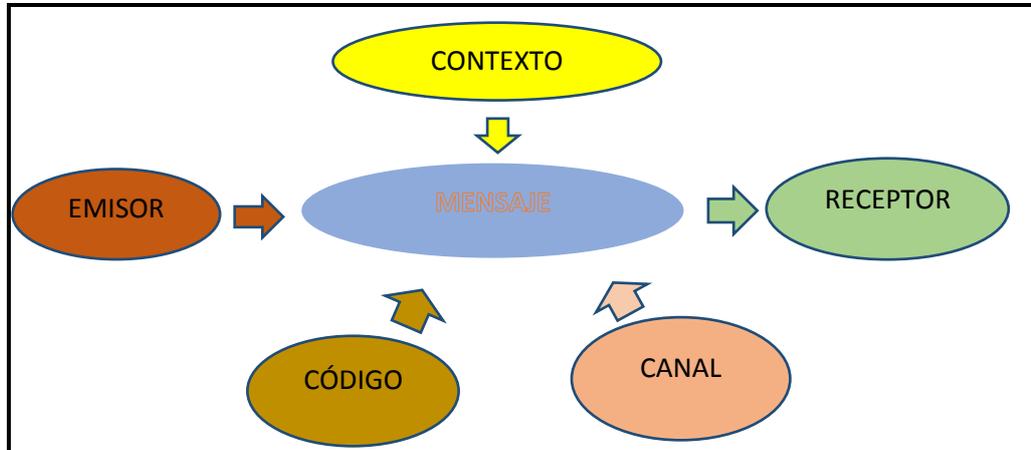
- Emisor: La persona (o personas) que emite un mensaje.
- Receptor: La persona (o personas) que recibe el mensaje.
- Mensaje: Contenido de la información que se envía.
- Canal: Medio por el que se envía el mensaje.
- Código: Signos y reglas empleadas para enviar el mensaje.
- Contexto: Situación en la que se produce la comunicación.

La comunicación eficaz entre dos personas se produce cuando el receptor interpreta el mensaje en el sentido que pretende el emisor.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen un papel importante en ella.(Española D. K., 1979)

## CUADRO N° 1

### ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



Elaborado por: Anita Chávez Nájera

Fuente: Elementos de la Comunicación de Socorro Fonseca

### 2.1.2 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

No podemos dejar de mencionar las Teorías de la Comunicación como ese “conjunto de ideas que pueden ayudar a comprender un fenómeno, guiar una acción o predecir una consecuencia” (McQuail, 1994:32). Entre ellas tenemos:

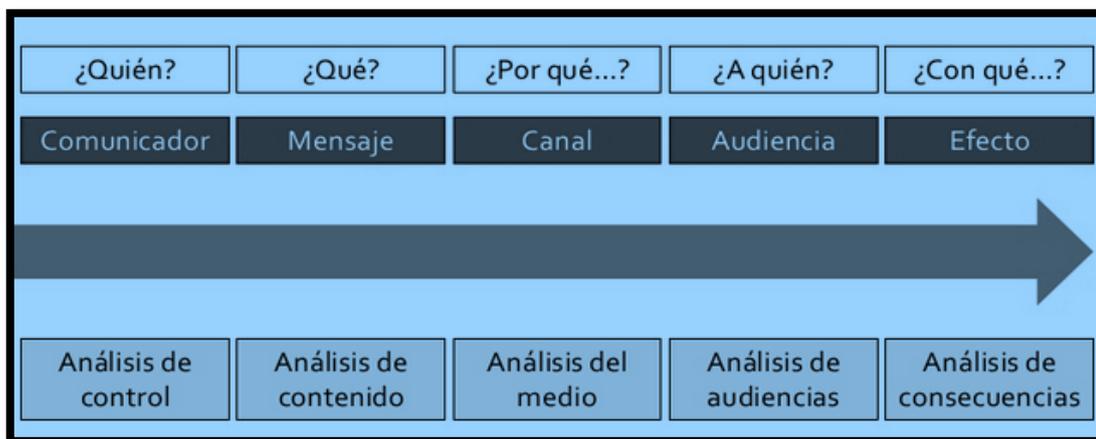
#### 2.1.2.1 Funcionalismo/Lasswell

En esta teoría es importante destacar a ciertos estudiosos que se enfocaron en analizar el papel de los medios dentro de una sociedad. Lasswell es reconocido por plantear algunas preguntas básicas del funcionalismo mediático ¿Quién dice? ¿Qué dice? ¿En qué canal? ¿A quién? y ¿Con qué efecto?, ya que considera que la comunicación es parte característica de la vida y su organización; así, establece que las funciones comunicativas se fundamentan en la vigilancia del entorno, la relación entre los componentes sociales para dar respuesta a este entorno y transmitir lo de una generación a otra.

Toda esta teoría del funcionalismo dentro de la comunicación sigue siendo vital en los medios, ya que las funciones de éstos siguen siendo las mismas, sólo que enfocadas en medios alternos que antes no había.(Moragas, 1985)

## CUADRO N° 2

### PARADIGMA DE LASSWELL



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera  
**Fuente:** Paradigma de Lasswell Jalfosca

La propuesta de Lasswell adquiere diferentes denominaciones como modelo, fórmula, teoría, o paradigma, según el autor que haga el análisis y la exposición. Aun así, y según Moragas: "El paradigma de Lasswell, más que la causa, es el síntoma de una etapa y una tendencia de la investigación sobre la comunicación de masas que centra su atención en los efectos.

El paradigma refleja la tendencia generalizada de la sociología de la comunicación de masas a sobrevalorar la influencia de las técnicas sobre el público, un público que no tiene otra función en el proceso comunicativo que ser el receptor pasivo de un mensaje que, necesariamente, y frente a su impotencia, conseguirá los efectos previstos".Esta teoría afirma que los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores. Para conseguirlo se

formulan las siguientes preguntas: quién, dice qué, a quién, a través de qué medio y con qué efecto.(Vera, 2008).

**CUADRO N° 3**  
**MODELOS TEÓRICOS**

<b>FUNCIONALISTA</b>	<b>ESTRUCTURALISTA</b>
<p>Representa una visión global de los medios de comunicación de masas en su conjunto, sus articulaciones internas establecen diferencias entre géneros y medios específicos. La teoría funcionalista consiste en definir la problemática de los medios a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio.</p>	<p>Se concentran en el estudio de las organizaciones, en su estructura interna, y en la interacción con otras organizaciones. Es un método analítico y comparativo que estudian los elementos que integran un todo, su preocupación básica es por la estructura, no por la función.</p>
<b>CRÍTICO DIALÉCTICO</b>	<b>ANTROPOLÓGICO ESTRUCTURAL</b>
<p>Se aplica al análisis de los sistemas sociales a lo largo de la historia. Es un sistema finalizado y se utiliza de modo distinto en diferentes épocas. Análisis de los conflictos que se suscitan como consecuencia de las múltiples determinaciones.</p>	<p>Una de las aplicaciones al campo de las ciencias humanas lo tenemos en la antropología estructural de Claude Levi Strauss ( Antropología Estructural, 1947) que intenta representar la forma como se da el inter cambio de personas, bienes y signos en una sociedad, las reglas que explican tales o cuales movimientos, algún sistema determinado de intercambio</p>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Saladriga Medina,Hida.Introducción a la teoría y la investigación en comunicación

### 2.1.3 PERIODISMO

El periodismo es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, jerarquización, procesamiento y publicación de datos de carácter actual y sobretodo de interés colectivo. Desde sus inicios, ha sido parte elemental de la sociedad y de todo lo que ocurre en ella, ha sido considerado como un ‘oficio que apasiona’ y para otros como la ‘profesión que apasiona’, aunque se lo practique de la una u otra forma sigue siendo ‘apasionante’ para quienes lo ejercen.(Acosta, 1973)

Y cómo no va a ser ‘apasionante’, si el periodismo también recrea con otras herramientas como el humor, los viajes, las costumbres y más, porque como lo dice Montoro “Así, pues, el periodismo incluye comunicación por esencia, información por necesidad; formación por deseo de orientar; entretenimiento por naturaleza; y todo ello dentro de un área envolvente que incluye estilo, técnica y representación adecuada” (Acosta, 1973)

Existen varios principios que guían la labor del periodista o bien se diría una “Ética Periodística” que ante todo habla de un buen ser humano y profesional. También se lo reconoce en su desenvolvimiento diario al conseguir información relevante, precisa, veraz y oportuna, lo que le hará acreedor de credibilidad y respeto por la comunidad.

A lo mencionado se suma la constante preparación, como lo dijo (Kapuscinski, 2008)“Nuestra profesión de cronistas, de reporteros, de periodistas, requiere de mucha lectura: es una debilidad pero a la vez una fortaleza de nuestro oficio. Sin embargo, la mayoría se preocupa más en cómo escribir y muy poco en qué leer. En tales menesteres la ayuda de los colegas es indispensable. Debemos ser cazadores furtivos de otros campos: filosofía, sociología, psicología, antropología, literatura...y profundizar en los temas. Hacerse sabios. Todo ello con el afán de hacer ver al lector”.

El periodismo es aquello que cambia una sociedad, que la convierte en un lugar más justo, es aquello que cambia una sociedad, que la convierte en un lugar más justo. “Consiste en escribir a sueldo sobre los asuntos que se ignoran”.(Miluska, 2006)

El periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber que pasa en su ciudad, en su país, en el mundo, y que repercuten en la vida personal y colectiva. El interés público y el periodismo en consecuencia tienen como límites la intimidad de las personas.(Miluska, 2006)

Consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para un público en general. La tarea más importante es lograr que lo que se narre sea actual, a la vez que genera cierto impacto en el público.

Se define como una forma de comunicación de masas, cuyo objetivo específico es difundir hechos documentables, comentarios u opiniones, acerca de acontecimientos socialmente relevantes.(Miluska, 2006)

Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionada con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión. Periodismo es un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades la noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista.

En otras palabras el periodismo es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual. Para

cumplir con su misión, el periodista o comunicador deben apearse a fuentes que resulten creíbles o aprovecha sus propios saberes. (Díaz, 2003).

### **2.1.3.1 TIPOS DE PERIODISMO**

Existen distintos tipos de periodismo:

- **Periodismo Informativo**

Como su nombre lo indica, consiste básicamente en informar sobre los hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar eventos de índole coyuntural, casi siempre referentes a un personaje o a un acontecimiento. La tarea más importante que ha de cumplir esta clase de periodismo es lograr que la transmisión de las noticias resulte actual para los consumidores, a la vez que genera cierto impacto en el público, pues de lo contrario su carácter informativo se perdería.(Miluska, 2006).

- **Periodismo Investigativo**

Tiene como principal característica su interés por la profundidad y la trascendencia de las noticias cotidianas. Como su punto de partida es la investigación, éste tipo de periodismo ha construido toda un proceso de búsqueda de datos, consecuencias, pistas, personajes y testimonios. (Díaz, 2003).

Es posible generar una noticia a partir de la investigación profunda sobre un tema que, en determinado momento, puede no tener importancia en la sociedad. El periodismo de investigación, tal y como el periodismo informativo, pone temas en la agenda de debate público y genera noticias a partir de historias o eventos que pudieron haber pasado desapercibidos en algún momento del pasado.

El periodista de investigación considera siempre los temas que pueden ser interesantes para la solución de problemas legales o de carácter económico en una comunidad.(Díaz, 2003)

- **Periodismo Turístico**

Esta rama del periodismo informa sobre el accionar relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística. También busca producir un nuevo estilo para posicionar los productos turísticos de una región a través de los medios masivos de comunicación, realizando así un importante aporte desde la difusión y promoción de eventos y acontecimientos científicos, artísticos y culturales que generan el nacimiento y desplazamiento de corrientes turísticas hacia esos atractivos. (Díaz, 2003)

- **Periodismo de Guerra**

Ésta es una de las especialidades más peligrosas de la profesión, puesto que requiere cubrir las noticias que se producen durante un conflicto bélico y esto implica que los periodistas enviados para realizar dicha misión tengan que poner en grave riesgo su vida o su integridad física. Muchos reporteros han perdido la vida en la realización de esta labor.(Miluska, 2006)

- **Periodismo Infográfico**

El periodismo infográfico es aquel que combina elementos visuales y textuales. Su aplicación más específica en principio sirvió para colocar mapas, y gráficos. En el periodismo digital, la infografía adquiere otras características propias: la interactividad, la posibilidad de animación, el despliegue de textos, la incorporación de sonido e imagen en movimiento, etc.(Miluska, 2006)

- **Periodismo Digital**

Trata de esa plataforma llamada Internet y donde confluyen los medios: prensa, radio, televisión. Este periodismo aprovecha los recursos y servicios que provee el Internet para ampliar la información en un solo medio y de forma inmediata. Las características del medio digital que aplica el Periodismo Digital, contempla otros factores tales como: accesibilidad, usabilidad, inmediatez, actualización las 24 horas, opciones de personalización, apropiado para diferentes dispositivos. Sus herramientas y servicios permiten descubrir cada día nuevas formas de comunicar, educar y entretener.(Díaz, 2003).

- **Periodismo Preventivo**

El periodismo preventivo es una disciplina periodística que pretende analizar las crisis y conflictos desde un punto de vista integral, desde sus orígenes hasta su estallido y posteriores repercusiones. El enfoque del periodismo preventivo también busca dar mayor relevancia mediática a aquellos actores que propongan soluciones a las crisis.(Díaz, 2003)

- **Periodismo Interpretativo**

Este género periodístico es el último que se conoce a la luz pública. Busca aclarar el sentido de las noticias aparentemente dispersas. Su afán es mostrarle al auditor la secreta armonía de los hechos. Darle la clave del por qué ocurrieron las cosas y no describir simplemente qué cosas ocurrieron.

Con la revolución digital han surgido tres tipos de periodismo: el periodismo tradicional, el periodismo participativo y el periodismo ciudadano, que es usado por los medios tradicionales que solicitan de la ciudadanía compartir con los medios noticias que ocurren en su entorno con informes de audio, fotos o vídeo.(Díaz, 2003)

#### **2.1.4 EL TRABAJO PERIODÍSTICO**

Leonel García señala que los periodistas son las personas que se dedican al periodismo, en cualquiera de sus medios, ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Para ello recurre a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus artículos, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual.

