

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

SEDE ECUADOR

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA 2009 - 2011

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN**

RUTINAS AL INTERIOR DE LA SALA DE REDACCIÓN: CASO ECUAVISA

MÓNICA QUIROLA CEVALLOS

DICIEMBRE 2013

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

SEDE ECUADOR

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA 2009-2011

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN**

RUTINAS AL INTERIOR DE LA SALA DE REDACCIÓN: CASO ECUAVISA

MÓNICA QUIROLA CEVALLOS

ASESOR DE TESIS: MAURO CERBINO

LECTORAS: ISABEL RAMOS

NORMA MALUF

DICIEMBRE 2013

DEDICATORIA

A mis padres Igor y Mónica y a mi hermano Andrés, con todo el amor de siempre.

Este estudio representa una aproximación sobre el trabajo periodístico, sus desafíos, sus retos y dificultades, pero también sus grandes recompensas.

A mis colegas periodistas por colaborar con esta investigación.

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos, primero a Dios por acompañarme en cada momento de este proceso. Agradezco de manera especial a todos quienes colaboraron con la construcción de este trabajo que refleja las rutinas diarias de los periodistas, sobre todo quienes trabajan en un medio tan fascinante como es la televisión.

Un agradecimiento especial a mis padres y hermano, por el apoyo, la paciencia y por no dejar de creer en mí.

A mi tutor, Mauro Cerbino por su guía académica, y de manera especial a mis colegas que confiaron en mí y accedieron a contarme sus pensamientos y experiencias con esta sacrificada pero maravillosa profesión.

Es mi compromiso agradecer a la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), por incentivar al debate de temas relevantes para una sociedad cambiante.

ÍNDICE

Contenido	Páginas
RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO I.....	20
EL DISCURSO TELEVISIVO Y LA CONSTRUCCIÓN DE NOTICIAS.....	20
El poder de la televisión.....	20
Tratamiento de la noticia.....	25
La construcción de la noticia / el Newsmaking.....	28
La Agenda Setting.....	29
La agenda de los medios.....	32
Construcción de la Agenda Setting al interior de Ecuavisa.....	42
La esencia de cada noticiero.....	42
De lo planificado a lo coyuntural.....	46
CAPÍTULO II.....	50
LAS RUTINAS AL INTERIOR DE LA SALA DE REDACCIÓN DE ECUAVISA Y LAS LIMITACIONES EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO.....	50
Descripción de funciones.....	51
El proceso de producción de noticias.....	58
Planificación.....	60
Selección de temas.....	61
¿Una agenda repetida?.....	61
Problemas al momento de procesar las noticias.....	66
El acceso a las fuentes de información.....	69
Cuestionamientos a los periodistas.....	71
Herramientas tecnológicas y presupuesto.....	72
Coberturas especiales.....	72
Componentes del noticiero.....	79
Generalidades.....	79
Filosofía Informativa.....	80
Código de Ética de Ecuavisa.....	81
Los medios ¿grandes negocios?.....	82

CAPÍTULO III.....	86
CONTEXTO POLÍTICO DE ECUADOR, VENEZUELA, ARGENTINA Y BOLIVIA Y SUS TRATAMIENTOS MEDIATICOS.....	86
Ecuador: La relación entre Gobierno y medios privados.....	87
Venezuela: La lucha de poderes el caso RCTV.....	90
Argentina: La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.....	94
Bolivia: Hegemonía comunicacional y hegemonía política.....	97
Otras experiencias y nuevos análisis.....	100
Cuadro informativo sobre los medios en estudio.....	103
Temas prioritarios en países de conflicto.....	107
CAPÍTULO IV.....	110
CONCLUSIONES.....	110
La primicia por sobre la rigurosidad.....	110
Los periodistas como sujetos políticos.....	112
La falta de versiones oficiales.....	114
La preparación del periodista: un desafío real.....	118
Cambios claves para la supervivencia del periodismo.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119

RESUMEN

El presente estudio busca adentrarse en las rutinas periodísticas que se desarrollan al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, canal 8 en Quito, considerado uno de los medios de comunicación con mayor sintonía en el país, según empresas de monitoreo, y conocer de cerca el proceso de producción de noticias.

Bajo la mirada teórica de Pierre Bourdieu y Patrick Champagne, analizaremos la labor de cada uno de los actores al interior de la redacción, su posición en el campo, la lucha de poderes y la elección que los agentes sociales realizan en distintos ámbitos de la práctica, en este caso la redacción como un espacio de acción social.

Bajo la mirada de teóricos que han estudiado de cerca los conceptos de “agenda setting” y “news making”, estudiaremos la construcción de su agenda y cómo influye en la opinión pública la jerarquización de temas de coyuntura que finalmente son transmitidos por los espacios noticiosos del medio en estudio.

Esta investigación se realizó utilizando la etnografía como método de estudio, y la observación participante, lo que permitió tener un mayor alcance con los periodistas, quienes compartieron sus experiencias, expectativas y preocupaciones, lo que finalmente ofrece un panorama completo sobre cómo se construyen las noticias al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, sus desafíos diarios, condicionamientos y cuestionamientos en torno a los retos de su labor en la actualidad.

Finalmente revisaremos el panorama político de países como Venezuela, Argentina y Bolivia e insertaremos nuestro caso de estudio con el fin de enmarcar las dinámicas que se desarrollan al interior de sus salas de redacción, en un contexto regional caracterizado por la fuerte oposición entre medios y gobiernos.

Palabras clave, rutinas periodísticas, newsmaking, criterios de noticiabilidad, selección de la información.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad uno de los temas de mayor discusión es la relación entre el gobierno ecuatoriano y los medios de comunicación privados. Los errores no rectificados, los reportajes con información no verificada y la falta de rigurosidad en la información de los noticieros, han dado lugar a que, desde el actual régimen, se cuestionen fuertemente el trabajo del comunicador social, lo que incluso ha provocado una serie de críticas, y un constante enfrentamiento que como consecuencia pone en tela de juicio la práctica del periodismo actual.

Los enfrentamientos entre el gobierno y los medios de comunicación masiva, es un fenómeno que no solo puede verse en el Ecuador, sino también en países vecinos como Venezuela y Bolivia (Rincón, 2010). Estos gobiernos señalan a los medios de comunicación masiva como defensores de sus propios intereses al momento de informar a la sociedad, generando, a su juicio, una información parcializada y poco confiable. La permanente descalificación por parte de estos gobiernos, no solo afecta a las empresas de la comunicación, sino que abarca la labor diaria de los periodistas, los cuales día a día ven desvalorizado su trabajo.

En Venezuela, las empresas de comunicación privadas se han visto afectadas por las actitudes del gobierno del presidente Chávez, que a criterio de los periodistas que trabajan en medios privados, ha creado un clima de amedrentamiento y censura, lo que ha provocado una serie de cambios negativos y consecuentemente la falta de pluralidad en la información que reciben los venezolanos (Piña: 2010). Un caso específico fue la salida del aire de RCTV, que provocó un amplio debate nacional cuando el gobierno anunció la no renovación de su licencia para operar, acción que desde nuestra perspectiva, significó un acto de censura contra la disidencia política de ese país.

En Bolivia, con la frase “la prensa es la principal enemiga del gobierno”, el presidente Evo Morales asumió su cargo el 18 de enero de 2006. Según el Observatorio Nacional de Medios y Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación registraron 245 ataques únicamente entre octubre del 2007 y noviembre de 2008 primeros años del actual Régimen (Molina:2010).

En nuestro país, uno de los principales motivos del enfrentamiento entre gobierno y medios privados es el polémico proyecto de Ley Orgánica de Comunicación¹. Este proyecto ha desatado un debate en torno a las posibles limitaciones que traería a los periodistas al ejercer su labor. Mientras el debate se dilata, surgen cada vez más cuestionamientos al rol del comunicador.

Los periodistas no tenemos claro cuál es nuestro oficio, no somos suficientemente autocríticos, nos falta trabajar en los conceptos y en las teorías acerca de cuál es nuestra posición. En las salas de redacción pocas veces aflora el tema de responsabilidad social (Torres:2010:192)

Arturo Torres, Editor en jefe de diario El Comercio, considera que a partir de esta realidad, uno de los temas a debatirse al interior del ámbito periodístico es la importancia de la rigurosidad y de la calidad de la información, partiendo de la idea que no es únicamente la información en singular la que se difunde, sino una serie de “informaciones” que forman parte de agendas informativas construidas a partir de un previo debate de los temas más importantes para el medio sea radio, prensa o televisión.