Uno de los principales principios del periodista es el respeto por la verdad, el rigor en la búsqueda de la información fidedigna y verificable. Se considera buen periodista al que consigue información relevante, breve y exacta en el menor tiempo posible. Las rutinas periodísticas son los criterios de valoración de las noticias y las etapas de producción. Debido al poco tiempo con el que cuenta un medio de comunicación para informar, es necesario tener una buena estructura para organizarse y poder conseguir la información. (García, 2004)

La posibilidad de que la construcción de la noticia se haga como una rutina, contribuye, por una parte, a facilitar el trabajo y, por otra, a actuar de forma más eficaz. Debe crear una metodología adecuada para poder presentar cualquier tipo de noticia, ser objetivo, buscar fuentes seguras y por tanto verificables.

Por ello, el trabajo periodístico en la sociedad es esencial, porque satisface la necesidad del ser humano de estar enterado de lo más sobresaliente que ocurre en el mundo. El periodista tiene como objetivos el informar y el orientar a las personas acerca de la trascendencia de esos acontecimientos, mostrando todos los aspectos del suceso y no manifestar un compromiso político. Dar a conocer los hechos y sus probables consecuencias para ampliar los modos de pensar y que las personas actúen

de manera razonada, es una función medular para formar la opinión pública o para fomentarla. (García, 2004)

#### **2.1.4.1 LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISTA**

La credibilidad del periodista está condicionada por la opinión y visión que tenga cada persona que forma parte del público receptor, de la información que entrega el profesional. Sin embargo, el comunicador puede utilizar distintas estrategias que le permitan lograr esa característica tan importante.

Como estrategia comunicacional, se utiliza un conjunto de decisiones y criterios por el periodista y adapta sus recursos y habilidades al medio en el que se desenvuelve, aprovechando sus oportunidades hacia el logro de sus objetivos y metas. . (García, 2004)

Se define a la credibilidad como todo lo que tienen los periodistas y que se constituye como el resultado de dos factores: sinceridad y competencia de la fuente, para generar mayor fidelidad y confianza en el público. Asegura que la experiencia y educación del periodista son un factor relevante de credibilidad le otorga al periodista tener un mayor manejo de las herramientas comunicativas. (García, 2004)

Por ética periodística se entiende “la manera moral de ser y de hacer del periodista, regida por su profunda identificación con principios y normas de adhesión a la verdad, a la equidad, al respeto por la dignidad y por la intimidad de las personas, al ejercicio de la responsabilidad social y a la búsqueda del bien común.(Miluska, 2006).

## **2.1.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios de comunicación de masas son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea que cumplen con la función social relativa al intercambio de información, conocimientos y reflexiones sobre la vida y el acontecer humano.

También conocidos como medios de comunicación masiva, son aquellos medios tecnológicos que sirven para enviar mensajes dirigidos a una gran cantidad de público y que pueden atravesar grandes distancias en un mínimo de tiempo. Con este tipo de medio el receptor pierde su carácter de receptor “individual” pasando a llamarse “receptor colectivo”(Merril, 1992).

### **2.1.5.1 CARACTERÍSTICAS**

Las características de estos medios contribuyen a la elaboración y entrega de los mensajes, y son:

- Como “medios”, existen emisores y receptores que pueden ser individuales y colectivos.
- Son abiertos, esto significa que cualquier persona puede acceder a ellos.
- Se relacionan con distintas disciplinas, lo que involucra el empleo de distintos lenguajes, además de especificaciones técnicas.
- Los contenidos están destinados a un público heterogéneo y a una gama de receptores, así como también a un público más reducido, que maneja ciertos códigos e información necesaria para decodificar el mensaje.(Merril, 1992)

### **2.1.5.2 TIPOS**

Los tipos de medios de comunicación pueden ser los siguientes:

- Libros

Corresponden a un medio escrito. Gracias a adelantos tecnológicos se ha posibilitado su reproducción en serie y en consecuencia, pueden llegar a varios receptores a la vez.(Merril J. , 1992).

- Prensa

Medio de comunicación impreso. Son los periódicos o revistas de publicación diaria o regular, que contienen temas de distintas materias; además se caracterizan por la forma cómo entregan la información.(Merril J. , 1992)

- La televisión

Es un sistema de transmisión de imágenes en movimiento. Al mezclar el sonido con la imagen, los mensajes entregados por la TV impactan y persuaden a los receptores de manera más rápida y certera.

- La radio

Sistema de transmisión de mensajes orales. Sus mensajes son transmitidos por medio de ondas hertzianas y puede recorrer varias distancias en un lapso de tiempo breve. El modo de transmisión de mensajes es simultáneo.(Merril J. , 1992)

- Internet

Es una red de redes, en la cual la información está estructurada y organizada de acuerdo a temas y áreas. Así los "buscadores" facilitan el trabajo en la entrega e interpretación de la información.(Merril J. , 1992)

- Cine

Surge en 1895 con la primera película de los hermanos Lumiere: "La salida de los obreros de la fábrica". El cine al ser limitado en su tiempo real, comprime la

narración por medio del empleo de medios técnicos y estructurales, como por ejemplo, el guion cinematográfico, escenas, plano, secuencia, etc.(Merril J. , 1992)

### **2.1.5.3 FUNCIONES**

Los medios de comunicación influyen sobre la sociedad de manera considerable, ayudando a satisfacer las necesidades de la población. Las funciones son:

- Informar

Recogen y entregan información de manera veraz y oportuna sobre los diversos acontecimientos locales, nacionales, mundiales y de distintos temas de interés. Esta información busca ser lo más objetiva posible.(Lee, 1993 )

- Educar

Transmiten la cultura de las distintas comunidades; su pasado, presente y proyecciones futuras. Los avances tecnológicos han posibilitado la transmisión de programas educativos de manera más atractiva para la comunidad.(Lee, 1993 )

- Entretener

La sociedad demanda de los medios, el entretenimiento y el esparcimiento. Así, éstos contribuyen a llenar espacios de tiempo para descansar y divertirse. Esta es una de las funciones más desarrollada por los programas televisivos, aunque también está presente en otros medios de comunicación.(Lee, 1993 )

- Formar opinión

Los distintos mensajes entregados por los medios de comunicación, contienen la ideología de quienes elaboran la información promoviendo la formación de opinión entre los receptores. Los medios sociales ordenan e interpretan la información facilitando la comprensión de ésta entre los receptores.(Lee, 1993 )

## 2.1.6 TIPOS DE COMUNICACIÓN

Existen varios tipos de comunicación que son básicos para la comprensión de esta. Se pueden destacar algunos como: la comunicación verbal, la comunicación no verbal, la intrapersonal y la interpersonal.

- La comunicación verbal:

Al hablar, se usa palabras y cuando se escribe, estas también son utilizadas. Las dos son formas de comunicación verbal. A medida que tratamos de comunicarnos, nos expresamos verbalmente. “Usamos símbolos hablados y escritos corrientes que pueden ser comprendidos por personas alfabetizadas y que saben expresarse bien en nuestras sociedades. Usamos el lenguaje en su significado común”.(Salomón, 2002).

La mayor parte de la instrucción universitaria en comunicación se centra en la comunicación verbal. Al hablar o al escribir, por lo general se piensa en palabras y frases y la forma más efectiva de unirlos.

La comunicación verbal es de importancia básica para todas las personas por que es la forma que se relacionan socialmente.(Salomón, 2002)

- La comunicación no verbal:

Hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.

Este tipo de comunicación es de gran importancia el contacto visual y los gestos, puesto que no es necesario utilizar palabras para comunicar.(Salomón, 2002)

Se puede transmitir estados de ánimo y actitudes personales, cuando se sonríe, se frunce el ceño, se hace muecas, se encoge los hombros o al levantar la mano y moverla. En este tipo de comunicación se usa toda clase del lenguaje corporal para comunicar todo tipo de emociones como son: la alegría, tristeza, enojo entre otras y se utilizan para reforzar todos los mensajes verbales.(Salomón, 2002)

Muchos gestos utilizados son comunes en la mayoría de los países, aunque en otros pueden tener significados diferentes, dependiendo el lugar donde se encuentren ya que cada nación o país tienen distintas culturas y costumbres.(Salomón, 2002)

Los gestos básicos suelen ser los más universalizados, los más comunes o conocidos son: como mover la cabeza para afirmar o negar algo, fruncir el ceño como señal de enojo o enfado, encogerse de hombros que indica que la persona no entiende o no comprende algo, entre otros.

- Comunicación Intrapersonal e Interpersonal

“Inter” es un prefijo latino que significa “entre”, e “Intra” significa “dentro”.

- Comunicación Intrapersonal

Esta tiene lugar dentro de una sola persona que se comunica consigo misma. La comunicación intrapersonal involucra la codificación de un mensaje, un proceso que es conocido como el de pensar. Los mensajes interpersonales están en manos de la efectividad de la comunicación intrapersonal, porque es imposible comunicarse con alguien sin haberse comunicado con uno mismo.(Rodríguez, 2003)

- Comunicación Interpersonal

La comunicación interpersonal, es la que se efectúa entre dos o más personas necesariamente, siendo las personas el elemento básico para iniciar este proceso.

Regularmente puede involucrar a pequeños o grandes grupos y puede tener lugar a través de los medios masivos de comunicación; así también puede ser formal o informal, personal o impersonal.(Rodríguez, 2003)

### **2.1.7 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

“La comunicación audiovisual se define como el proceso de transmisión de informaciones o noticias a través de medios audiovisuales. Su objeto es el estudio de la información, de los contenidos elaborados, transmitidos y recibidos a través de las tecnologías audiovisuales.”(Rodríguez, 2003).

Todo lo que es comunicación audiovisual, está ligado directamente a las imágenes y a los sonidos, estas integran a dos mundos: primero al del pensamiento que se relaciona con la razón, asentada en la palabra y la del sentimiento radicado en la imagen. Las características principales de la comunicación audiovisual son la combinación de lo abstracto del lenguaje natural con lo concreto de las imágenes y los sonidos, por lo cual ambas se completan y se interrelacionan. Otra de las características se debe a que una o más personas se informan por medio de aparatos mecánicos con varios receptores, la fuente y el receptor están siempre separados por tiempo y espacio. En este caso no es necesario que las personas se conozcan y por lo tanto nunca va a existir un feedback.(Rodríguez, 2003).

Lo audiovisual se ha constituido en el núcleo central de la generación de nuevos mensajes, empezando por la televisión, radio, cable, terminando hasta con el internet, considerando como una revolución tecnológica de la comunicación y de la información.

Este en todos sus soportes y medios, se ha convertido en el principal espejo de experimentación y de cambio de la comunicación y la cultura contemporánea, allí es donde se transforman aceleradamente, no sólo la producción y distribución de

mensajes, sino también las relaciones comunicativas y los usos de los receptores.(Rodríguez, 2003).

Hoy en día y en los siguientes próximos años lo audiovisual será una forma más de comunicación; va a constituir el espacio central de la cultura y tendrá un mayor impacto en la sociedad, tanto por sus innumerables características como por presentar la realidad en toda su riqueza visual y auditiva.(Rodríguez, 2003).

Está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación (vale más una imagen que 1.000 palabras), resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas.

Humberto Eco manifiesta: "La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis". Tenemos que tener presente que este lenguaje es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo).

#### **2.1.7.1 TIPOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

El lenguaje audiovisual responde a diferentes tipos dependiendo de su finalidad del mensaje que se quiera transmitir: Objetivo, Publicitario o Artístico.(Merril J. , 1992).

- Mensajes Objetivos

Transmiten la información de modo que se le pueda dar una sola interpretación.

- Mensajes Publicitarios

Se caracterizan por ser fácilmente entendibles y atractivos para el consumidor.

- Mensajes Artísticos

Tienen el objetivo de producir diferentes sentimientos y sensaciones en el espectador.(Merril J. , 1992)



entre Londres y Glasgow (oeste de Escocia) mediante el uso de líneas telefónicas y un año más tarde, mediante ondas de radio entre Londres y New York.

El invento de la televisión fue producto de una serie de investigaciones que se caracterizaron por indagar y experimentar con sonidos e imágenes, hasta que a finales de los años treinta comenzaron a regularizarse los primeros servicios televisivos; a pesar de que en Alemania ya se transmitía un programa de periodicidad semanal. Estos programas tenían contenidos primitivos y en su gran mayoría se los hacía al aire libre, ya que la televisión electrónica tenía mejor resolución en exteriores.(Biagi, 2009)

Del crecimiento de la industria televisiva y la radiodifusión que era la empresa encargada de hacer estas emisiones, en los Estados Unidos se recaudó por publicidad en el medio 9,8 millones de dólares en 1948, doce años más tarde en 1960, se obtuvo 1,5 billones de dólares. A partir de ese momento se integran nuevos canales de televisión con mayor programación y más variedad.

En los años setenta la televisión se extiende como medio a otros países transmitiendo todos los días programas, ya no era uno cada semana. Debido en gran parte, a la aplicación de los satélites de comunicación. Esto desató la acogida del público que cada día crecía desmedidamente.

En los años noventa y en el nuevo milenio la televisión dejó de ser un modelo analógico para ser modelo digital hasta llegar a estar presente en el internet revolucionando al mundo.

La televisión es un medio de comunicación masivo que tiene gran influencia sobre la sociedad. Es un medio de comunicación que transmite imágenes instantáneas a fin de informar, entretener y educar, utilizando varios criterios de selección de información, en donde la palabra está en función de la imagen.(Biagi, 2009).

Podemos decir también que la televisión como medio es narrativa, donde hay relatos deportivos, periodísticos, comedias, series, telenovelas, documentales, películas, etc; el objetivo es usar la narración para conseguir su fin.

No olvidemos que la televisión nos dice algo más que informaciones o historia posible; narra los miedos, las normativas culturales, también establece el criterio del sentido común, habla sobre las necesidades y expectativas de una comunidad, previene lo inesperado y nos enseña a anticiparnos a sucesos.

Con el pasar del tiempo la televisión ha ido evolucionando, en la actualidad podemos hablar de una ‘neo televisión’ (nueva televisión), cuyo centro de atención ya no es el presentador de antaño, sino más bien hoy es el espectador y el público, con esto se pretende dar mayor importancia a la opinión ciudadana es decir hacer sentir al televidente como el protagonista del programa.(Biagi, 2009)

La televisión une a las gentes dispersas, aunque también las unifica, las normaliza, es decir es el poder de difusión de un modelo social dominante, que están representados por grupos que tienen acceso a los medios que consiguen que se generalice su modo de entender el mundo.

#### **2.1.7.2.2 DIAPOSITIVA**

Es una de las ayudas audiovisuales, más utilizadas por los maestros. Son simples fotografías, hechas sobre una fina lámina de vidrio y recubierta por los laterales por plástico. Para su utilización se necesita un proyector del cual sale una luz necesaria para que la fotografía se vea sobre un panel blanco. Las diapositivas son colocadas en una “cajita” para seguir un orden.(García J. , 1999)

#### **2.1.7.2.3 RETROPROYECTOR**

Este aparato tiene una fuente de luz debajo de la plataforma que le atraviesa para proyectar la imagen puesta sobre la pantalla. Las transparencias que se utilizan están

hechas sobre papel de acetato. El escribir en ellas se puede hacer o bien a mano o bien haciendo una fotocopia sobre el propio papel.(García J. , 1999)

#### **2.1.7.2.4 RADIO**

Es un medio de comunicación que se base en el envío de señales de audio a través de ondas de radio. Se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por internet. Podemos contar con la idea de que todos los niños conocen la radio.(García J. , 1999)

#### **2.1.7.2.5 FOTOGRAFÍAS**

Se puede considerar la fotografía como algo motivador. Como algo más didáctico y tan práctico podemos decir que el poder contar con fotografías de excursiones o visitas son agradables para recordar mediante ellas.(García J. , 1999)

### **2.1.8 GÉNEROS PERIODÍSTICOS**

Los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace. Son formas literarias empleadas para referir hechos de actualidad con el fin de que luego sean publicados en algún medio de comunicación.(Larrea, 2 009)

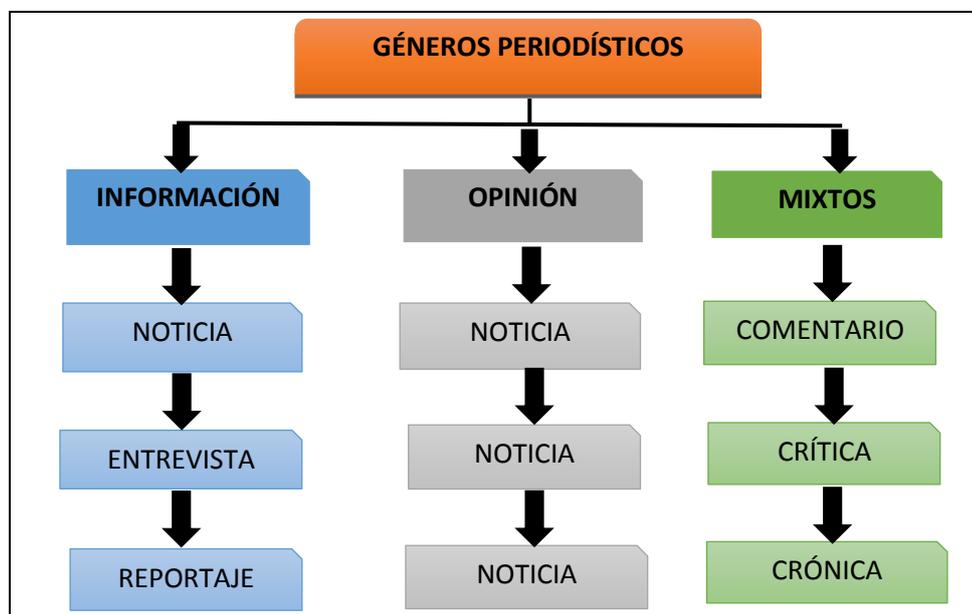
Los géneros periodísticos establecen una estrecha relación con el objetivo final del comunicador como informar, opinar o entretener. “Una correcta comprensión de la crónica solo puede partir de una clara definición de los géneros periodísticos y, por consiguiente de una clasificación apropiada de éstos.”(Alvaro, 2007).

En la prensa actual, el periodista no se preocupa mucho por elegir estilos y formas de plasmar un acontecimiento a través de una edición, más se profundiza de forma total

en la investigación y en muchos casos considera que no debería existir ningún misterio en la presentación de lo investigado.

Los géneros son las principales sustentaciones de los cuales los periodistas se deben fundamentar para realizar crónicas y noticias reales y convincentes. Estos también facilitarán el proceso de edición y redacción de cada acontecimiento. (Alvaro, 2007).

**CUADRO N° 5**  
**GÉNEROS PERIODÍSTICOS**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Introducción a los Géneros Periodísticos. Carlos Larrea

Entre los más utilizados tenemos:

### **2.1.8.1 NOTA INFORMATIVA**

La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se han producido esos acontecimientos o hechos. La noticia

se redacta en el primer párrafo, en las primeras líneas se responden las preguntas clásicas, ¿Quién? ; ¿Qué? ; ¿Dónde? ; ¿Cuándo? ; ¿Cómo?(Larrea, 2 009).

En la actualidad, estas preguntas esenciales para crear una nota o noticia, no figuran en los medios de comunicación, su demostración se refleja por el uso intencional de expresiones y redacciones que se presentan a diario en distintos medios de comunicación y que traen confusiones personales y sociales; éstos son los motivos que colaboran a la pérdida de estructuración de la noticia.(Larrea, 2 009).

Se debe ser conciso y claro, evitando los adornos innecesarios y giros poéticos, no se debe escribir en primera persona, ni abusar el uso de adjetivosy/o adverbios. Evitar palabras técnicas y redundancias.(Larrea, 2 009).

#### CUADRO N° 6

##### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA NOTICIA

<b>FUNCIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>
La construcción de la noticia	Productores
El discurso periodístico	Mensaje (contenido)
Cruce de la noticia	Receptores

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** <http://chasqui.comunica.org>

Los productores de noticias de cada medio de comunicación, son los encargados de la construcción de la noticia. El discurso periodístico tiene que ver con la expresión, la estética y la forma en que se da la información. Su principal factor es el mensaje, contenido que explicara e interpretara el emisor. El cruce de noticias es la forma de comunicación que consiste en recibir la respuesta de parte del receptor. (Alvaro, 2007).

### **2.1.8.2 EL REPORTAJE**

Es considerado como un género completo ya que abarca a los demás, a la nota informativa que generalmente tiene como antecedente una noticia; a la crónica porque narra los hechos; a la entrevista ya que es empleada por el periodista para recoger versiones testimoniales; a editorial cuando amerita defender o atacar sucesos.

El reportaje tiene otros propósitos y técnicas de trabajo más complejos y definidos. También es un estilo informativo que permite más libertad de edición que en la noticia, y sin continuidad en el tiempo de los medios. (Larrea, 2009).

El Reportaje mantiene características que responden a la conformación de diversos formatos, por ejemplo:

- El formato de hechos, que responde a la cronología, es decir a la continuidad del suceso así como de su importancia
- El de acción, describe y transcribe de forma mesurada los detalles.

Lo que define al reportaje es la libertad de edición. Su emisión garantiza la buena recolección de fuentes reales e imágenes efectivas, que no solo se deben a un solo lugar sino a diversos argumentos internos y externos que se refieren a un país o al mundo entero. (López, 1995)

### **2.1.8.3 ENTREVISTA**

Es el resultado de un proceso donde la preparación, conversación y escritura son fundamentales para recoger con veracidad la información del entrevistado.

Una entrevista es el resultado de un proceso compuesto de distintas instancias en el que el diálogo con el entrevistado es solamente uno de varios pasos. La entrevista es

un género interpretativo y está muy presente hoy en día en la prensa, siempre debe transcurrir como una conversación grata para el entrevistado. (Larrea, 2009).

La temática en la entrevista es que únicamente el personaje por esa información precisa sobre el tema que necesitamos, a menudo aquí el entrevistado aporta material adicional, como estadísticas y documentos para sustentar su información sobre el tema puntual.

La entrevista no es el espacio que consumimos con alguien con quien conversamos, sino algo que luego publicamos después de una ardua interpretación de lo que nos han dicho. Después de una entrevista el periodista queda con una impresión del entrevistado, esta impresión inevitablemente influye sobre la información que el periodista va a dar. De ahí la importancia de formarse la imagen correcta, y de documentarse antes de realizarla. (Basteiner, 2001).

#### **2.1.8.4. LA OPINIÓN**

El artículo de opinión tiene una gran presencia en la prensa. En este tipo de artículos se emiten opiniones concretas suscitadas por un tema de actualidad. Las funciones del artículo son similares a las del editorial. En él se ofrecen valoraciones, opiniones y análisis sobre diversas noticias. A diferencia del editorial, el artículo va firmado y representa la opinión particular de su autor, se debe tener también en cuenta es que los temas tratados en los artículos pueden ser mucho más variados puesto que los editoriales sólo abordan noticias que poseen una gran relevancia. La libertad expresiva de la que gozan los articulistas es casi total, desde luego mucho mayor que la de los editorialistas.

El articulista puede elegir el tono, la perspectiva, la seriedad, con la que piensa dirigirse a sus lectores, mientras que el editorialista siempre está sometido en su escritura a cierta solemnidad. (Larrea, 2009).

El artículo de opinión está estrechamente ligado al autor, por ello su credibilidad y capacidad de influencia dependen del prestigio y autoridad que merezca esa firma a los lectores. También suelen tener una extensión entre las quinientas y las ochocientas palabras y no tienen por qué ser escritos por periodistas, cualquier otro profesional puede expresarse mediante un artículo de opinión, pero sean periodistas o no, los articulistas suelen ser profesionales contrastados con muchos años de experiencia y una trayectoria conocida por la opinión pública.(Larrea, 2 009).

#### **2.1.8.5. EL EDITORIAL**

Por medio de este género, el medio de comunicación da a conocer su punto de vista sobre hechos específicos y actuales. La empresa se responsabiliza por la publicación.

El editorial es un artículo de opinión que no va firmado por ninguna persona pero que recoge la opinión institucional y colectiva del periódico o revista. Ese carácter institucional otorga a este tipo de artículos una gran trascendencia pública. Los lectores pueden conocer la opinión abierta y directa del medio sobre distintos temas de actualidad, así como sus planteamientos ideológicos implícitos. (Larrea, 2009)

Todos los editoriales opinan acerca de noticias aparecidas en ese mismo número o en números recientes. Los temas de actualidad tratados en un editorial suelen ser aquellos que entrañan una mayor trascendencia y una gran importancia. Pueden versar sobre asuntos políticos, económicos, sociales, etc.

Se pueden encontrar editoriales más polémicos, más fríos, más contundentes, más explicativos, más expositivos o más combativos, según sea la postura sostenida por el medio. (Larrea, 2009).

Los periodistas que elaboran los editoriales suelen estar especializados en esa tarea y gozan de la absoluta confianza del Director. Los periódicos cuentan con un Consejo

editorial que debate, perfila y decide cuáles van a ser las opiniones institucionales que se van a defender ante la opinión pública mediante los editoriales. Los editoriales del día están agrupados en la que se denomina página editorial. (Larrea, 2009).

#### **2.1.8.6. LA COLUMNA**

La columna es un espacio fijo y periódico en un medio. Generalmente está a cargo de un periodista, pero también puede ser escrita por un especialista como por ejemplo un médico o un deportista. Normalmente una columna tiene el objetivo de mostrar puntos de vista ante una noticia y puede expresar un punto de vista diferente al editorial.(Basteiner, 2001)

- **Columna de autor:** Generalmente identificadas con el nombre del periodista (a veces incluso hasta con su foto), están basadas en la idea de crear cierta complicidad entre el autor y el lector dadas por la familiaridad y la frecuencia con que aparecen sus comentarios.
- **Columna de tema:** En este caso no están a cargo de un solo columnista sino de varios que vierten su opinión sobre un mismo tema. El tema puede ser el deporte, las noticias internacionales o un suplemento de salud o cocina.(Basteiner, 2001)

Tiene algunas características que lo tipifican:

- Autor permanente
- Nombre fijo
- Estilo uniforme
- Temas y enfoques habituales
- Presentación diferente a todo lo demás que aparece en el periódico.

## **2.2.LA CRÓNICA COMO GÉNERO PERIODÍSTICO**

### **2.2.1 ORIGEN DE LA CRÓNICA**

La crónica es un relato que existe desde siempre, desde los inicios de la humanidad el hombre buscó contar sus historias y los hechos que le sucedían a diario, se reunía para escuchar relatar los acontecimientos del día y eso fue lo que dio inicio a la vida social. Cuando se estructuró, empezó a separarse del mito y la religión, la crónica se alejó de los hechos cotidianos y se ocupó de contar lo que ya había pasado. (Alvaro, 2007).

“La Biblia contiene dos textos llamados libros de crónicas o Paralipómenos. Aparecen allí genealogías informes sobre los reinos de David y Salomón y relatos de la división del reino tras el exilio Babilónico. Escritos hacia el año 330 a.c. son producto de la pluma de un solo autor, que ha sido identificado de manera bastante tautológica como “el cronista” (no se sabía quién era, pero incluía comentarios suyos dentro del escrito y daba protagonismo a hombres y situaciones según su apreciación).(Alvaro, 2007)

La crónica desde el tiempo de los griegos, porque al contar sus heroicas batallas lo hacían de una manera reflexiva, minuciosa y detalladamente, contaban lo que veían, oían y vivían de sus sucesos como si fuera todo un relato. Es bueno saber que la crónica en sus comienzos fue utilizada para transmitir el conocimiento histórico y que, poco a poco, las temáticas abordadas fueron siendo cada vez más diversas; podían describir desde el matrimonio o la muerte de un miembro de alguna familia real hasta el viaje de un aventurero famoso o la conquista de una ciudad. (Alvaro, 2007).