Esta investigación se centra en la televisión como uno de los medios de más alcance, que “trabaja con lenguajes múltiples y que moviliza, en su bien diversos mensajes, multitud de códigos preexistentes” (Requena:1988:23), por lo que constituye el medio más completo en cuanto a brindar información se refiere.

El periodismo televisivo ejerce el poder de mostrar representaciones de la realidad social, por lo que, según mi experiencia al interior del medio, puedo afirmar que demanda una gran responsabilidad con la comunidad. “Desde ese punto de vista, los medios constituyen un poder simbólico que procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas”, (Thompson: 1998: 34), en cierto modo los medios posicionan a personas, símbolos y situaciones comunes en lugares de poder al ser constantemente citados y mencionados.

¹ El proyecto de Ley de Comunicación es el resultado de tres proyectos impulsados por Rolando Panchana (Asambleísta oficialista), Lourdes Tibán (Asambleísta oposición) y César Montúfar (Asambleísta Oposición). Entre los puntos más críticos del proyecto están, la creación de un consejo de regulación de medios, las medidas antimonopolio, la distribución equitativa de frecuencias, el control de la publicidad oficial, entre otros.

La inquietud por realizar la presente investigación, surgió a partir de mi trabajo al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, considerando que su noticiero goza de gran sintonía a nivel nacional –según la Agencia de Monitoreo IBOPE, el 57% de ciudadanía entre 18 y 45 años de edad, prefiere el noticiero Televistazo en su horario estelar para informarse–, resulta relevante conocer los procesos de producción de noticias al interior de un medio privado, sus representaciones y las dinámicas que diariamente se ponen en práctica.

Trabajo de campo al interior de Ecuavisa

A partir de mi ingreso como asistente de producción, posteriormente redactora, reportera y presentadora de noticias, surgió la idea de iniciar esta investigación con el fin de transparentar las rutinas periodísticas al interior de la sala de redacción de Ecuavisa obedeciendo a la coyuntura actual y el desgaste que sufre la imagen del periodista ecuatoriano.

Este trabajo se centra en analizar las dinámicas de cada uno de los actores y mediante las entrevistas realizadas a los periodistas, analizar sus rutinas y reflejar sus condicionamientos. Se analizó también en qué circunstancias las noticias llegan a ser editadas o cortadas obedeciendo a formatos previamente establecidos que obedecen al medio en este caso la televisión.

Al pensar en cómo se construyen las noticias al interior de la sala de redacción de un canal de televisión, me cuestioné el porqué sería relevante esta investigación y pensé en la posibilidad de revelar cada uno de los procesos que se manejan al interior de un canal masivo, tomando en cuenta la importancia de la imagen, los criterios de noticiabilidad (Martini, 2000), la jerarquización de noticias, la edición de reportajes, y sobre todo la intención del producto final.

La pregunta de investigación es ¿Cómo se construyen las noticias al interior de la sala de redacción de Ecuavisa?, y a partir de esta pregunta surgen más interrogantes secundarias como ¿bajo qué criterios se determina la jerarquización de noticias?, ¿Se monitorean otros medios para realizar la agenda setting? y ¿cuáles son las condiciones en las que desarrollan su trabajo los periodistas?.

En este contexto, es necesario conocer las rutinas de un medio televisivo, y retomo la teoría social de Bourdieu, en la cual, la sala de redacción se podría comparar con un campo de acción en donde cada actor se convierte en un agente social que forma parte importante de las dinámicas periodísticas. “El habitus es ese principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en un estilo de vida unitario, es decir un conjunto unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas” (Bourdieu:1984:67).

La teoría de Bourdieu describe las tomas de posición y lucha de poderes y la elección que los agentes sociales realizan en distintos ámbitos de la práctica, en este caso la redacción como un espacio de acción social.

Los actores al interior de la sala de redacción, se relacionan con los agentes sociales que interactúan en un espacio y la posición de cada uno define su distinción con el otro, según la teoría de Bourdieu. En un campo en el que se establecen jerarquías, y los miembros de un departamento buscan luchar por su espacio (como sucede en la sala de redacción), deben también cumplir con las condiciones que este espacio exige tácitamente.

En relación a las rutinas periodísticas retomo la teoría de Mauro Wolf al referirse al trabajo del periodista y la “distorsión involuntaria” que provoca en la información al obedecer a influencias externas vinculadas a las prácticas sociales, a las rutinas y formatos y sobre todo a los valores compartidos e interiorizados sobre las modalidades de desarrollar el oficio de informar (Wolf:1981:277).

Uno de los conceptos más importantes de mi investigación es el de “agenda setting”, y retomando la teoría de Maxwell McCombs, que surge a partir de un análisis de contenido de los medios de comunicación en el año 1968 en época de elecciones, el autor estudió la influencia de los medios de comunicación en la decisión final de los votantes. A partir de este hecho, McCombs pretendía saber cuál era la relación entre las coberturas de los medios de comunicación y su influencia en la agenda pública, el autor descubre la relación entre la agenda pública y la agenda de los medios y cómo se escogen los temas que se incluyen diariamente en los noticieros.

Objetivos:

Objetivo general:

- Identificar cómo se construyen las noticias al interior de la sala de redacción de Ecuavisa

Objetivos específicos:

- Analizar el discurso televisivo y la construcción de noticias.
- Estudiar las rutinas al interior de la sala de redacción de Ecuavisa.
- Insertar esta investigación en el contexto de las discusiones que se están desarrollando en otros países latinoamericanos, para generar un marco más amplio de comprensión de la relevancia de la temática.

¿Por qué Ecuavisa?

En las últimas décadas de los '60 y '80 aparecen las primeras estaciones de televisión en el Ecuador. El primer programa de televisión salió al aire el 31 de julio de 1959 y fue transmitido por canal 4, "La Ventana de los Andes", perteneciente a la World Radio Missionary (HCJB) que después de 12 años cedió sus derechos e instalaciones a Antonio Granda Centeno en abril de 1972, lo que posteriormente sería Teleamazonas (Luz Mora:1982).

En 1960 se creó la primera empresa comercial de Televisión en el país "Telecuador", de propiedad de Organizaciones Norlop, que instaló los canales 6 de Quito y Telecuatro de Guayaquil. Sus transmisiones empezaron en 1965.

Canal 10, (TC televisión, canal incautado que actualmente está en manos del Estado), fue fundado en 1969 por Ismael Pérez y pasó a ser de propiedad del Grupo Isaías.

Canal 2 de Quito "Gamavisión" (actualmente es Gamatv, canal incautado y administrado por el Estado), se fundó en 1967, su gestor fue Gerardo Brvorich y en 1976 pasó a manos de Marcel Rivas.

El 1 de marzo de 1967, por la iniciativa de Xavier Alvarado Roca, Ecuavisa transmitió por primera vez su señal, cuyo grupo económico tiene lazos con ENSA (Editores

Nacionales S.A., la cual edita las revistas “Vistazo”, “Hogar”, “Estadio”, entre otras). SENEFELDER (Industria gráfica), entre otros. Los primeros estudios del canal se ubicaron en la cima del Cerro del Carmen, por considerarse el sitio más alto de Guayaquil, lo que lo convertía en el mejor lugar para la emisión de señales de televisión (Mora:1982:24).

En Quito, el 22 de junio de 1970 se funda Televisora Nacional Canal 8 junto con el periodista Jorge Mantilla Ortega, que transmitía su señal en la Región Sierra. Diario El Comercio mantuvo este canal como parte de su organización, cuando en 1985, Televisora Nacional canal 8 fue vendida.

Según el Observatorio de Medios, un estudio realizado en 2007, el grupo de propietarios de Diario El Comercio que es el grupo Mantilla, cuya socia y ejecutiva principal es Guadalupe Mantilla de Acquaviva, (hija de Jorge Mantilla Ortega), es socia del Banco del Pichincha, de Diners Club, dueños de Diario El Comercio, Revista Familia, Carburando, Revista Pandilla, Ecuadoradio, y Editora Offsetec.

Como se puede apreciar, los principales canales de televisión del país son parte de grandes grupos de poder económico y político en el país y quienes han defendido sus intereses y han mostrado abiertamente sus posiciones, por lo cual, no responden a objetivos netamente comunicacionales (como lo analizaremos más adelante), sino obedecen a objetivos estratégicos y definidos con el fin de aumentar sus ingresos. Los propietarios de medios de comunicación, finalmente se concentran en pocas familias que buscan sus intereses particulares antes de los generales.