Consideramos crónica la narración de una noticia en la que se incorporan ciertos elementos de valoración e interpretativos, aunque estos siempre tienen un carácter

secundario frente al elemento estrictamente informativo, también presenta la crónica la peculiaridad de que tiene siempre una cierta continuidad, aparece con una determinada periodicidad. Bien sea por el periodista que la firma o por la temática que trata. (Larrea, 2009)

### **2.2.2. INDUCCIÓN A LA CRÓNICA**

“Etimológicamente, la palabra crónica deriva del griego cronos (tiempo) y se refiere al reflejo de lo que ha sucedido entre dos momentos en el devenir del tiempo. En este sentido, la Real Académica Española define crónica aplicada a la narración de hechos históricos”. (Jiménes, 1990)

Es un relato detallado de los acontecimientos. Se trata de una narración directa e inmediata de una noticia, con ciertos elementos valorativos respecto a la narración del hecho en sí partiendo de un relato cronológico.(Larrea, 2009)

Se entiende también por crónica la historia detallada de una ciudad, de un país, de una época, o de una persona, escrita por un testigo que haya presenciado todo el acontecimiento y haya recolectado toda la información sobre el hecho ocurrido. Por su relación con la literatura al principio fue un relato que era escasamente riguroso y desordenado, luego se fue organizando basándose estrictamente en contar los hechos bajo línea temporal.(Jiménes, 1990)

Esta continuidad genera cierta familiaridad entre el cronista y el lector. El lector conoce perfectamente el estilo de su cronista favorito, o reconoce las informaciones firmadas por el corresponsal. Esta familiaridad permite al cronista escribir en un tono directo, e incluso llano y desenfadado, que no resultaría admisible para la redacción de una noticia.

La crónica tiene segmentos narrativos, descriptivos, comentarios, escenas dialogadas, discurso directo, discurso indirecto. El estilo de la crónica es objetivo al igual que el de la noticia, pero el periodista se permite una mayor libertad expresiva en el uso del lenguaje, hasta el punto de crear un estilo personal.(Jiménes, 1990).

### **2.2.3 CRÓNICA ROJA**

La Crónica Roja también es una manera de hacer periodismo con ironía, mito popular, exageración, doble sentido, espectacularización y rumor como modo de contar las notas. Ha sido utilizada desde hace muchos años atrás, a partir de la época del amarillismo. En 1895 hasta el día de hoy por todos los medios de comunicación, con el único objetivo de vender.(Jiménes, 1990)

Por otro lado es una narración cronológica de hechos sociales violentos particularizados en secuestros, homicidios, suicidio, robos, estafas, riñas, escándalos, etc; y también en casos fortuitos como incendios, deslaves, siniestros, accidentes entre otros. En la mayoría de los casos, la crónica es la repetición de unos hechos ya conocidos en la redacción y emitidos con anterioridad en forma de noticia.

Son contados los detalles y en todos sus momentos, redactados en un tono familiar, contando como morbo, con un lenguaje casi siempre popular para un público heterogéneo, en donde el cronista realiza al mismo tiempo una labor interpretativa y cuya duración en el tiempo puede ser indefinida.(Alvaro, 2007)

También es conocida como nota roja, crónica policial o criminal, la crónica roja ya se encuentra posicionada porque ocupa espacios fijos, determinados y permanentes en cada medio, se caracteriza por presentar hechos cotidianos, muchas veces exagerados o magnificados y con elementos determinantes: nombres, direcciones, detalles de presuntos responsables de delitos, suicidios, hechos sangrientos, etc.

Los hechos y actos violentos son el eje esencial de la crónica roja y lo más atractivo para su audiencia.(Alvaro, 2007)

Pero los escenarios que se manejan en la pantalla casi siempre son los crímenes pasionales, la banda de narcotraficantes, el asesinato en los barrios populares, violencia en las calles por asalto o robo, personas drogadas en actos violentos, etc.

“ La materia prima de la crónica roja lo constituye por regla general, los casos sociales, atentados a la economía popular o intereses colectivos, corrupción pública, conflictos sociales, excesos policiales, crímenes provocados por disturbios emocionales, como los crímenes pasionales, sociales (homicidios, suicidios, asesinatos), hechos resultantes del desajuste social, como delitos de toda índole (robos, asaltos, estafas, fraudes, falsificaciones), escándalos públicos, los hechos fortuitos ( accidentes graves, desastres naturales, catástrofes, siniestros, incendios). (Novoa, 1996)

Debemos mencionar que en este tipo de notas no existe una duración específica, puede durar varios días, dependiendo del tema y de su información que se tenga, si el tema amerita de más tiempo, esta nota puede ser publicada por semanas pero cada día tendrá un aspecto diferente que llame la atención al televidente sin hacer perder el interés de la nota, de esta manera se elevaría también el raiting del medio televisivo.

Tenemos como personajes principales de la crónica roja son los ladrones, criminales, asaltantes, homosexuales, prostitutas homicidas, menores delincuentes, pero ahora se los opaca el rostro porque la ley no lo permite ahora que se les vea, de igual manera un muerto en accidente solo se puede pasar imágenes de ciertas partes de su cuerpo.

Este tipo de notas es parte del menú televisivo, el que está encubierto en la necesidad de dar información sobre la realidad de la sociedad. Muchas de las personas se sienten identificadas con las distintas noticias que ven en la televisión sean asesinatos, maltratos, suicidios, asalto, etc.

En la televisión nacional se puede observar todos los días hechos de violencia que ocurren en distintos lugares del mundo y a pesar de que estos no dejan de ser noticia, se han convertido en crónica roja. Su manejo depende cada medio, en los principales informativos de nuestro país, podemos observar que circulan una gran parte de esta información llamada crónica roja. (Alvaro, 2007)

El diario EL EXTRA es un medio escrito que a diario publica este tipo de noticias y es vendido a nivel nacional, sus títulos de las notas periodísticas llaman la atención de los lectores, por los artículos de violencia que se presentan en su primera plana. En este medio impreso sus títulos son color rojo que tiene el significado de sangre y la letra es amplia para captar la atención de cualquier espectador, es narrada en forma cronológica/violenta, con un morbo en su información, de acuerdo como se fueron suscitando los hechos.

El lenguaje que utiliza el reportero en esta crónica es claro, sencillo, popular y comprensible, con el fin de que cualquier tipo de público que lea estos artículos los entienda y pueda familiarizarse fácilmente; así nos manifestó Patricia Oleas Corresponsal de diario el Extra de la provincia de Chimborazo.

Diego Álvaro, manifiesta que la crónica es un género particularmente “Subjetivo”, los acontecimientos son vividos, narrados e interpretados a través de la experiencia personal del testigo; el cronista es el único vínculo con la realidad referida. Sin embargo, no por ello es menos importante la parte objetiva de la crónica, sustentada en la realidad y los hechos concretos. (Alvaro, 2007)

#### **2.2.4. CARACTERÍSTICAS DE UNA CRÓNICA**

Las características que diferencian la crónica roja de los otros géneros periodísticos son:

- La importancia que tiene el cronista como protagonista del texto durante la sucesión de acontecimientos y su capacidad para comentar e interpretar lo ocurrido.
- La combinación de técnicas literarias y periodísticas.
- La crónica siempre debe estar ligada a la veracidad de los hechos.
- No puede ser selectiva con los lectores, tiene que hacer que la información independiente del tema, sea comprensible para toda clase del lector.
- El periodista debe olvidarse de sí mismo para que su texto no sea extremadamente subjetivo, sino que tenga un balance con la objetividad.
- El estilo debe ser directo y llano esencialmente objetivo pero al mismo tiempo tiene que plasmar la personalidad literaria del periodista que la firma.
- Puede tratar o no temas novedosos.
- Está dirigida para gente común y corriente, no mitifica los hechos. (Alvaro, La Crónica Periodística, 2007)

#### **2.2.5. CLASES DE CRÓNICA**

Existen diversos tipos de crónicas. El periodista español Lorenzo Gomis prefiere diferenciarlas en solo dos tipos:

- La crónica que cubre un lugar.- Cuando el periodista relata y valora cualquier asunto que se presente en el sitio desde donde se realiza.
- La crónica que cubre un suceso.- Que se trate de un especialista en crónicas judiciales, deportivas, o parlamentarias.

Orlando Cáceres, indica que la crónica se realiza en base a su temática y al enfoque del autor para narrarla, las clasifica así:

#### ❖ **Tipo de crónicas según su tema**

- Crónicas de sucesos o crónica negra.-Narran hechos delictivos, de violencia, accidentes, catástrofes.
- Crónicas Políticas.- Se agrupan los relatos del mundo político ya sean de carácter nacional o internacional.
- Crónica Deportivas.-Son aquellas que se encargan de narrar cuidadosamente cómo se llevó a cabo un particular evento deportivo u otras noticias de este tipo.
- Crónicas Sociales y Culturales.-Relatan secuencialmente como se produjo un determinado evento social o cultural.
- Crónicas de Viajes.- Aquellas crónicas que cuentan en forma pormenorizada lo que significó el viaje a un lugar determinado y la experiencia que supuso la descripción del paisaje.(Cáceres, 2007).

#### ❖ **Tipo de crónicas según el enfoque o intención del cronista:**

- Crónica Informativa.-Esta puede llegar a confundirse con la noticia, la crónica conserva sus características que lo distinguen de una simple noticia. Su finalidad principal es informar, sin llegar a emitir un juicio personal acerca del mismo.
- Crónica Interpretativa u Opinativa.-El cronista a más de informar, también puede emitir un juicio de valor acerca del hecho narrado. Presenta la información al lector y al mismo tiempo su opinión.(Cáceres, 2007)

#### **2.2.6. CRÓNICA PERIODÍSTICA**

Es un tipo de redacción que se caracteriza por relatar de manera ordenada y detallada ciertos hechos y acontecimientos. La palabra crónica siempre ha estado vinculada con el periodismo, porque todos los artículos que se escribían para un medio impreso se los titulaba “crónicas”.(Alvaro, 2007)

Los grandes historiadores de siglos pasados fueron quienes inventaron la crónica, porque así les llamaban a las distintas noticias que escribían a diario y a estos personajes se los denominaba cronistas.(Jiménes, 1990)

Las crónicas periodísticas están redactadas con estilo adecuado, para captar a un público amplio que busca una información completa acerca del hecho narrado. Es explicable razón de llamar así a los diferentes artículos que se escribían para periódicos o revistas, ya que la crónica es una antecesora inmediata del periodismo informativo. Con el transcurso de los años la crónica periodística se identificó por contar los sucesos de una manera sucesiva y con una construcción cronológica. Se caracterizó por tener una entrada, un nudo y un desenlace. Todo esto escrito de una manera secuencial.(Jiménes, 1990)

### **2.2.7. CRÓNICA ROJA Y LA TELEVISIÓN**

Desde los años 50 la función de la televisión es entretener, educar e informar, para este siglo XXI la convergencia y construcción del servicio se ha incrementado, ampliando la producción y la oferta de estos servicios. Haciendo más competitiva la producción televisiva ecuatoriana.(Alvaro, 2007)

La televisión es el medio de comunicación con mayor influencia frente a otros medios masivos, su desarrollo y revolución ha convertido su información en una de las industrias culturales, más penetrantes y de mayor consumo para el televidente. Colocando en una preferencia menor a los otros medios de comunicación en el país.

La crónica roja ha trascendido de la prensa a la televisión, de los noticieros vistos como espacios, exclusivamente periodísticos, a ocupar otras franjas y espacios más extensos. La televisión ecuatoriana, es el medio que cuenta con mayor aceptación y credibilidad tanto a nivel regional como nacional.

Para la producción de estas noticias en televisión el productor debe plantear estrategias, organizar funciones e información, planear y administrar todos los recursos humanos y técnicos, de tal modo que se aproveche al máximo. El productor es el ejecutor de las ideas del director y de los demás miembros creativos del programa; ser productor de crónica de televisión implica procesos diferentes a los otros productos de un canal como telenovelas, concursos, noticias y directos y entre estos también operan estrategias diferentes.(Alvaro, 2007)

La televisión como medio masivo de comunicación está en constante competencia y es un negocio que debe generar utilidades. Con esta industrialización el productor ha adquirido mayor importancia al ser quien maneja los recursos y quien tiene directa responsabilidad sobre ellos. (Rodríguez, 2003)

Este medio es un negocio, pero no de cualquier cosa, sino de comunicación y cultura, la persona a cargo, tiene una responsabilidad social y por evidencia o por ausencia siempre termina socializando un proyecto.

Por medio de imágenes se narran historias, por medio de ellas es que el director muestra una problemática o una historia. Es aquí donde se encuentra la materia prima de lo que se va a editar para ser emitido finalmente por televisión.

El realizador en la crónica para televisión debe hacer varias cosas, primero un periodista que sea capaz de involucrarse en la historia, y que pueda entender los personajes a través de su lente, también debe tener una sensibilidad especial para poder captar la esencia de lo que cuenta, debe estar atento por si sucede algo inesperado, debe ser creativo, buscar todo el tiempo nuevas estrategias para ayudar a una narración diferente y a un nuevo estilo audiovisual en cada crónica que hace.(Alvaro, 2007)

Un realizador es autónomo en las grabaciones, sabe que la cámara son los ojos del espectador, no necesita un director o un periodista que le esté diciendo cómo debe grabar, él decide cómo debe quedar plasmada la historia, sin duda debe trabajar de la mano del periodista para unificar ideas.(Rodríguez, 2003).

Tenemos que tener en cuenta que la crónica en televisión es una información real de corte periodístico donde el cronista expone y hace conocer lo que cubrió o investigó y va a redactar su información, de manera clara y con la verdad sin cambiar los criterios de cada persona entrevistada.

#### **2.2.7.1 EFECTOS**

La violencia en las historias relatadas o retratadas en los diferentes medios de comunicación, está directamente relacionada con la realidad, la misma que es reflejada en la nota realizada por el periodista. En la sociedad que vivimos el ser humano relaciona la violencia y al crimen como lo fatal.(Zamoshkin, 2003).

Los problemas que se presentan a diario como las intimidaciones, las muertes, los accidentes, las agresiones se van construyendo en un estilo de vida social, el mismo que se refleja en la conducta del individuo provocando miedo o inseguridad.

La metodología de la Psicología Social, se introduce en los medios de comunicación como la salvación de la conducta del individuo como ser social, haciendo que aumente la percepción de los riesgos sobre los problemas del medio, con el fin de crear soluciones y atribuir las a las instituciones de poderío, como los partidos políticos o fuerzas armadas.(Zamoshkin, 2003).

El papel de los medios es: comunicar, entretener, informar y educar a la ciudadanía en general, sin embargo desde una óptica psicosocial, controlan la percepción social y la opinión pública, con el objetivo de buscar grupos de poder.

Cuando se, manifiesta la violencia, desde la perspectiva comunicacional los medios ganan mucha atención, ya que aquí la crónica roja juega con la violencia pero generan situaciones sorprendentes en la conducta de los receptores.(Novoa, 1996)

Muchas de las personas se sienten atraídos por el morbo en las crónicas ya que sienten placer e interés al encontrar situaciones dramáticas o impactantes en estas noticias al ser transmitidas; en cambio en otras personas solo dejan miedo, inseguridad y en algunos casos depresión.(Zamoshkin, 2003).

## **2.3 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 CANALTC TELEVISIÓN**



**Elaborado por:** [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com)

**Fuente:** [www.tctelevision.com](http://www.tctelevision.com)

### 2.3.2 HISTORIA

La Cadena Ecuatoriana de Televisión TC, Canal 10, es un medio de comunicación que fue fundado el 30 de mayo de 1969 bajo el nombre de Telecentro; su fundador fue Ismael Pérez Perasso, hermano de Carlos Pérez Perasso, empresario y personero del diario El Universo años después, en 1995 se creó una nueva imagen del Canal cambiando su nombre a TC Televisión.

En los años posteriores, el Canal se consagró como el primer medio televisivo que apoyaba el talento ecuatoriano.

“En TC reconocemos que somos concesionarios de un activo de los ecuatorianos, por lo tanto, tenemos la responsabilidad de apoyar y promover las causas encaminadas al bienestar del país. En todos los mercados internacionales, somos embajadores de las costumbres nacionales o latinas, por lo que nuestras acciones deberán representar este compromiso”.

Adicionalmente es importante precisar que si bien, Tc Televisión es transmitido a nivel nacional, según los ratings de sintonía, el Canal tiene posicionamiento en la provincia del Guayas y esto podría obedecer a que la mayoría de sus programas son producidos en la matriz Tc Guayaquil.

Telecentro abrió su señal con una programación orientada a las clases sociales populares, con programas familiares como:

Haga Negocio Conmigo, A todo dar, Cosas de casa, Mariaca, Sintonizando, Carrusel Musical, Súper Pelados, ¡Qué Chicos!, Puerta a la fama, Soul Train, Tiko Tiko, Tío Johnny, Quién sabe... sabe, Salsa 10, Ecuatorianísima, Planeta 3, Quién dice la verdad, Chispitas y Chispazos (este último se transmitió por Canal Uno).

TC Televisión, pasó a manos del estado. Jorge Cajamarca, quien trabajó desde 1969 en el área de producción, recuerda que la televisora tuvo señal en todo el país.

Pero sus primeros dueños no pudieron sostener el alto costo operativo y cayó en mora con La Filantrópica (luego Filanbanco), de la familia Isaías Barquet. El Observador fue el primer noticiero. TC Televisión sirvió de plataforma política para Antonio Hanna Musse, quien ganó la alcaldía de Guayaquil en 1978.

El martes 8 de julio de 2008, la Agencia de Garantía de Depósitos AGD ordenó la incautación de todas las empresas del grupo económico Isaías, entre ellas esta televisora. Según la AGD los propietarios del grupo Isaías poseían una deuda generada al recibir dinero del Estado durante la crisis financiera de 1998 y 1999, cuando estos eran accionistas de Filanbanco. La televisora continuó transmitiendo hasta resolver su situación jurídica. Como consecuencia, TC Televisión pasó a manos de Sistema Ecuatoriano de Radio y Televisión S.A. (Sertevesa) bajo el nombre de TC Televisión.

### **2.3.3 MISIÓN**

Satisfacer las necesidades de información, entretenimiento de las amas de casa y otras audiencias, con personal calificado, ético y creativo, con solidez y responsabilidad financiera.

### **2.3.4 VISIÓN**

Ser un canal de televisión líder en constante innovación, que marca la diferencia con programas entretenidos e informativos orientados tecnológicamente y rentablemente hacia la satisfacción de la audiencia.

### 2.3.5 VALORES

#### **Credibilidad:**

Es la confianza que la organización inspira a sus empleados, a través de la conducta de sus Jefes y directivos. Se funda en la consistencia entre lo que se dice y hace.

#### **Coherencia:**

Práctica habitual de valores de forma individual y colectiva. Es el caso de la honestidad, lealtad y justicia dentro de la compañía.

#### **Integración:**

Fuerza que vincule a los empleados para la realización de un proyecto en común.

#### **Liderazgo:**

Es la responsabilidad que se tiene de ser siempre los primeros en nuestro ramo.

#### **Profesionalismo:**

Es el dominio de nuestra profesión, ser eficientes en el desempeño de nuestro trabajo, lo que debe reflejarse en un alto nivel de calidad.

#### **Comunicación:**

Es el flujo de información en todos los procesos del grupo y en todas sus direcciones.

#### **Respeto:**

Reconocer e integrar las diferencias individuales en el logro de un objetivo común, sin imponer las decisiones sobre otros, aceptando la diversidad y la diferencia, pero sobre todo entendiendo que por el hecho de ser humanos merecemos respeto.

#### **Lealtad:**

Ser fiel solidario a la empresa cumpliendo los principios y valores que orientan a la gestión de nuestro medio de comunicación.

**Honestidad:**

Coherencia entre el discurso y la acción dentro de los principios y normas establecidas en la organización.

**Puntualidad:**

Respeto al tiempo personal y al de los demás. Esto significa que se debe estar a tiempo para la llegada al trabajo, entrega de requerimientos, cita con clientes, realización de reuniones, salidas de transportes, etc.”.

**2.3.6 CREENCIAS****En TC sabemos que la vida de una empresa depende de su rentabilidad...**

Para nosotros, lograr un trabajo rentable significa garantizar el desarrollo nuestro futuro, encontrar los recursos para mejorar nuestros productos y lograr el crecimiento de nuestra gente.

**En TC reconocemos el valor que tiene el entretenimiento y la información...**

El entretenimiento y el acceso a la información son una necesidad humana. En TC estamos orgullosos de poder satisfacer esta necesidad, con programación de la más alta calidad, que va desde la producción de programas de entretenimiento, como telenovelas, talk shows, programas cómicos y series, etc. hasta los noticieros y programas informativos.

**En TC conocemos el valor de nuestra gente...**

Para nosotros, el activo más importante de TC está en su gente, en el talento y la creatividad que sólo las personas pueden imprimirle a su trabajo. Creemos en la

eficiencia y en el compromiso, en promover el trabajo en equipo y en el cumplimiento de las metas que se hayan establecido.

**En TC tenemos un compromiso social con el país (Ecuador)...**

En TC reconocemos que somos concesionarios de un activo de los ecuatorianos, por lo tanto, tenemos la responsabilidad de apoyar y promover las causas encaminadas al bienestar del país. En todos los mercados internacionales, somos embajadores de las costumbres nacionales o latinas, por lo que nuestras acciones deberán representar este compromiso.

**En TC creemos en la dignidad humana y en el respeto a la persona...**

Reconocemos el valor de la vida y la salud como una norma ética. Sin embargo, no renunciaremos a presentar las dificultades del mundo contemporáneo. En TC seremos siempre respetuosos y promotores de los derechos humanos.

**En TC somos un foro abierto a todas las expresiones...**

Creemos en la libertad de expresión y en la responsabilidad que esto implica.

Somos un foro abierto a la pluralidad del mundo moderno y damos cabida a diversidad de expresiones.

**En TC somos un medio orgullosamente ecuatoriano que busca el liderazgo mundial...**

Reconocemos los valores de los ecuatorianos y, a la vez, procuramos insertarnos en el contexto mundial, en busca de nuevos mercados y nichos para trabajar.

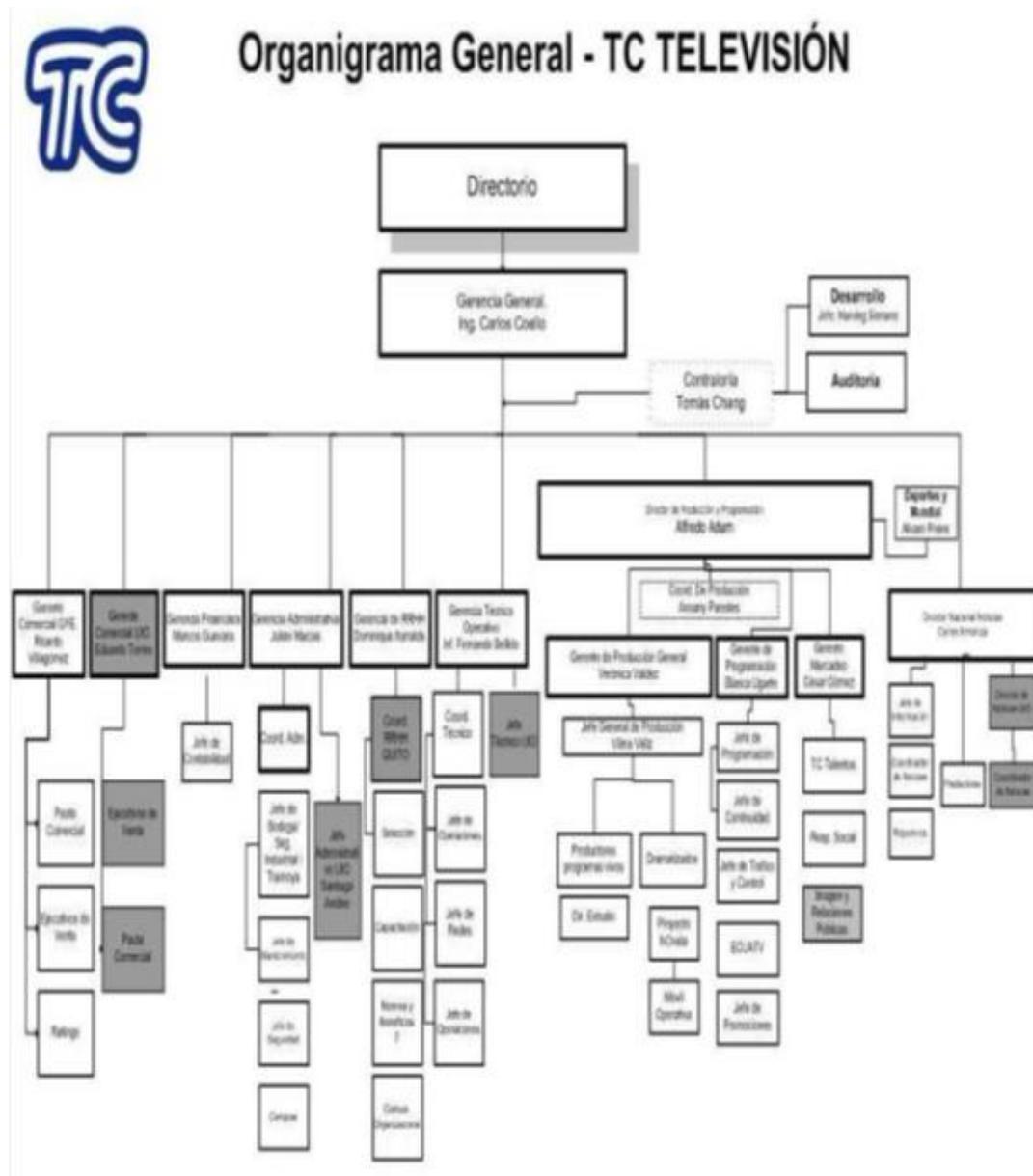
### **En TC estamos comprometidos con la calidad...**

Mediante el uso de las tecnologías más avanzadas, en combinación con criterios estrictos de trabajo de su gente, generamos programas y productos de la mejor calidad.

### **En TC somos un medio que evoluciona...**

Hacemos la innovación y la eficiencia una tarea diaria, lo que nos lleva a ser una organización en constante evolución. Con entusiasmo los retos que implican las transformaciones de la actualidad".(Televisión)

### 2.3.7 ORGANIGRAMA



Elaborado por: TC Televisión  
Fuente: Información obtenida de TC Televisión

### 2.3.8 PROGRAMACIÓN

De Lunes a Viernes

<b>HORARIO</b>	<b>PROGRAMA</b>
0:17	SUITE LIFE OF ZACK AND CODY II
0:30	IGLESIA UNIVERSAL G
1:00	TALE SPIN 1
1:15	MARITERE ECUADOR X
2:15	MASTER MUSIC
3:15	CORY IN THE HOUSE 1
3:30	SHAKE IT UP 3
4:00	REPLACEMENTS 1
4:30	MARKETING WORLDWIDE
5:00	IGLESIA UNIVERSAL
5:30	KANDELA
<b>5:44</b>	<b>DESPIERTC QUITO</b>
<b>7:00</b>	<b>EL NOTICIERO</b>
8:15	BIEN INFORMADO
9:00	DE CASA EN CASA
11:00	PLURI TV2 INTERCULTURAL
11:30	PHINEAS AND FERB 1
12:00	PHINEAS AND FERB 1
<b>12:25</b>	<b>EL NOTICIERO II</b>
13:30	DE BOCA EN BOCA
15:30	EDUCA 2012 - 2013
16:00	PIEL SALVAJE
17:00	CALLE 7 VIII TEMPORADA
<b>19:00</b>	<b>EL NOTICIERO III</b>
20:35	LOS HIJOS DE DON JUAN
21:30	CELIA
22:30	100 X CIENTO FUTBOL NUEVA TEMPORADA
23:30	PLURI TV2 INTERCULTURAL
23:50	SUITE LIFE ON DECK 1

**Elaborado por:** TC Televisión

**Fuente:** Información obtenida de TC Televisión

## Domingo

### HORARIO

### PROGRAMA

0:00	GOOD LUCK CHARLEI 4
0:30	IGLESIA UNIVERSAL G
1:00	TALE SPIN 1
1:15	HAGA NEGOCIO CONMIGO 2015
2:15	MASTER MUSIC
3:15	SHAKE IT UP 3
3:30	TALE SPIN 1
4:00	DOG WITH A BLOG 2
4:30	PHINEAS AND FERB 1
5:00	VIDA NUEVA 2009
5:30	IGLESIA UNIVERSAL G
6:00	EDUCA 2012 - 2013
6:30	MARKETING WORLDWIDE
7:00	APRENDAMOS
7:30	SANTA MISA
8:00	TODO 24 ELECTRONICS
8:30	HIGGLYTOWN HEROES 2
9:00	PULSO POLITICO
10:00	PEPPER ANN 2
10:30	ES DE JUSTICIA
11:00	REPLACEMENTS 1
11:30	POZO MILLONARIO
11:37	RESUMEN ENLACE CIUDADANO
12:37	PLURI TV2 INTERCULTURAL
13:30	ANT FARM 3
14:00	EPISODE I THE PHANTON MENACE
16:30	EPISODE II ATTACK OF THE CLONES
<b>19:00</b>	<b>EL NOTICIERO DOMINICAL</b>
19:30	ALICE IN WONDERLAND 2015 2017
21:30	100 X CIENTO FUTBOL G
22:30	JESSIE 3
23:00	ANT FARM 3
23:30	CORY IN THE HOUSE 1

Elaborado por: TC Televisión

Fuente: Información obtenida de TC Televisión

### **2.3.9 PRODUCCIÓN DE NOTICIAS**

TC televisión tienen cuatro informativos que se presentan a diario “DESPIERTC” (05h45), “El Noticiero” (07H00) “El Noticiero” (12h25), “El Noticiero” (19H00), y una emisión dominical (19H00), donde anualmente se transmite aproximadamente 17853 reportajes periodísticos.