Ecuavisa ha sido uno de los canales a nivel nacional que según Ibope,² con el pasar del tiempo ha mantenido a su audiencia por su programación, y el reconocimiento a periodistas de trayectoria que trabajan más de 40 años en el medio.

Según un ranking de empresas registrado en 2009 en Revista Vistazo, Ecuavisa, canal 8, se constituye una de las cadenas más grandes y más sintonizadas en el Ecuador, y figura en el puesto número 1 de los 15 canales más representativos del país según el ranking de

² Actualmente, **IBOPE TIME ECUADOR** se posiciona como el único proveedor del servicio de medición de audiencia de televisión en el mercado nacional y realiza una cobertura de, aproximadamente, el 31.4% del total país y el 48.2% de la parte urbana del país referente al VI Censo de Población y V de Vivienda de noviembre del 2001.

revista Vistazo. Los balances publicados por los cuatro primeros canales de televisión del país demuestran que Ecuavisa es el canal más grande del país.

Canal 8 de Quito se retransmite para las provincias de la Sierra, Oriente y Región Centro Norte del país: Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Napo y Pastaza. En Guayaquil, Ecuavisa se retransmite para las provincias de la Costa, zona Austral y región centro sur del país: Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos, El Oro, Bolívar, Azuay, y Loja

La señal de Ecuavisa Internacional, se transmite en Canadá, Estados Unidos, España e Italia.

Aspectos metodológicos:

Para mi investigación opté por realizar un trabajo etnográfico que me permitió un abordaje que no sólo cuenta del objeto empírico de investigación –un pueblo, una cultura, una sociedad-, sino que constituyen la interpretación/ descripción sobre “lo que el investigador vio y escuchó” (Guber, 2000:12).

Es importante señalar que previo a esta investigación, trabajé durante cinco años en Ecuavisa y conocí de cerca las rutinas al interior de la sala de redacción, lo que me permitió posteriormente ingresar sin problemas en la dinámica de los periodistas y conocer sus limitaciones y condiciones de trabajo.

Mediante la observación pude participar en distintas instancias de la cotidianidad. La presencia en el campo de investigación, me permitió formar parte de procesos de producción de noticias, viendo lo que pasaba a mi alrededor, escuchando conversaciones de cada uno de los periodistas y haciendo preguntas con el fin de transparentar las rutinas en la sala de redacción de Ecuavisa.

Como el método escogido se basa en la descripción, mi objetivo principal fue el de ser una observadora y comprender la realidad actual que viven los periodistas del medio en estudio, por ello escogí a periodistas con trayectoria, quienes realizaban investigaciones de temas importantes en ese momento, así como también a los jefes que decidían que contenidos salían finalmente al aire en los diferentes espacios de noticias.

Al inicio una de las limitaciones que pude evidenciar era notar que los periodistas no hablaban con espontaneidad conmigo al saber de mi investigación, sin embargo, con el pasar de los días, me identificaron como una periodista más y depositaron su confianza en mí. Es importante anotar que absolutamente todos los periodistas a quienes entreviste para este estudio me pidieron la reserva al solicitarles que en las grabaciones que realizaba mencionaran su nombre y cargo. Todos aducían que la información que me proporcionaban los podría perjudicar posteriormente con respecto a su trabajo en el medio.

La observación de esta investigación se enfocó en distintas temáticas relacionadas con los periodistas que aportaron con la investigación como su práctica periodista, el acceso a las fuentes, la posición del medio en el campo periodístico, como influye la toma de decisiones de los jefes del medio en estudio y como es representada la ética y responsabilidad social durante su trabajo.

Citando a Spradley (1973), en esta investigación se aplicó el método etnográfico en tres aspectos, entender los significados de las acciones y eventos que suceden al interior de la sala de redacción, la descripción exhaustiva de este proceso, y la necesidad de hacerlo de acuerdo a la opinión y parecer de los actores sociales de esta investigación.

Para este estudio, escogí a los informantes claves a entrevistar, tomando en cuenta las principales funciones de cada uno de los actores en la dinámica periodística y quienes por medio de sus experiencias, testimonios e historias podrían aportar a esta investigación.

Se realizaron entrevistas a profundidad a los siguientes informantes claves, quienes en la investigación serán identificados con las tres primeras letras de sus cargos. Ejemplo: (DIR:2011).

- 1.- Director de noticias, por ser quien define los temas principales del noticiero.
- 2.- Jefe de Asignación, por ser el responsable de delegar las coberturas a reporteros y camarógrafos.
- 3.- Coordinador de Noticias, por monitorear los hechos que se suscitan en el país y coordinar las entrevistas de los reporteros.
- 4.- Productor en línea, es el responsable de sacar el noticiero al aire, es decir en vivo y sin errores.

- 5.- Presentador de Noticias, es el anchor o “ancla”, que debe tener una buena imagen y proyectar credibilidad al momento de informar.
- 6.- Reportero principal, es el responsable de las investigaciones de temas más polémicos o relacionados con la política interna, así como relaciones internacionales y temas judiciales.
- 7.- Reportero de la comunidad, es el responsable de investigar sobre los temas más importantes de la capital y los problemas sociales.
- 8.- Redactor, escribe sin embargo, no sale en pantalla ni sale de cobertura, únicamente procesa el material grabado.
- 9.- Camarógrafo, es el video reportero, actor fundamental en un medio televisivo pues es el responsable de grabar las imágenes que posteriormente saldrán en el noticiero para ampliar las noticias.
- 10.- Asistente de cámaras, es el compañero del camarógrafo quien lo apoya en la parte logística, y es conductor del vehículo para llegar a tiempo a las coberturas.
- 11.- Editor, es el encargado de cortar las imágenes y armar los reportajes obedeciendo a los formatos, planos y tiempos para el noticiero.
- 12.- Diseñador gráfico, es el que incluye gráficos, cuadros y representaciones en los reportajes que salen en el noticiero.

Es importante remarcar que por cuestiones de confidencialidad, se hará referencia a estas entrevistas mediante los cargos y no por sus nombres particulares.

Las entrevistas resultan una información clave, no sólo por la información que en ellas se recoge, sino porque mediante ésta, la gente habla sobre lo que sabe, pero también sobre lo que piensa y cree (Spradley, 1979). Por otro lado, al momento del análisis también hay que tener en cuenta la situación de la entrevista ya que se establece una relación social y lo que dice el entrevistado se construye en ese encuentro con el entrevistador (Guber, 2006).

Estudios antecedentes

En el país se han realizado múltiples investigaciones relacionadas con el trabajo de la prensa, el discurso televisivo y la influencia de los medios de comunicación sobre las

sociedades, por lo que sería imposible cuantificar el número de trabajos académicos al respecto.

En los trabajos revisados es interesante el análisis que se realizan en distintos campos del periodismo, como por ejemplo el trabajo de Carlos Andrés Borja Cornejo, estudiante de FLACSO, Ecuador, quien analiza los discursos de los diarios El Comercio y El Universo en el marco de los hechos del 30 de septiembre de 2010, día que se dio la revuelta policial, y el discurso del Presidente de la República Rafael Correa en torno a estos hechos.

En esta investigación, el autor analiza la postura de los medios de comunicación privados frente al discurso oficial y su posición que toma lugar en la esfera política.

Otro estudio interesante es el realizado por Marjorie Zavala, de la Universidad Andina Simón Bolívar, sobre la televisión sensacionalista. En este análisis, la autora detalla la programación de TC Televisión, un canal incautado que se encuentra actualmente en manos del Estado, y detalla el consumo de imágenes violentas que tienen con relación con el contenido de un espacio noticioso de crónica roja, y la respuesta de las audiencias.

El trabajo de Rocío Verónica Orlando de FLACSO Ecuador, es también un estudio del discurso de un medio de comunicación, sin embargo, la autora realiza un análisis sobre la prensa gráfica en Argentina y Ecuador a propósito de las políticas de comunicación y los medios.

En su análisis plantea el nuevo espacio que los medios de comunicación han ocupado reemplazando así a las instituciones democráticas, como los organismos de control y entidades de justicia. A su criterio, los medios de comunicación han proclamado su condición de cuarto poder logrando así que el discurso político se vuelva cada vez más mediático.

El trabajo de Laura Patricia Sandoval Jiménez, de FLACSO, Ecuador, hace un análisis sobre los conceptos de “objetivo y censura” en el oficio del periodista y sus representaciones sociales.

En este estudio, la autora, también incluye como parte de su análisis a los condicionamientos que tienen los periodistas al ejercer su trabajo y la incidencia de la relación Gobierno-medios que se registra actualmente en nuestro país.

Otra investigación que tiene relación con el periodismo desde otra arista, es el trabajo de María de los Ángeles Cardona Alvear de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, que se refiere a “La situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador: sus ventajas y desventajas desde el enfoque de género y la comunicación” que hace una reflexión sobre la presencia femenina en los medios de comunicación y su discurso a partir de las condiciones en las que se desenvuelven, y el desequilibrio en las relaciones de género.

Al momento de buscar estudios antecedentes sobre las rutinas al interior de salas de redacción, lo que encontramos son análisis del trabajo de los medios de comunicación enmarcado en distintos hechos de coyuntura, o relacionados con fenómenos sociales, y aunque si encontramos análisis de discursos televisivos, ninguno se basa en las rutinas periodísticas de Ecuavisa, como uno de los medios más populares del país, y que, según las empresas publicitarias y como lo expondremos en el siguiente capítulo, cuenta con gran sintonía sobre todo en sus programas noticiosos.

Los capítulos

La importancia de esta investigación es la de analizar y estudiar las rutinas que se utilizan al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, con el fin de conocer en qué medida se cumplen los objetivos previamente planteados por el mismo medio como valores principales y el deber de informar de forma “transparente y objetiva” como su visión de empresa. Por otro lado, la aparición de nuevas herramientas digitales, por un lado abren nuevos escenarios para los periodistas, y por otro lado dan lugar a errores que podrían arrojar información distorsionada.

Las prácticas periodísticas al interior de Ecuavisa han sido aceptadas por sus colaboradores al punto de adaptarse sin reparos a los mecanismos que podrían afectar la calidad de información que se proporciona a la sociedad en general. Las prácticas periodísticas han sido cuestionadas por teóricos como rutinas repetidas y marcadas que son utilizadas por todo el personal de un medio para realizar su trabajo (Shoemaker y Reese:1991).

Estos autores también plantean también que estas rutinas son la respuesta a dos realidades: la existencia de un suministro infinito de material potencial en bruto y la necesidad de una mejor organización con los trabajadores.

Otro cuestionamiento es que los periodistas no han inventado nuevos métodos para reportear los temas de coyuntura, lo que obliga a utilizar los mismos procedimientos de operación y en ocasiones utilizar las mismas fuentes de información. (Fishman:1980).

A partir de analizar el impacto de la televisión y sus inicios en el Ecuador, en el primer capítulo se estudian las rutinas y cómo se construyen las noticias al interior de la sala de redacción de Ecuavisa.

En el segundo capítulo se estudian los principales conceptos para la investigación como “agenda setting”, y “news making”, como punto de partida del trabajo de campo en el análisis de la construcción de la agenda noticiosa, y reflexiones acerca de los condicionamientos con los que los periodistas realizan su trabajo.

En el tercer capítulo, se analizarán la construcción de noticias, la elaboración de la agenda al interior de medios privados de América Latina, con el fin de insertar el caso de Ecuavisa en un contexto latinoamericano.

Finalmente se exponen las principales conclusiones del trabajo de investigación que nos ofrece un panorama completo sobre cómo se construyen las noticias al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, sus deficiencias y retos pendientes.

CAPITULO I

EL DISCURSO TELEVISIVO Y LA CONSTRUCCIÓN DE NOTICIAS

Para entender cómo se desarrollan las rutinas al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, es necesario primero analizar a la televisión como medio masivo, los elementos que existen para informar a la ciudadanía y qué se toma en cuenta para identificar una noticia que será posteriormente transmitida a la ciudadanía.

En este capítulo además, se estudiará el discurso televisivo, los elementos de la noticia y la construcción de la agenda al interior de la sala de redacción.

Los conceptos más importantes de esta primera parte son, *agenda setting*, y *newsmaking*, como elementos fundamentales para esta investigación.

El poder de la televisión

La televisión es, sin duda, uno de los medios de mayor alcance y efectividad comunicacional, por llegar al público a través de imágenes.

Coincidiendo con Giovanni Sartori, la televisión llegó a alterar el equilibrio que a su criterio se reflejaba en la radio y en la prensa escrita en relación a la opinión pública. Cuando los periódicos plasman la opinión pública “heterodirigida” se traducía en la opinión autónoma y opiniones heterónomas. La radio tampoco alteró este equilibrio de forma sustancial, sin embargo la televisión llegó a suplantar la reflexión por la imagen.

La televisión se caracteriza por una cosa: entretiene, relaja y divierte (...), cultiva al homo ludens. Pero la televisión invade toda nuestra vida, se afirma incluso como un demiurgo. Después de haber formado a los niños, continúa formando, o de algún modo influenciando, a los adultos por medio de la información (Sartori,1993:316).

La televisión es un medio rápido de comunicación, que tiende a la simplificación. Al momento de informar, se debe tomar en cuenta que en tan solo minuto y medio se deben contar noticias de última hora, para lo cual el apoyo de la imagen es esencial. Como dice el viejo refrán “una imagen vale más que mil palabras”. Esta peculiaridad va a ser determinante en cuanto al discurso televisivo.

Para lograr el resultado mencionado, ha de existir coherencia y simultaneidad entre lo que se dice y lo que se muestra. Como medio inmediato, puede transmitir noticias mientras se están produciendo, empleando los recursos de la comunicación instantánea de un reportero que brinda información en tiempo real.

Según uno de los reporteros con más de quince años de experiencia, la televisión es el medio más impactante porque muestra imágenes. A su criterio, nadie puede truncar una imagen pues representa una realidad que el televidente lo capta en un instante.

Es decir, lo que tú estás viendo no puedes cambiarlo, entonces a la gente generalmente le interesa ver lo que pasó, ver, no escuchar, entonces tú puedes escuchar pero no te provoca la misma sensación que verlo, es quizás por eso que tiene un mayor plus el medio televisivo., sin embargo, si tú tienes una nota mal contada, visualmente no es atractiva entonces pierdes el plus de la televisión, entonces yo creo que los periodistas estamos obligados a ser todos los días creativos (REP:2011).

La televisión muestra en imágenes lo que ocurrió en relación a un hecho noticioso, sin embargo, a diferencia de la radio, medio con el que comparte la simultaneidad informativa, la televisión requiere la creación de un ambiente acorde con el contenido que se ofrece. Las escenografías, tanto en estudios como en exteriores, se realizan en función de planos, colores, formas, ambientes, y demás elementos que se integran para recrear la realidad.

Por otro lado, la radio, acude a la imaginación del oyente, que crea su propio entorno para ubicar la información que esté recibiendo, y estimula la fantasía del televidente, al propiciarle un “traslado imaginativo” al escenario que recibe audiovisualmente con el máximo de detalles.

Cuando hacemos una comparación entre la radio y la televisión, retomamos el trabajo de Rosalía Winocur, en el que analiza la relación “indisoluble” que tienen los medios de comunicación con las prácticas cotidianas y la organización de la vida doméstica.

Encender el televisor o la radio puede significar muchas cosas, desde “ya llegué a casa” o “necesito compañía”, “no quiero escuchar la pelea del vecino” o “ya es hora de buscar a los niños de la escuela” (Winocur,2002:32).

Esta teoría sobre la relación entre la gente y la radio o la televisión, nos sitúa en el contexto diario familiar y cómo esa experiencia de interacción entre sus contenidos y la rutina de las personas articula la dimensión de local con lo global, el espacio privado con el público, y finalmente la esfera doméstica con el poder.

Regresando al tema de entretener como uno de los principales objetivos de la televisión, para cumplir el propósito de “entretener”, la televisión está obligada a experimentar con la duración de los tiempos de los programas, a fin de evitar que su audiencia se aburra con la reiteración de los mensajes e imágenes que recibe, y para esto es preciso encontrar un correcto equilibrio en la dinámica entre el discurso verbal y el discurso visual, interacción con que se estructura el discurso televisivo, orientado a provocar un impacto sensorial en los televidentes:

Existen dos funciones centrales de la palabra ante la imagen: la función de anclaje para limitar la dispersión de significados, ayudando a denominar y orientando hacia las connotaciones deseadas; y la función de relevo, que ocurre más bien en mensajes narrativos, en los cuales la imagen y la palabra se alternan para entregar la información que hace progresar la acción (Barthes,2009:90).

Lo que Barthes califica como “función de anclaje” permite inferir en que los telespectadores construyan una percepción de continuidad a través del montaje de imágenes y sonidos, con el fin de que no se alejen físicamente de la televisión. Si el televidente se aleja del equipo su comprensión de la información que recibe disminuirá considerablemente, pues estará únicamente escuchando lo que se dice, mas no viendo, y perderá más de la mitad del mensaje transmitido.