El canal cuenta con un departamento de Coordinación de Noticias el que está dirigido por un Director Nacional Lcdo. Carlos Armansa, región sierra/oriente, Lcda. María Belén Loor y en la región costa por el Lcdo. Jorge Rendón quien es también sub director nacional de noticias.

El equipo de noticias se reúne a las ocho y media de la mañana para la selección de los temas de asuntos social, político, cultural, deportivo, educativo, económico, crónica, farándula.

El noticiero durante 35 años se ha presentado de lunes a viernes bajo un horario definido, en todas sus emisiones presentan una variedad de información nacional e internacional, es por esta razón ya tiene su propia audiencia, como lo afirma el coordinador en Guayaquil Manuel Ortega.

La característica principal de los noticiarios del canal, son los temas enfocados al área política, coyuntura, crónica, turismo, deportes farándula y social.

La mayor parte de audiencia se centra en la región costa del Ecuador, pero en los últimos estudios realizados la serranía también ha percibido un incremento de su sintonía, manifestó Marco Sandoval, productor de noticias Quito.

### **2.3.9.1 LA CRÓNICA ROJA EN LOS NOTICIARIOS DE TC**

#### **TELEVISIÓN.**

El Noticiero estelar según la medición realizada por la empresa Ibopemedia es el que registra mayor rating en relación a sus otras emisiones. Debido a una mayor participación del mercado en hogares. En este noticiero existe un segmento solo para crónica roja, en el cual se transmite hechos como: robos, asaltos, muertes, etc., es decir un compendio de lo que sucede diariamente en nuestra sociedad.

Desde hace veinte y seis años a existido reportajes de crónica roja. A partir de la dirección de noticias de Rafael Cuesta se dio más relevancia a este tipo de notas, marcando una diferencia entre los demás medios televisivos.

Al realizar este tipo de noticias se fortalece más el noticiero, proporcionando al medio de comunicación más sintonía a nivel nacional. El target que maneja este informativo es adultos y jóvenes de clase media baja a nivel de todo el país, este tipo de público se siente atraído por el segmento de crónica roja que emite el medio.

Hace tres meses el canal incorporo al noticiero Estelar el segmento “Crónica Viva” y semanas después también se destinó un espacio en el noticiero de la primera emisión Jonatán Carrera, Mauricio Ayora y Carla Sala son los presentadores de dicho espacio donde se genera información netamente de sucesos.

Jonatán Carrera, indico que al cubrir una nota tan solo “observa lo que la gente no ve, busco detalladamente en el lugar algo que me permita sumar como valor agregado a la información que voy a generar., como quedan las pertenencias del fallecido, lo que tenía, lo que no tenía, huellas, cualquier detalle que pueda hablar”. Uno debe entregarse a la nota, sentirla al redactar, transmitir al televidente la realidad de nuestra sociedad, esto no quiere decir que debemos aumentar, disminuir o tergiversar la información.

## CUADRO N° 7

### CUADRO DE RAITING DE TC TELEVISIÓN EN LOS NOTICIARIOS



Elaborado por: TC Televisión  
Fuente: Información obtenida de TC Televisión

Todas las notas tienen una duración de un minuto a dos minutos de duración y si el tema amerita esta puede ser extendida.

La importancia que se da a la crónica en el área de noticias ha llevado a que como estrategia se realice avances de la información durante el tiempo al aire del espacio informativo medida que permite acrecentar el número de televidentes, situación que va a la par con redes sociales donde también se informa de manera inmediata los hechos, así como se difunde el material audio visual generado por el equipo periodístico.

El nivel de sintonía hace que este género informativo este vigente en los diferentes espacios noticiosos, por ello la difusión es permanente en los promocionales.

Tc televisión y el Noticiero a más de difundir las noticias de crónica, también genera espacios promocionales para la concienciación de sus televidentes por medio de mensajes de reflexión en base a historias y hechos reales.

El noticiero pese a ser considerado el informativo que difunde mayor crónica roja, logro mantenerse en los primeros lugares de sintonía pese a que su lineamiento desecho registros de video con contenido fuerte, antes de la aplicación de la ley de comunicación.

## **2.4 HABITANTES DE RIOBAMBA URBANO**

Riobamba se fundó el 15 de agosto de 1534 por Diego de Almagro, en la antigua ciudad de Liribamba (milenaria capital de los Puruhaes), lo que hoy es Villa La Unión en el Cantón Colta, siendo la primera fundación española en el territorio ecuatoriano.

Se encuentra ubicada en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, rodeada de varios volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo. Ciudad de Ecuador y capital de la provincia de Chimborazo, es conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”, “Corazón de la Patria”.

El sábado 4 de febrero de 1797 un devastador terremoto destruyó la ciudad. Año en el cual los antiguos habitantes de la ciudad, por motivos de reconstrucción, se mudaron a la actual llanura de Tapi que cumplía con las condiciones apropiadas para asentarse una ciudad planeada, con calles amplias, con un trazado uniforme y planificado, así como dotaciones de servicios y más segura frente a fenómenos naturales, con una envidiable vista panorámica natural, como un balcón para admirar a todos los volcanes y nevados que la rodean. Así, Riobamba, queda asentada en el lugar que ocupa hoy en día, convirtiéndose en la primera y única ciudad planificada del Ecuador.

Según datos oficiales, la ciudad entendida como área urbana tiene 246.891 habitantes, lo que la ubican como la décima ciudad más poblada del país, mientras que todo el cantón posee una población de 298.412 habitantes.

#### 2.4.1. Parroquias urbanas

El considerable crecimiento de esta ciudad, tanto en extensión como en población, Riobamba está dividida en 5 parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes. Las primeras cuatro parroquias nombradas fueron producto de la distribución de la ciudad con su llegada a la llanura de Tapi en 1797, Yaruquíes fue incorporada como parroquia urbana en 1965, teniendo una separación que cada vez ha ido reduciéndose.

#### 2.4.2. Circunscripciones

Las calles Primera Constituyente y Eugenio Espejo son los ejes vertical y horizontal que separa y conforma a las dos circunscripciones:

**Circunscripción 1:** Lizarzaburu, Yaruquíes y Veloz

**Circunscripción 2:** Maldonado y Velasco

#### 2.4.3. POBLACIÓN

<b>CHIMBORAZO</b>		
	<b>MUJERES</b>	239 180
	<b>HOMBRES</b>	219 401
	<b>TOTAL</b>	<b>458 581</b>
<b>RIOBAMBA</b>		
	<b>MUJERES</b>	118 901
	<b>HOMBRES</b>	106 840
	<b>TOTAL</b>	<b>225 741</b>

Elaborado por: INEC

Fuente: Datos del INEC en el censo del 2 010

## **2.5. HIPÓTESIS**

La crónica roja en TC Televisión incidirá en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba, período julio a diciembre de 2014.

## **2.6. VARIABLES**

### **2.6.1 Variable independiente.**

La Crónica Roja en TC Televisión

### **2.6.2 Variable dependiente.**

Incidencia en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba.

## **2.7. Operacionalización de las Variables.**

Dentro del siguiente cuadro se ha podido determinar las siguientes variables que servirán para esta investigación.

<b>VARIABLES</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTO</b>
<b>Variable Independiente:</b> CRONICA ROJA	La crónica es un relato que existe desde siempre, desde los inicios de la humanidad el hombre buscó contar sus historias y los hechos que le sucedían a diario, se reunía para escuchar relatar los acontecimientos del día y eso	Relato Historias Hechos Acontecimientos Diario Vida Social	Número de notas de crónica roja diarias.  Tiempo de las notas de crónica roja en el canal.	Observación Entrevista Encuesta  Guía de observación. Guía de entrevista. Cuestionario de encuesta.

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
<p><b>Variable Dependiente:</b> El estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba</p>	<p>De acuerdo al sondeo previo, la población que mira frecuentemente noticias de crónica roja están ubicados en el estrato socio económico C-. Esta población, de acuerdo al INEC tiene de 316 a 535 puntos en las dimensiones: vivienda,</p>	<p>Población Crónica roja Estrato socio-económico C-. Hábitos de consumo</p>	<p>Número de habitantes en la ciudad de Riobamba.</p> <p>Número de ciudadanos en el estrato socio económico C- en Riobamba.</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p> <p>Guía de observación.</p> <p>Guía de entrevista.</p> <p>Cuestionario de encuesta.</p>

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 MÉTODO CIENTÍFICO**

La metodología que se utilizará en esta investigación se basa en el Método Inductivo, el cual permite estudiar el problema partiendo de datos particulares para llegar a conclusiones generales. A través de este método se investigará cada caso de la muestra y de los resultados obtenidos se realizarán generalizaciones en el análisis de resultados.

#### **3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Por la naturaleza y la complejidad, la investigación es cuasi experimental, porque en el transcurso del proceso investigativo el problema será estudiado y analizado tal como se da en su contenido sin que exista la manipulación intencional de las variables. Además es una investigación de campo ya que recoge datos a través de las encuestas realizadas a la población de estrato socio-económico C- de Riobamba urbano.

#### **3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Por los objetivos que se pretende alcanzar en la investigación se caracteriza por ser de tipo descriptiva, porque luego de concluir el proceso investigativo se llegará a descubrir como la Crónica Roja emitida en TC Televisión incide en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba.

También es investigación de caso porque se realizarán encuestas que proporcionarán una descripción detallada de varios casos.

### 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1 Población

Esta investigación tendrá como población a 190 895 pobladores de Riobamba urbano.

#### 3.4.2 Muestra

$$n = \frac{N}{e^2 N - 1 + 1}$$
$$n = \frac{190895}{0,05^2 190894 + 1}$$
$$n = \frac{190895}{0.0025 1190894 + 1}$$
$$n = \frac{190895}{478.235}$$
$$n = 399$$

Una vez aplicada la fórmula, se trabajará en esta investigación con 399 personas, distribuidas en cada una de las parroquias, de la siguiente manera:

PARROQUIA	No. Encuestas
Maldonado	89
Velasco	97
Lizarzaburu	138
Veloz	58
Yaruquíes	17
TOTAL	399

### **3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.5.1 Encuesta**

La encuesta permite recoger información de una población con datos bastantes confiables que facilitan la evaluación de resultados por métodos estadísticos.

Para la investigación se aplicará un cuestionario que contendrá preguntas referentes al contexto, antagonismo, subjetividad y hegemonía, lo cual permitirá medir si la Crónica Roja emitida en TC Televisión incide en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba.

### **3.6 TÉCNICAS PARA PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Los resultados de la encuesta serán tabulados y expuestos en Excel obteniendo cuadros y gráficos estadísticos. Para la interpretación se utilizará la técnica lógica de la inducción y se referenciarán los resultados con información científica contenido en el marco teórico.

Los resultados de la observación serán cuanti-cualitativos, para lo cual se analizarán los datos en función de la investigación. En cuanto a la entrevista, se procesará como información de apoyo sobre los objetivos planteados.

#### **3.6.1 Técnicas estadísticas**

Luego de haber recopilado la información necesaria, se aplica la técnica de tabulación de datos utilizando tablas y gráficos.

### **3.6.2 Técnicas lógicas**

Después de un estudio individual sintético de cada pregunta y con la recopilación de datos dentro de esta investigación se obtienen respuestas hacia la hipótesis planteada, además de ser el sustento para el análisis e interpretación de datos.

### **3.7 PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

El procesamiento de los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a la población socio-económico C- de Riobamba urbano, fueron analizados a través del programa de Excel y representados en gráficos en forma de pastel que expresen los porcentajes de respuestas a cada pregunta realizada y permitan la interpretación de las mismas para alcanzar los objetivos propuestos.

### **3.8 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN SOCIO-ECONÓMICO C- DE RIOBAMBA URBANO**

**Edad:**.....

**Parroquia:**.....

**Sexo:**.....

**Educación:**.....

**1.- ¿Cree usted que la televisión es la principal fuente de la realidad de nuestra seguridad ciudadana?**

**Tabla N°1**

<b>Parámetro</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	358	90%
NO	41	10%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N°1**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los encuestados el 90%, representado por 358 personas, aseguran que la televisión es la principal fuente de la realidad de nuestra seguridad ciudadana, seguido por 41 personas que constituyen el 10%, manifiestan que no es solo la televisión la principal fuente de mostrar la realidad de nuestra seguridad.

Con estos resultados es evidente que la ciudadanía tiene como principal fuente a la televisión, por tal motivo la responsabilidad del periodista y del medio que lo transmite es de mostrar o transmitir las noticias de la realidad de la sociedad, con la verdad en la información y con imparcialidad en su desarrollo.

## 2.- ¿Está usted de acuerdo que se transmita en los noticieros crónica roja?

**Tabla N° 2**

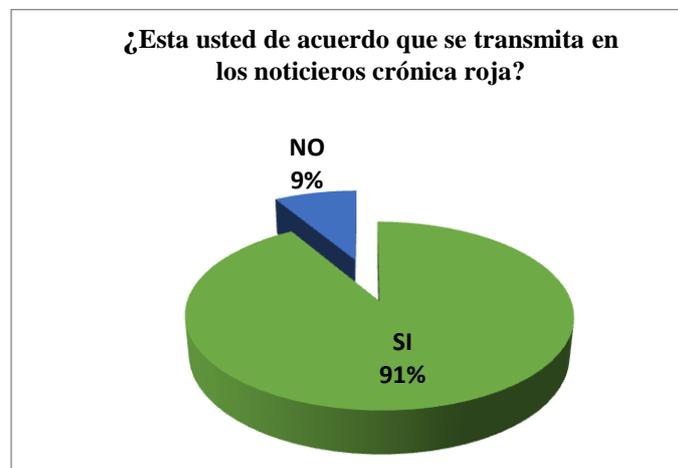
Parámetro	f	%
SI	365	91%
NO	34	9%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 2**

### Análisis



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

### INTERPRETACIÓN:

De los 399 encuestados el 91%, representado por 365 personas, están de acuerdo que se transmita en los noticieros crónica roja, seguido por 34 personas que constituyen el 9%, manifiestan que no se transmita en los noticieros crónica roja. Es evidente que la ciudadanía está de acuerdo que se transmita crónica roja en los noticieros de este canal.

**3.- ¿Considera que TC televisión al transmitir crónica roja crea una sensación de inseguridad permanente y alimenta un temor en la sociedad?**

**Tabla N° 3**

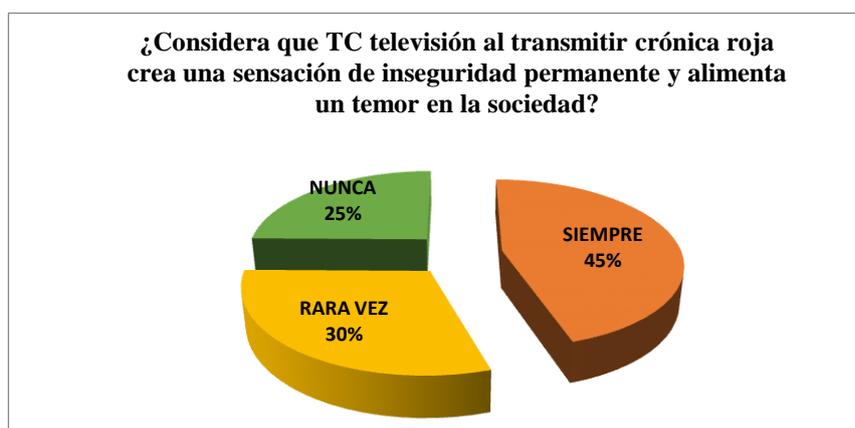
<b>Parámetro</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>SIEMPRE</b>	180	45%
<b>RARA VEZ</b>	120	30%
<b>NUNCA</b>	99	25%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 3**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 45%, representado por 180 personas, aseguran que Tc televisión si crea una sensación de inseguridad permanente y alimenta un temor en la sociedad al transmitir en sus noticiarios crónica roja, seguido por 120 personas que constituyen el 30%, manifiestan que rara vez se crea esta sensación de inseguridad y temor, y el 25% con 99 personas manifiestan que no siente esta sensación de inseguridad y temor al ver crónica roja por este canal. Es evidente que la ciudadanía si considera que este medio si crea esta sensación de inseguridad y temor al ver a crónica roja en los noticiarios.

**4.- ¿Cree usted que la crónica roja que transmite TC televisión atenta al dolor humano y a la dignidad de las personas?**

**Tabla N° 4**

Parámetro	f	%
SI	316	79%
NO	83	21%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 4**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 79%, representado por 316 personas, aseguran que la crónica roja que transmite Tc televisión atenta al dolor humano y a la dignidad de las personas, seguido por 83 personas que constituyen el 21%, manifiestan que la crónica roja de este canal no atenta al dolor humano ni a la dignidad de las personas. Es evidente que la ciudadanía si considera que este medio al transmitir crónica roja si atenta al dolor humano y a la dignidad de las personas.

**5.-¿Está usted de acuerdo que menores de edad y adolescentes vean la crónica roja que emite TC televisión?**

**Tabla N° 5**

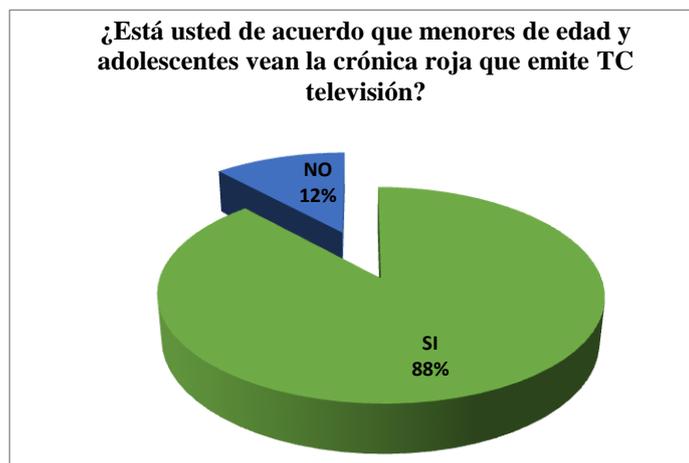
Parámetro	f	%
SI	352	88%
NO	47	12%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 5**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 88%, representado por 352 personas, están de acuerdo que menores de edad y adolescentes vean la crónica roja que emite Tc televisión, seguido por 47 personas que constituyen el 12%, que no están de acuerdo que menores de edad y adolescentes vean la crónica roja que emite Tc televisión. Es evidente que la ciudadanía si considera que menores de edad y adolescentes vea la crónica roja que emite este medio televisivo.

6.- ¿Cree usted que la crónica roja que transmite TC televisión influye en la sociedad?

**Tabla N° 6**

Parámetro	f	%
SI	352	88%
NO	47	12%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 6**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 93%, representado por 370 personas, si consideran que la crónica roja que transmite Tc televisión influye en la sociedad, seguido por 29 personas que constituyen el 7%, indican que la crónica roja que transmite este medio no influye en la sociedad. Es evidente que la ciudadanía si considera que la crónica roja que emite este medio televisivo influye en la sociedad.

**7.- ¿Considera usted que la crónica roja puede servir como una medida de prevención mostrando lo que pasa en la realidad de la sociedad?**

**Tabla N° 7**

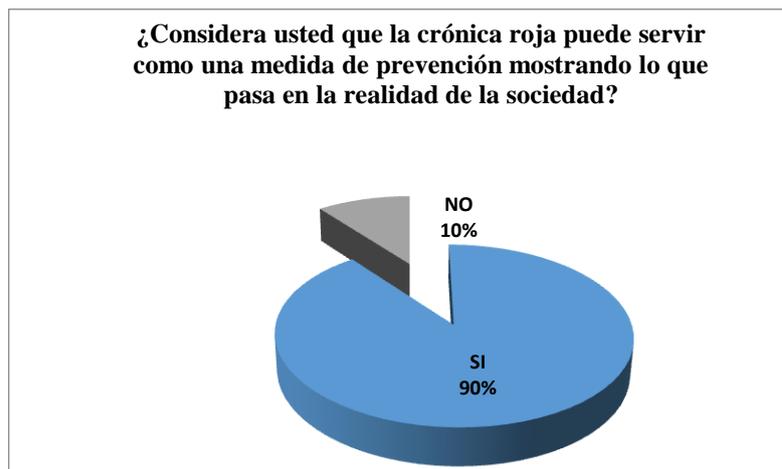
<b>Parámetro</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	358	90%
NO	41	10%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 7**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 90%, representado por 358 personas, consideran que la crónica roja si sirve como medida de prevención mostrando lo que pasa en la realidad de la sociedad, seguido por 41 personas que constituyen el 10%, indican que la crónica roja no sirve como medida de prevención al mostrar lo que pasa en la realidad de la sociedad. Es evidente que la ciudadanía si considera a la crónica roja como medida de prevención mostrando lo que pasa en la realidad de la sociedad.

**8.- ¿Comparado con otros canales cree usted que TC televisión procesa de mejor manera imágenes fuertes?**

**Tabla N° 8**

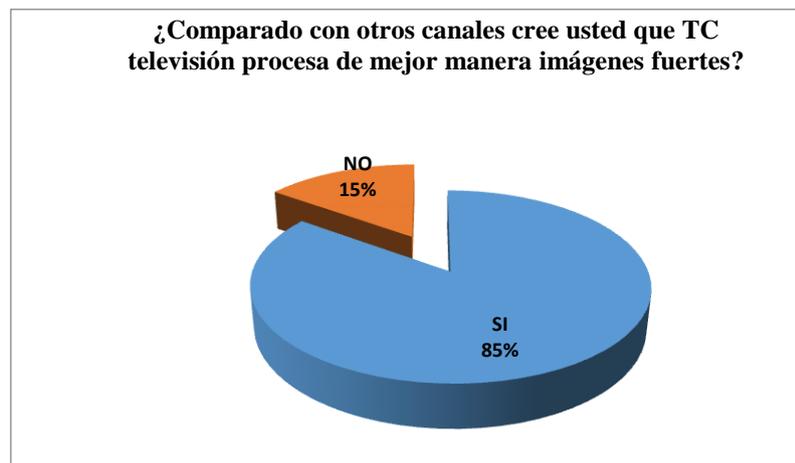
<b>Parámetro</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	339	85%
NO	60	15%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 8**

Análisis



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 85%, representado por 339 personas, consideran que comparado con otros canales televisivos TC televisión si procesa de mejor manera sus imágenes fuertes al transmitir en los noticiarios, seguido por 60 personas que constituyen el 15%, indican que TC televisión no procesa de mejor manera sus imágenes fuertes al transmitir en los noticiarios. Es evidente que la ciudadanía está de acuerdo que este medio de comunicación si procesa de mejor manera sus imágenes fuertes cuando sus noticias son transmitidas en sus noticiarios.

**9.- ¿Cree que la crónica difundida en TC televisión está basada a la verdad a diferencia de otros medios?**

**Tabla N° 9**

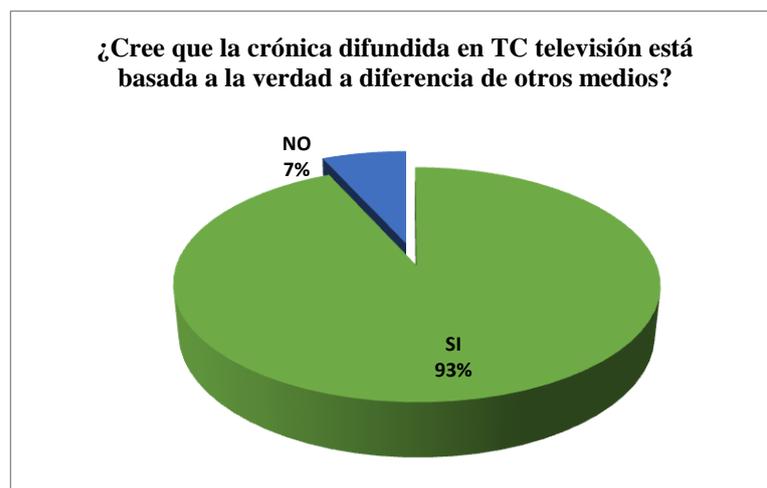
<b>Parámetro</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	372	93%
NO	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**Gráfico N° 9**

**Análisis**



**Elaborado por:** Anita Chávez Nájera

**Fuente:** Investigación de Campo

**ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN:**

De los 399 encuestados el 93%, representado por 372 personas, consideran que la crónica difundida en TC televisión está basada a la verdad a diferencia de otros medios, seguido por 27 personas que constituyen el 7%, indican que la crónica difundida en TC televisión no está basada a la verdad a diferencia de otros medios. Es evidente que la ciudadanía considera que este medio de comunicación si se basa a la verdad cuando difunde la crónica roja en los diferentes noticiarios.

10.- ¿Cuál es el noticiero en el que usted prefiere ver la crónica roja de TC televisión?

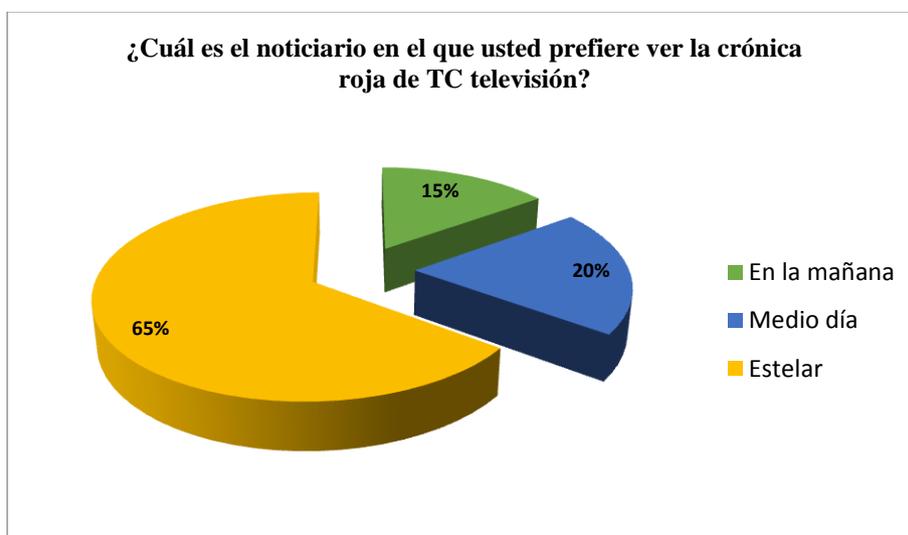
**Tabla N° 10**

Parámetro	f	%
En la mañana	60	15%
Medio Día	80	20%
Estelar	259	65%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Anita Chávez Nájera

Fuente: Investigación de Campo

**Gráfico N° 10**



Elaborado por: Anita Chávez Nájera

Fuente: Investigación de Campo

### ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN:

De los 399 encuestados el 65%, representado por 259 personas, prefieren ver el noticiero de TC televisión en el horario de la noche, seguido por 80 personas que constituyen el 20%, indican que ven el noticiero medio día de TC televisión y con un 15% representado con 60 personas ven el noticiero de la mañana. Es evidente que la ciudadanía prefiere al noticiero Estelar de este medio de comunicación.