Para Imbert (2008), desde la construcción de su discurso la televisión es “un lugar donde se proyecta el imaginario colectivo (...), un depósito de representaciones, reflejo del inconsciente social, donde vienen a parar los pequeños miedos y los grandes pánicos, los deseos secretos, los sueños más etéreos y una cierta dosis de pulsiones inconfesables y que recoge toda las tensiones sociales”.

Antes de analizar el concepto de noticia y los criterios de noticiabilidad, es importante señalar la importancia de la reconfiguración que tienen los medios por los cuales la audiencia puede informarse.

No únicamente la radio, la televisión y la prensa son fuentes de información, pues en la actualidad, el internet y la televisión por cable abren un nuevo frente que da como resultado una fragmentación de la audiencia hacia nuevas formas de consumo que también proporcionan información, y sobre todo: instantánea.

Las redes sociales como Facebook y Twitter ofrecen la oportunidad de que el ciudadano común se convierta en un reportero callejero, lo que le permite ser un actor activo en el proceso de comunicación.

Así como varían los canales por los cuales fluye información, varían también las rutinas de los periodistas, como lo señala Miguel Tuñez López, como parte de la obra “nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas”.

El aumento de la oferta desde los medios y las organizaciones, y la constante actividad de los ciudadanos como proveedores/elaboradores de información, provocan un estado próximo a la saturación informativa. Ahora ya no es posible atender todas las propuestas informativas que cada día se lanzan en canales o soportes a los que tenemos acceso cada uno de nosotros como individuos, lo que revaloriza la necesidad de la figura de un mediador entre el relato informativo y su audiencia. Esta función, junto a la actitud de contar e interpretar con honestidad lo que ocurre, son premisas básicas de la actividad periodística. Y las fuentes han asumido que gestionar comunicación ha de ser gestionar credibilidad (Túñez, 2007: 53).

En el segundo capítulo de este estudio nos centraremos en las rutinas y procesos de producción de noticias al interior de la sala de redacción de Ecuavisa y analizaremos también los cambios se han impuesto en la labor de los comunicadores con la implementación de las nuevas herramientas digitales.

¿Qué es la noticia?

La misión de informar, que ha de cumplir la televisión, se concreta mediante la elaboración –redacción- y emisión de noticias en espacios específicos denominados de diversos modos: noticiarios, telediarios, boletines de noticias, boletines informativos, etc.

Retomando el trabajo de Stella Martini (2000), la noticia es fruto de la construcción de un acontecimiento a cargo de periodistas y cuya inmediatez, novedad e implicaciones sobre la ciudadanía hacen que sea reconocida públicamente.

Las noticias serían el producto de la selección y el control y de las formas de procesamiento que responden a “instrucciones” de la empresa y a actitudes y valores consensuados o al menos aceptados y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (Martini,2000:35).

Según el director de noticias de Ecuavisa, la noticia es el acontecimiento inmediato, de interés general y que afecta a la sociedad.

Al identificar que un hecho es noticia, debemos reaccionar en cuestión de segundos, siempre pensando en la inmediatez, claro que la radio y las redes sociales podrían adelantarse al momento de informar, pues la televisión necesita de imágenes y por ello, procesar la noticia televisiva demora más que otros medios (DIR:2011).

Como señala el director de Noticias de Ecuavisa, cuando se registra un hecho de interés general que debe ser difundido al instante, medios como por ejemplo, la radio y herramientas tecnológicas como las redes sociales, lo difunden segundos después de que haya sucedido, al contrario de la televisión que sigue un proceso más largo (como lo analizaremos en el siguiente capítulo), para informar lo que está sucediendo.

Ahora, ¿cómo identificar que un hecho es o no noticia?, ¿cómo saber que es noticia y que no?, ¿Cuáles son los criterios de noticiabilidad?. En este tema, Martini señala que hay valores imprescindibles que identificar en una noticia como lo es la relevancia, el ocuparse de los temas coyunturales que atraviesan la sociedad. La importancia del hecho determina la calidad al momento de seleccionar la noticia. Martini lo resume de la siguiente manera:

En pocas palabras, la noticia que aparece en más medios es más noticiosa que aquella que aparece sólo en uno, salvo en el caso de una noticia exclusiva o primicia, y cuánto más coincidan los medios en la selección de la misma información, mayor será su efecto sobre la opinión pública (Martini, 2000:34).

Esta interpretación de Martini se aplica en los canales de televisión, cuando se producen incluso especiales de una noticia, o programas especiales en torno a un solo hecho, eso provoca que se interprete al medio como competente y profesional.

Retomando el trabajo de Sergio Quiroga, (2000:5) sobre su estudio en relación a la producción de noticias en CTC, CANAL 2 de Argentina, los criterios de noticiabilidad están dadas por la importancia y el significado del acontecimiento respecto a la evolución futura de un determinado hecho o situación, la accesibilidad del acontecimiento a los

periodistas, y la fuerza actividad de las fuentes, como tres de los aspectos más importantes aspectos para identificar la noticiabilidad de un hecho.

Tratamiento de la noticia

Como todos los restantes contenidos, existen significativas diferencias en cuanto al tratamiento noticioso por parte de la televisión a como lo hacen otros medios de comunicación (prensa escrita, radio). Esto, a pesar de que sí existen principios básicos comunes a toda la acción informativa con independencia de su soporte, como son los de objetividad, imparcialidad, contraste de las fuentes, transparencia, y demás elementos que determinan la calidad comunicativa del mensaje informativo, así como su efecto en quienes se le destina.

La noticia televisiva se caracteriza por la conjunción entre sus contenidos semántico y semiótico; esto es: entre la construcción gramatical del mensaje –a través del texto con que se narra la noticia- y los elementos visuales con los que se ilustra y demuestra –a través de imágenes y componentes simbólicos en general- el hecho noticioso en pleno desarrollo. De modo que, en términos humanos, el binomio periodístico formado por el redactor -o reportero- y el camarógrafo –o reportero gráfico- es indispensable en el empeño de captar noticias para la televisión, pero tal es el peso de la imagen, que en ocasiones solo el reportero gráfico actúa en la escena, y luego lleva su material a la redacción, donde los redactores completan la labor noticiosa, aportando el mensaje previa consulta a las fuentes.

La clave de un buen periodismo son los buenos periodistas –preparados, dedicados, cuidadosos, analíticos y libres de prejuicios o preconcepciones de lo que es el mundo. Las noticias por televisión no son un espejo para que se mire al mundo. Reporteros, productores y editores seleccionan lo que se reportará, en qué medida se reportará y de qué manera (Lewis:1994: 96).

Debido a sus componentes textual y visual, la noticia en televisión adquiere una dimensión integradora, necesaria para llevar al televidente la comprensión cabal sobre la información que se le quiere transmitir. La noticia, como género periodístico, se caracteriza por ser breve, precisa, concisa, y en el caso de la televisión, además, por utilizar recursos como imágenes, gráficos, fotografías, animaciones, etc.

En televisión la noticia se basa en imágenes en movimiento con una duración de unos tres segundos en cada plano, para continuar a la siguiente imagen, y la voz del periodista en off, relatando el suceso noticioso que se transmite. Para Mariano Cebrián la memoria auditiva es menos sensible que la visual, de ahí la importancia que tiene en televisión la búsqueda de las imágenes de impacto, indelebles, de tatuaje, para que persistan en el telespectador (Cebrián, 1998: 18).

Esta condición ha de ser muy considerada al momento de diseñar el espacio noticioso televisivo, o telenoticiario. A diferencia de lo que ocurre con la prensa plana, donde el lector puede ojear las páginas del diario en busca del tema de su preferencia, por el cual comenzará la lectura, el televidente es un simple espectador que recibe el producto televisivo como fue diseñado por la producción del canal en cuestión, cuyos criterios de prioridad estarán regidos no solo por aspectos técnicos profesionales, sino también por intereses políticos, económicos, empresariales, y de muy otra diversa índole. Son estos intereses los que, en definitiva, van a decidir respecto al tratamiento de la programación en general, y de los espacios noticiosos en particular.

Lo anterior es una de las razones del porqué, aun cuando en el resumen informativo de apertura se citen los titulares de las noticias de mayor relevancia – conformándose lo que, en similitud, equivaldría a la primera página de un diario-, luego se comenzará la transmisión con sucesos de gran impacto y sensacionalismo – como los hechos de la crónica roja-, que capten la atención de la teleaudiencia y les impidan cambiar de canal. En el caso de Ecuavisa –y como lo estudiaremos más adelante- los temas prioritarios están relacionados con la política y la economía.