### 3.9 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Podemos observar que el 90% de la población, tiene como principal fuente a la televisión en presentar la realidad de nuestra seguridad ciudadana, mientras que el 91% está de acuerdo que se transmita en los noticieros crónica roja, el 45% considera que Tc televisión al transmitir crónica roja crea una sensación de inseguridad permanente y alimenta un temor en la sociedad, el 79% cree que la crónica roja que transmite este canal atenta al dolor humano y a la dignidad de las personas, el 93% manifiesta que la crónica roja que transmite Tc televisión influye en la sociedad, el 90% de la población considera que la crónica roja puede servir como una medida de prevención, mostrando lo que pasa en la realidad de la sociedad, el 85% indica que comparando a Tc televisión con los otros canales este si procesa de mejor manera las imágenes fuertes, el 93% dice que la crónica difundida en Tc televisión está basada en la verdad a diferencia de otros medios y el 65% de la población de este estrato social indica que el noticiero que más prefieren ver la crónica roja de Tc televisión es el de la noche.

Realizada la tabulación y el análisis de las encuestas aplicadas a la población del estrato socio-económico C- de Riobamba Urbano, se comprueba la hipótesis. La crónica roja en TC Televisión **si incide** en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

- Los puntos altos de rating que arroja los segmentos de crónica roja, demuestra el interés de los televidentes en este tipo de información permitiendo a la empresa televisiva lograr la primera ubicación en relación a otros medios audio visuales, esto permite también un incremento de pautas publicitarias las que; a su vez, consolidan el ingreso económicos por tratarse de una compañía anónima de derecho privado con fines de lucro.
  
- El 93% del estrato socio-económico C- de Riobamba se siente atraído por las noticias especialmente de crónica roja del Noticiero y sus segmentos, en ellos reflejan los problemas sociales como violencia, inseguridad, delincuencia, etc. En tanto que el 90% de este grupo piensa que al conocer información de este tipo de género permite adoptar medidas de precaución. A esta aceptación se suman las imágenes reales de los hechos narrados con un estilo particular para este tipo de noticias.

## 4.2. RECOMENDACIONES

- Crear más campañas de concienciación para que los televidentes denoten la diferencia de tratamiento noticioso que da el Noticiero a su información, sin que ello perjudique a los ingresos de la empresa manteniendo el raiting y el pautaaje publicitario.
  
- Continuar con la publicación de crónica roja en base a las políticas de la empresa y normativas de las leyes en el Ecuador, generando también un contenido con normas de prevención, educación o seguridad ciudadana, para que de esta manera no influya con sensaciones de temor o inseguridad a la comunidad.

## **CAPÍTULO V**

### **5.- PROPONER OPCIONES PERIODÍSTICAS PARA SATISFACER LA DEMANDA DE INFORMACIÓN, SIN CAER EN EL AMARILLISMO.**

#### **5.1 Incentivar al personal para evitar errores que atenten contra personas o al medio.**

La responsabilidad de quien da el tratamiento informativo debe estar enmarcado en la realidad de la información a la que hace relación, para no emitir datos o imágenes falsas Ej. Reportaje canal de televisión RTS donde se utilizó una imagen que no correspondía al tiempo y lugar del acontecimiento.

#### **5.2 Campaña de reportajes**

Secuencia de guías y alternativas donde profesionales aborden temas específicos para personas y familiares con: depresión, alcoholismo, etc.

#### **5.3 Seguimiento casos específicos**

A personas que por alguna razón fueron parte de un hecho de crónica roja y cómo estos se superaron pese a las secuelas que les dejó la experiencia.

#### **5.4 Evitar el sensacionalismo por parte de los presentadores de crónica viva, y la exageración al anunciar este tipo de noticias.**

No es necesario que el presentador sea sensacionalista al momento de anunciar la noticia, se lo debe hacer con comentarios adecuados, para que el televidente tenga la capacidad de analizar con objetividad la misma.

**5.5 Que la información que se emita en crónica roja no sea de manera exagerada, sin explotar la desgracia y provocar la lastima de los televidentes.**

Que la necesidad de la gente debe ser tratada con mucha prudencia y no afectar la dignidad de las personas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvaro, Diego, (2007), La Crónica Periodística, Madrid.
- Bastenier, Miguel Ángel, (2001), Curso de Periodismo, Madrid
- Biagi, Shirley, (2009), Impacto de los medios de comunicación. México: Cengage Lera Ming, S.A. de C.V.
- Cáceres, Orlando,( 2007), Una aproximación a la clasificación de las Crónicas
- Díaz, G, (2003), Periodismo y Periodistas de Investigación en España. Ecuador
- Edward, Merrill, John Lee, (1992), Medio de Comunicación Social, ¿Cómo funciona la Comunicación?. Madrid. Fundación Germán Sánchez.
- Fernández, Martin, (1988), Comunicación Interna,
- García, Leonel, ( 2004), Periodismo
- García, Jiménez Jesús (1999), Información Audiovisual, S.A. Ediciones Paraninfo. Madrid.
- Genaro, Salomón, (2002), La verdad como herramienta de la comunicación verbal, España, Revista Interforum.
- Garrido, Alicia y Álvaro, José, (2007), Psicología social. India: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- Kapeluz, (1979), Diccionario de Lengua Española. Buenos Aires
- Kapuscinski, Rizard (2008), Comunicación
- LASWELL, Harold, (1946), Propaganda, Comunicación y Opinión Pública.
- Larrea, Carlos, (2009), Introducción a los Géneros Periodísticos. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Lee, Jon, (1993), Como funciona la Comunicación. Madrid, Fundación Germán Sánchez.

- Merriell, Jon,(1992), Medio de Comunicación Social. Madrid. Fundación Germán Sánchez.
- Miluzca, A (2006), Las Relaciones Sistemáticas en la ciencia del Periodismo. Sevilla.
- Moragas, M. (1 985). Sociología de la Comunicación de Masas, Barcelona, España.
- Novoa, María Fernanda, (1996), Estructura Semiótica de la Crónica Roja en la Prensa Nacional. Quito. Universidad Central del Ecuador, Tesis previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación
- Rodríguez, Francisco, (2003), La mirada en el Cristal, La información televisiva, Madrid.
- Rodríguez, Ruibal,( 2009), La Crónica en el periodismo
- Samper, Daniel, (2003), Antología de las grandes Crónicas Colombianas tomo1, Bogotá.
- Smith, Laswell, Casey, (1948), La evolución de la Investigación sobre las comunicaciones de masas.
- Sunkel, Guillermo, (2002), El Sensacionalismo, algunos elementos para su análisis y comprensión. Bogotá.
- Vera, A, (2008), Modelo de Comunicación de Harold, Lasswell.
- Weaver, Shannon, (1948), Teoría Matemática de la Comunicación. Estados Unidos.
- Zamoshkin, YU.A (2003), Psicología Social. Enciclopédico Filosófico. Tesis previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Guayaquil.

# ANEXOS

## ANEXO N° 1



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como propósito determinar como la crónica roja de TC Televisión incide en el estrato socio-económico C- de la ciudad de Riobamba.

**INDICACIONES:** Por favor, responda el siguiente cuestionario con toda la veracidad posible.

**Edad:**

**Sexo:**

**Parroquia:**

**Educación:**

### CUESTIONARIO

**1.-** ¿Cree usted que la televisión es la principal fuente de la realidad de nuestra seguridad ciudadana?

Si..... No.....

**2.-** ¿Está usted de acuerdo que se transmita en los noticieros crónica roja?

Si..... No.....

**3.-** ¿Considera que TC televisión al transmitir crónica roja crea una sensación de inseguridad permanente y alimenta un temor en la sociedad?

SIEMPRE.....

RARA VEZ.....

NUNCA.....

**4.-** ¿Cree usted que la crónica roja que transmite TC televisión atenta al dolor humano y a la dignidad de las personas?

Si..... No.....

**5.-** ¿Está usted de acuerdo que menores de edad y adolescentes vean la crónica roja que emite TC televisión?

Si..... No.....

**6.-** ¿Cree usted que la crónica roja que transmite TC televisión influye en la sociedad?

Si..... No.....

**7.-** ¿Considera usted que la crónica roja puede servir como una medida de prevención mostrando lo que pasa en la realidad de la sociedad?

Si.....

No.....

Por qué ?.....

**8.-** ¿Comparado con otros canales cree usted que TC televisión procesa de mejor manera imágenes fuertes?

Si .....

No.....

**9.-** ¿Cree que la crónica difundida en Tc televisión está basada a la verdad a diferencia de otros medios?

Si .....

No.....

**10.-** ¿Cuál es el noticiario en el que usted prefiere ver la crónica roja de Tc televisión?

En la mañana.....

Medio Día.....

Estelar.....

***Gracias por su colaboración***

## ANEXO N° 2

### PRESENTADORES DE LOS NOTICARIOS DE TC TELEVISIÓN

#### DESPIERTC

**DE LUNES A VIERNES DE 05h44 a.m. a 07h00 a.m.**

**Presentadores:** Mauricio Ayora

Ángel Bone



**DE LUNES A VIERNES DE 07h00 a.m. a 08h15 a.m.**

**PRESENTADORES:** Martha Sandoval

Carlos Luis Morales



## ANEXO N° 3

DE LUNES A VIERNES DE 12h25 p.m. a 13h30 p.m.

### NOTICIERO MEDIO DÍA

**PRESENTADORES:** Carlos Esteves

Saskia Bermeo

María Caridad Dávalos



**DE LUNES A VIERNES DE 19hoo p.m. a 20hoo p.m.**

**NOTICIERO ESTELAR**

**PRESENTADORES:** Rocío Cedeño

Carlos Luis Morales



**ANEXO N° 4**

**DE LUNES A VIERNES DE 19h30 p.m. a 19h45 p.m.**

**SEGMENTO ECUADOR INSÓLITO**

**PRESENTADOR:** Luis Anángo



**EMISIÓN DE NOTAS DE CRÓNICA ROJA  
EN EL SEGMENTO ECUADOR INSÓLITO**



**ANEXO N° 5**

**EN LA ACTUALIDAD**

**DE LUNES A VIERNES DE 19h30 p.m. a 20hoo p.m.**

**SEGMENTO CRÓNICA VIVA**

**PRESENTADOR: Jonatán Carrera**



**PRESENTADOR: Mauricio Ayora**



**DE LUNES A VIERNES DE 08h00 a.m. a 08h30 a.m.**

**SEGMENTO CRÓNICA VIVA**

**PRESENTADORA:** Carla Sala



## EMISIÓN DE NOTAS DE CRÓNICA ROJA



**ANEXO N° 5**

**PAUTAJE DE NOTICIAS DE TC TELEVISIÓN**

<b>PAUTA NOTICIAS</b>			
<b>SÁBADO 30 ENERO</b>			
CAMAROGRAFO	IVÁN AROCA	09H00	17H00
REPORTERO	LEONARDO FLORES	09H00	17H00
MANTENIMIENTO	ARMANDO HERRERA	09H00	15H00
<b>DOMINGO 31 ENERO</b>			
CAMAROGRAFO	CÉSAR BUSTAMANTE	09H00	17H00
REPORTERO	NICOLLE KALIL	10H00	18H00
COORDINACIÓN	ANDREA FUENTES	10H00	15H00
ARCHIVO	DELIA CHAVARREA	16H00	19H30
PRODUCTOR	JUAN C. THORET	15H00	20H00
ASISTENTE PRODUCCIÓN	DAVID RUIZ	15H00	20H00
REDACTOR	WALTER VILLARREAL	15H00	19H00
<b>TURNO MADRUGADA</b>	<b>IVÁN AROCA</b>	<b>23H00</b>	<b>07H00</b>
<b>TURNO MADRUGADA</b>	<b>LEONARDO FLORES</b>	<b>23H00</b>	<b>07H00</b>

**NOTAS DEL NOTICIERO III 22 DE OCTUBRE**

Luis Galvez, Juan Gonzalez, David Ruiz, Carlos Armanza (tctelevision.com), Jorge R

**NOTAS DEL NOTICIERO III 22 DE OCTUBRE**

BUENAS NOCHES DETALLO LAS NOTAS QUE SALIERON HOY... 22 DE OCTUBRE

**NOTAS QUE SALIERON**

PRE

VC: CHIKUNGUNYA Y ZIKA - NICOLE KALIL

VC: U.DE GQUIL INTERVENCION - JL CALDERON

PRE

VC: CIERRE DE PUENTE - STALIN GARCIA

VC: UNICEF VIOLENCIA INFANTIL - SASKIA BERMEO

VC: MUERTO EN HOTEL BABAHOYO - VANESSA PERALTA

VC: SEGUIMIENTO BALACERA BASTION - LFERNANDO

NL+D: FISCAL INVESTIGACION - ANANGONO

VC: POLICIA CORRUPTO - LIPSIA ALAVA

NL+D: ESLABON R.P CUENCA -

VC: REPORTAJE BALACERA NARANJAL - JRENDON

( OJO ESTA NOTA LA VAN A REEDITAR LEO FLORES )

O PRE

NOTA NUEVA

O PRE

CONVENIO ARTES TELÉGRAFO

ATENTOS CON LOS OPENINGS Y PONER SIEMPRE LA CLAQUETA PREMIOS ITV

GRACIAS...

**Juan Carlos Thoret A.**

Productor de Noticias

TC Televisión me canal

Calle Abel Fomero Castillo 3 Av. de las Americas

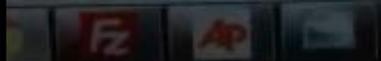
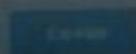
Guayaquil Ecuador

Fon. + 593 (4) 6003030 Ext. 3127

[www.tctv.com](http://www.tctv.com)



Sans Serif



**ANEXO N° 6**  
**MASTER AL MOMENTO DE EMISIÓN NOTICIERO MEDIO**  
**DÍA**