Otra de las características más significativas de la noticia televisiva es su inmediatez, de forma que habitualmente en los telediarios se hacen pases desde la cabina de transmisión a los escenarios donde los reporteros captan en directo los hechos en franco desarrollo. Sucesos espectaculares de contenido social, policial, bélico, político, y de cualquier otro contenido, son así puestos de inmediato al servicio de la teleaudiencia con imagen y sonido, lo cual no puede hacer ningún otro medio de comunicación de masas. De tal modo, lo trascendental de la noticia televisiva es su capacidad para transmitir lo que está ocurriendo, y no como hace la prensa escrita, que solo puede mostrar lo ya acontecido.

Una de las críticas que recibe la teoría de agenda setting, es el análisis del español Lorenzo Vilches, en el libro “*La Televisión*”, en el que enumera sus argumentos por los que a su criterio la televisión sostiene una baja capacidad para lograr efectos favorables de agenda setting.

El ritmo rápido de la televisión, hace que las noticias sean breves, dispersas y fragmentadas en el tiempo, dificultando la formación de una agenda que permita una lectura adecuada de la audiencia. En la televisión, los contenidos son difícilmente valorados y además es imposible una mayor detención o elección de un ítem de lectura (Vilches,1993:118).

A fin de mantener un nivel de coherencia y organicidad en medio de la dinámica de los telediarios, las noticias se agrupan y ofrecen a la teleaudiencia por bloques, que son segmentos noticiosos comprendidos entre cortes comerciales. Así ocurre con los temas políticos, internacionales, deportivos, culturales, y de otra índole. El manejo de bloques de noticias permite situar una información poco trascendente dentro de un conjunto de mayor impacto, pero con el que comparte una temática afín, sin que por ello decaiga el interés de la teleaudiencia cuando reciba dicho tema banal.

Al dar forma al bloque de noticias, el productor deberá dar variedad a la presentación y el tono, a través de cambios graduales dentro del bloque mismo (...) El tono parte de lo dramático y lo tenso y llega a la cotidianidad, pero sigue una lógica y tiene un sentido evidente, que se revela con el ritmo estructural del bloque (Lewis, 1994: 96).

Sin embargo, el gran riesgo que corre en la actualidad el afán noticioso televisivo es la falta de rigurosidad, por la inmediatez y por la fácil circulación de información incluso por las redes sociales. Con el fin de generar más información, de ganar atractivos para un determinado público –que en ocasiones puede considerarse mayoritario-, se acude a propuestas sensacionalistas y carentes de racionalidad, con lo cual la labor periodística informativa pierde su esencia y se convierte en un sainete divertido. Con semejantes resultados la noticia televisiva no podrá ser jamás un referente histórico, y el medio mismo pudiera terminar en la más profunda crisis de superficialidad y pérdida de credibilidad.

Según el director regional de Ecuavisa, uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los periodistas es la falta de tiempo para investigar los considerados “grandes temas”.

Uno de los grandes problemas que está atravesando el periodismo, es sacar tiempo para que con cabeza fría se puedan investigar los temas, lo que están luchando es por la primicia, por tener impacto en la nota, no importa si le van haciendo daño a medio mundo, quieren ser primeros en informar pero no respetan cuestiones legales, constitucionales, que tú verifiques, que confirmes, que tengas la otra versión, pero por el afán de ganar a la competencia y de ser primero están contando cualquier versión que se les da en el micrófono o en la cámara (DIR:2011).

Uno de los aspectos esenciales a tener en cuenta al realizar el tratamiento de los hechos noticiosos es asegurarse de que estos estén incluidos en la categoría de “problema más importante” para el entorno social al cual se dirige la comunicación informativa. Para la determinación de este importante factor se realizan investigaciones de opinión pública por parte de agencias especializadas, que brindan sus servicios a los órganos de prensa, y que en general pueden pertenecer a ellos.

La construcción de la noticia / el newsmaking:

Para poder realizar un análisis de la construcción de las noticias al interior de Ecuavisa fue fundamental realizar un trabajo de etnografía en la sala de redacción que, mediante la observación directa, me permitió acceder a tanto a las rutinas como a los momentos y de las fases de crisis. La observación sistemática posibilitó dar cuenta de detalles significativos del proceso de construcción de las noticias.

A medida que va obteniendo los datos, se reinterpretan y se formulan nuevas hipótesis sobre determinadas relaciones entre los conceptos generales y los fenómenos observados (Guber, 2001), y es justamente en este doble proceso de observación y de interpretación cuando se abre la posibilidad de construir y de enriquecer la teoría.

Retomando la teoría del cubano Frank González, presidente de Agencia Prensa Latina de Cuba, la elaboración o construcción de noticias, representa un proceso complejo de construcciones simbólicas, cuya intencionalidad se condiciona por las relaciones de poder.

Los periodistas, las estructuras organizativas de los medios y sus rutinas productivas, la influencia de fuerzas externas y la ideología son los factores que intervienen en ese proceso de construcción de la realidad a través del cual la denominada comunicación de masas participa en la

organización, producción y reproducción de las sociedades (González,2010:19).

En este proceso que a continuación analizaremos comenzando por el concepto de “agenda setting” y sus teorías, la intencionalidad editorial del medio influye en la construcción de su agenda al jerarquizar los temas y así establecer criterios propios de noticiabilidad como parte de las funciones de los directores de noticias y de quienes toman las decisiones más importantes en la sala de redacción.

La Agenda Setting:

Con este nombre se designa genéricamente al conjunto de estudios contemporáneos relacionados con una serie de noticias que influyen la opinión pública. Es una teoría en la que se conjugan dos tendencias de estudio: la sociológica y la específicamente comunicativa, proponiendo un análisis de los emisores y sobre los procesos productivos en las comunicaciones de masas.

A continuación realizaremos un análisis de las teorías de autores latinoamericanos y estadounidenses que enuncian distintas maneras de definir el concepto de “agenda setting”, palabra que traducida al español se refiere a la construcción de una agenda, o la jerarquización de informaciones que finalmente se mostrarán a la audiencia.

Retomando el análisis de Esteban López Escobar, con la teoría de agenda-setting se consolidó un método empírico que buscaba mostrar cómo los medios de comunicación transferían a sus audiencia la lista de “temas” jerarquizada según su criterio sobre cuáles serían los “problemas” que podrían interesar a la audiencia, sin embargo, señala que sin duda los medios dicen sobre qué hay que pensar.

Con la Teoría de la agenda-setting se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias (López-Escobar,1996:9).

Según Mauro Wolf (1996), uno de los resultados más significativos, es el de desideologizar el análisis y el debate sobre las comunicaciones de masas en general, y en

relación al sector de la información en particular, provocando una mayor atención hacia las evidencias proporcionadas por el trabajo del investigador.

Hablar de Agenda Setting como anglicismo, es hablar de un conjunto de temas que han sido seleccionados por los medios, sobre la base de una teoría según la cual se escoge el índice de temas que conformarán la agenda del público, donde los individuos agrupan los que consideran más destacados. De tal modo se considera que los temas que son relevantes para los medios se convierten en temas también importantes para el público. En correspondencia, Walter Lippman (1922) señala que “los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes”.

La Agenda Setting pretende incursionar en el modo en que se produce la transferencia de prioridades entre los medios y el público, así como en cuanto al énfasis otorgado a cada uno de los temas. Con esta teoría se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad.

En televisión, la Agenda Setting se define por varios aspectos. Primero, por la coyuntura, dado que la noticia debe ser difundida de forma inmediata para su conocimiento por parte de la ciudadanía. Pero existen otros aspectos, como el estudio de audiencias, para saber qué temas son los que la gente desea poner sobre la mesa. Para este estudio generalmente se realizan sondeos o cuestionarios sobre los temas prioritarios. El otro aspecto (esencial en televisión y que se emplea para medir la popularidad de determinado programa) lo conforman los estudios de opinión, o “ratings”, obtenidos mediante encuestas por parte de empresas dedicadas a la investigación sociológica referida a los medios.

Diversos autores nominan de formas diferentes al mismo proceso que se da en la actualidad de la comunicación de masas. Según el estructural-funcionalismo se trata de la "tematización de la realidad" o "fenómeno de tematización", proceso que unos consideran identificable con la Agenda Setting, aunque desde una perspectiva más profunda, mientras que para otros son cuestiones diferentes, pero relacionadas entre sí.

Agostini (1984) mantiene que la Teoría de la agenda y la tematización no son lo mismo:

Nuestra línea es más compleja. Para poder hablar de tematización no basta con saber cómo es la relación que existe entre "los diez problemas más importantes de un momento" -definiendo sólo sus nombres y etiquetas- establecidos entre los medios de comunicación y la audiencia, esta línea es mucho más articulada y elaborada que la de la agenda-setting (Agostini,1984: 539).

Dentro del proceso de agenda setting, y retomando el análisis de Martin Sabaris (1999), existe un permanente contexto de negociación, en el cual los periodistas en distintos grados considerando los "valores-noticia", es decir, aquellos factores que se toman en cuenta para seleccionar los temas y el material disponible al interior de la sala de redacción como elementos que deben ser incluidos en el noticiero que finalmente saldrá al aire.

La teoría de la Agenda Setting considera tres tipos de agendas que se relacionan entre sí durante el proceso comunicativo:

Figura 3: Principales elementos del proceso de la Agenda Setting.



Fuente: Rogers, E. M. y Dearing, J. W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going? In J. A. Anderson (Ed.).

Dentro de los estudios tradicionales, el primero es el llamado "agenda-setting de los medios" ya que su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación. El segundo estudio investiga la "agenda-setting del público" midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia o público. En último lugar figura la "agenda-setting política"

distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas (Rodríguez, 2004: 17).

1. **Agenda de los Medios:** Es una de las variables más resaltadas a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparán las portadas de los medios durante un período de tiempo. El número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado (Rodríguez: 2004).

En la sala de redacción de Ecuavisa, la agenda se plantea según los temas propios como lo plantea el Director de Noticias del noticiero Televistazo.

Nosotros tratamos de evitar al máximo replicar lo que dicen los periódicos, sino tener nuestra agenda propia de temas, sino buscarle los enfoques que sean nuestros, diferentes y no sentarse y del periódico y decir “esta nota hacemos”, sino que en la medida de lo posible siempre damos prioridad a nuestros temas. Obviamente que hay temas fuertes que a veces y es innegable hacer seguimiento, pero por lo general no usamos los periódicos como fuente para planificación de temas (DIR:2011).

2. **Agenda Pública:** Este tipo de agenda se elabora basándose en la opinión de la ciudadanía en relación a cuales serian los problemas más graves o áreas prioritarias que se deberían atender como parte de sus necesidades cotidianas. Los temas que componen esta agenda dependerán del ambiente político y coyuntural en el que se encuentre la sociedad. Con los resultados que se obtengan de esta encuesta, se pretende ver la posición relativa que tiene un tema o varios en la agenda del público (Rodríguez:2004).

3. **Agenda Política:** En el caso de Ecuavisa, una de las agendas prioritarias a trabajar es la agenda política y se traduce en la posición del Regimen o de instituciones públicas, en torno a los temas de interés que posteriormente generan debates y discusiones en otros sectores sociales. Este tipo de agenda es la que tendría más influencia en la opinión pública como lo explica Esteban Rodríguez:

La agenda política (policy agenda), o también denominada institucional, es la tercera de las agendas que figura dentro del proceso que analizamos, aunque los estudios realizados sobre esta son mucho menos. Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública” (Rodríguez:2004).

Para el Director Regional de Ecuavisa, el contenido total de los noticieros está compuesto en su gran mayoría por temas políticos y económicos y asegura que los temas sociales son tratados en otros espacios.

Cuando pones en la balanza pesa un poco más lo político y si le sumas lo económico a veces el noticiero resulta un poco denso, tiene diversidad, por eso la clase media lo ve como su noticiero ideal, pero al final del camino, son noticias que no pueden estar afectando los intereses ni del empresario ni de los amigos del empresario (DIR:2011).

En la sala de redacción de Ecuavisa son diversas agendas las que se construyen diariamente. La primera obedece a temas de seguimiento en la coyuntura política, la segunda responde a los sucesos del día relacionados con temas de inseguridad, economía y problemas sociales y la tercera se construye a partir de temas propios de interés que son propuestas de los directores generales y periodistas.

En el paso muchas veces, en el día a día, se te aparecen temas que no planificaste, que los cuentas a la mesa de asignación vía teléfono y resulta relevante. Te pueden desviar del tema que te dieron, o del tema que tú estás trabajando pero son temas de coyuntura que mañana pueden incluso tener otros medios, es decir, pasan un sinnúmero de cosas en cuanto a la agenda informativa (REP: 2011).

Dentro del estudio del tipo de agendas que se toman en cuenta al momento de construir la jerarquización de noticias al interior de un medio, retomamos el trabajo de Ana María Miralles, quien analiza la posibilidad de incluir a los ciudadanos comunes en la agenda informativa.

El periodismo tradicional, al trabajar con la noticia como el modelo central para la transmisión de informaciones, presente los hechos distantes de las necesidades de los lectores, telespectadores y radioescuchas, además de que la noticia, es una historia que ya pasó o que está sucediendo, pero los ciudadanos sólo pueden interactuar a partir de formas de pseudo participación como las llamadas telefónicas, o sondeos para responder con un “sí” o un “no” (Miralles, 2002:34-35).

Aunque es innegable que la construcción de la agenda de cada medio se centra en los temas de interés público, sin embargo, los intereses particulares ponen en tela de juicio el verdadero compromiso del oficio de periodista.

A continuación analizaremos la siguiente figura que muestra un ejemplo de la correlación que existe entre la agenda de los medios y la pública, en un entorno informativo determinado.

Los catorce temas de la lista identifican asuntos que los ciudadanos estadounidenses consideraron de mayor impacto durante una encuesta realizada a nivel nacional. Por otro lado, las revistas Time, Newsweek y U. S. News se emplearon para el análisis de contenido en los medios (frecuencia y cantidad de artículo publicados, referidos a cada tema). Los resultados demuestran una alta relación entre la cobertura que realizaron los medios y las expectativas de la audiencia, especialmente en temas como la guerra del Vietnam, problemas raciales, problemas universitarios, inflación, y otros:

Figura 4: Correlación entre elementos básicos de la Agenda Setting.

Temas	AGENDA DEL MEDIO	AGENDA PÚBLICA
	(por número de artículos aparecidos)	(el problema más importante)
1. Guerra del Vietnam	1 ^º Lugar	1 ^º Lugar
2. Disturbios raciales y urbanos	2 ^º	2 ^º
3. Revueltas universitarias	3 ^º	4 ^º
4. Inflación	4 ^º	5 ^º
5. Violencia en los m. de comunicación	5 ^º	12 ^º
6. Crimen	6 ^º	3 ^º
7. Drogas	7 ^º	9 ^º
8. Medio ambiente y polución	8 ^º	6 ^º
9. Salud y fumar	9 ^º	12 ^º
10. Pobreza	10 ^º	7 ^º
11. Revolución sexual	11 ^º	8 ^º
12. Derechos de las mujeres	12 ^º	12 ^º
13. Ciencia y sociedad	13 ^º	12 ^º
14. Crecimiento de la población	14 ^º	12 ^º

Fuente: Funkhouser, G. R. (1973 a). "The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion". Public Opinion Quarterly, 37.

Bosquejo histórico de la Agenda Setting

La siguiente figura muestra etapas principales en el desarrollo de la Agenda Setting:

Figura 5: Algunas investigaciones sobre el desarrollo del proceso de la Agenda Setting.

INNOVACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS	APARICIÓN DE ARTÍCULOS
1. Introduciendo la relación entre la agenda de los medios y la agenda del público.	1. Walter Lippmann (1922).
2. Identificando las funciones de los medios y su papel a la hora de destacar los temas.	2. Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton (1948/1964).
3. Enunciando la metáfora de la <i>agenda-setting</i> .	3. Bernard Cohen (1963).
4. Dando un nombre al proceso de la <i>agenda-setting</i> .	4. Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972).
5. Investigando el proceso de la agenda pública y la jerarquía de temas que otorgan.	5. Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972).
6. Explicando un modelo de proceso de agenda política.	6. Roger Cobb y Charles Elder (1972/1983).
7. Iniciando el estudio temporal de la agenda pública en un nivel de análisis macro e investigando la relación de los indicadores del mundo real con la agenda de los medios.	7. G. Ray Funkhouser (1973).
8. Investigación experimental de agenda pública en un nivel de análisis micro.	8. Shanto Iyengar y Donald Kinder (1987)

Fuente: Dearing, J., Rogers, E. (1996), Communication Concepts 6: Agenda-setting, Thousand Oaks, CA: Sage.

El escritor y periodista estadounidense Walter Lippmann consideraba que la verdad y la noticia no son precisamente sinónimos, ya que mientras para esta la misión es señalar un determinado hecho, para la primera el objetivo es traer a la luz hechos ocultos, relacionarlos con otros y definir un cuadro de la realidad que permita la actuación certera de los seres humanos. Así, según su enfoque, la versión de un periodista sobre la verdad es subjetiva y queda limitada al modo como él construye su realidad

Lippmann argumentaba que los ideales democráticos se han deteriorado, lo cual reduce la competencia de las personas para participar en la vida pública y en el debate político. Similar a Platón, el autor observaba al público y lo comparaba con un rebaño desconcertado que se debate en el caos de las opiniones locales.

El problema básico de la democracia está la exactitud de las noticias y la protección de las fuentes (...) La gente toma decisiones antes de definir los hechos, mientras que el ideal sería reunir y analizar los hechos antes de llegar a conclusiones; pues sería posible sanear la información contaminada analizándola primero (Lippmann:1922).

Una de sus principales obras, (que en la actualidad se considera un libro de referencia) es "Public Opinion" (1922), trata de la formación de un modelo de opinión pública dependiente de los medios. La tesis fundamental que defiende es que la mediación generalizada de la prensa en la transmisión de información reduce la realidad a estereotipos: "las imágenes que se hallan dentro de las cabezas de los seres humanos; las imágenes de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones, son sus opiniones públicas".

A partir de la idea que la información distorsionada es propia de la mente humana, Lippmann aseguraba que la visión social a través de estereotipos somete al imaginario verdades incompletas, lo que denominó de "falso ideal" al concepto de una audiencia competente para dirigir los asuntos públicos. De esta forma, en la práctica el debate público deja de existir, o se pierde totalmente el interés en él. El dominio del estereotipo implica un control de los medios sobre la opinión pública, es decir, una sustitución de la opinión pública por la opinión publicada, transmitida por los medios de comunicación. Este concepto lo situo como uno de los precursores del análisis sobre los principios de relación y dependencia entre la agenda del público y la de los medios, en la teoría de la

comunicación social, lo que más adelante se convertirá en piedra angular de la doctrina de la Agenda Setting.

Retomando la teoría de Lippmann, al interior de Ecuavisa sus colaboradores reconocen que la “verdad” al momento de informar un hecho de interés, es un concepto subjetivo que está sujeto a la interpretación del periodista, sin embargo, están conscientes que la información puede influir en la opinión de su audiencia sobre todo en el ámbito político.

A veces mucha gente ve a Ecuavisa como un canal preocupado solamente de política, y es que gran parte de su agenda tiene una carga de política porque este país es politizado, pero yo creo que ese canal tiene una gran aceptación primero por su gente, que es gente seria, y porque venden su imagen de que aunque son anti gobierno se venden como una imagen de ser un canal neutral, de que no tienen una oposición radical, rabiosa frente al gobierno, y así se proyecta como el medio de comunicación ideal que aspira la gente, independientemente cómo internamente se manejen las cosas (DIR:2012).

Otro de los iniciadores de la doctrina de la visión social a través de estereotipos, fue en austríaco Paul F. Lazarsfeld, reconocido fundador del análisis sociológico norteamericano por sus aportes sobre los efectos de los medios de comunicación sobre la opinión pública.

Durante su trayectoria, Lazarsfeld realizó investigaciones en torno a los factores de influencia social de la radio como medio de comunicación, lo que le permitió analizar y comparar la formación del público con el grado de influencia del medio. Además, logró realizar estudios sobre la implantación de unos de los medios masivos de mayor alcance, aportes que son oportunos para nuestro caso de estudio: la televisión y los cambios que se registraban en las prácticas de las audiencias.

Su trabajo se basa en la investigación cualitativa logrado tras realizar encuestas de opinión. El autor hace referencia a la influencia negativa desde los medios y sobre todo su interés por sobre los valores del público.

En 1955 publicó “*Personal Influence: The part played by people in the flow of man communications*”, tras realizar una investigación en la que se analizan los mecanismos de análisis de la influencia de los medios sobre los líderes de opinión y sobre el conjunto de la opinión pública.

Su conocida teoría del “two-step flow of communications”, o del “doble flujo”, detalla la influencia que ejerce el “grupo primario” o “grupo de liderazgo social”, que según el autor pertenece a personas líderes de opinión que tienen características definidas como ser accesibles, estar bien informadas, tener contacto con información que viene del exterior, están bajo influencia de otros medios y son carismáticos.

Este grupo de líderes a su vez tiene contacto con un nuevo grupo de personas que interactúan con ellos y ahí se produce un grado de influencia hacia el resto del público. Este grupo también presenta características que los distinguen: tienen discusiones principalmente con otros que comparten sus mismas opiniones, y se interesan demasiado en un solo tema, lo que hace que sus opiniones sean más firmes.

Por su parte, el sociólogo norteamericano Robert K. Merton, quien desarrollo conceptos que coinciden con la teoría de Paul F. Lazarsfeld, estableció una analogía orgánica apoyada en principios biológicos, a la que añadió nociones esenciales para el desarrollo amplio de las posibilidades del método funcionalista. La mayoría de sus aportes constituyen una respuesta a las críticas que se formularon a los planteos iniciales del funcionalismo absoluto.

El enfoque que Merton hace del análisis funcional fue expuesto por él en un "paradigma" como guía metodológica. En este prototipo del análisis funcional se deben destacar algunas características principales: la importancia asignada al trabajo de campo y a la investigación concreta; la conceptualización estrechamente ligada a la observación, y la oposición a los intentos de formular teorías generales.

Para este estudio, surgió el interés de lo que el autor plantea, no solo como una guía de investigación empírica sobre fenómenos políticos circunscriptos y concretos, sino también como inspiración para los trabajos profesionales de análisis político, especialmente en el sector de los "análisis de situaciones".

Debido precisamente a que el comportamiento de los individuos está modelado por los valores fundamentales de la sociedad, se puede hablar de una masa de hombres como de una sociedad. Sin un fondo de valores que sean comunes a un grupo de individuos (la conciencia colectiva de Durkheim?) puede haber relaciones sociales, intercambios desordenados entre los hombres, pero no sociedad (Merton,1964:45).

Merton reconoce la posible existencia de elementos redundantes, cuando distingue claramente entre los elementos funcionales y disfuncionales de un sistema, se refiere además, a la función social a consecuencias objetivas observables y no a actitudes subjetivas. Distingue entre las funciones manifiestas, que son consecuencias objetivas que contribuyen al ajuste de un sistema y son aceptadas por los miembros del mismo, y las funciones latentes, que los miembros del sistema no reconocen ni quieren como propias. Evita y aclara la confusión entre motivación consciente y consecuencias objetivas de los hechos, y presta atención a los efectos laterales de las acciones. Afirma el principio del "balance positivo" de las consecuencias funcionales de las formas culturales persistentes, así como el de las "alternativas funcionales", según lo cual toda función puede ser cumplida por varias vías.

En realidad, más que una "teoría funcional" lo que ofrece es un método de investigación riguroso, exigente, que no promete nada de antemano. Quizás por eso ha tenido pocos seguidores, especialmente en el campo de la Ciencia Política. Pero sí encierra gran interés no sólo como guía para la investigación empírica sobre fenómenos políticos concretos, sino también como inspiración para trabajos profesionales especialmente en el "análisis de situaciones".

Al analizar la relación del individuo con los valores de su sociedad y con los medios de que dispone para realizarlos, Merton muestra que el conflicto o contradicción entre valores y medios es fuente de desviaciones de las conductas individuales. Por ejemplo, la sociedad norteamericana exalta el éxito económico como una virtud, pero no resuelve claramente el caso en que los medios empleados para enriquecerse no responden al mismo sistema de valores.

En cuanto a Bernard Cohen, su más trascendental aportación en el campo de la comunicación social está dada por su popular frase aparecida en el trabajo "The Press and Foreign Policy" ("La prensa y la política exterior"), en 1963, cuando afirmó que: "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar". Esta frase supuso un hito en las investigaciones que se iniciaban en torno a los efectos de los medios de comunicación sobre la audiencia, al establecer una distinción relevante entre el pensamiento como conocimiento (cognición), y como opinión y sentimiento.

La idea central de la teoría de la Agenda Setting es que la selección de temas en los medios condiciona la evaluación que el público hace sobre cuáles son los asuntos más importantes. Uno de los iniciadores de la teoría de Agenda Setting es McCombs, que desarrolló sus hipótesis junto a Donald Shaw. Su línea de trabajo comenzó en los años setentas, y se basó en la realización de trabajos empíricos, sobre los efectos e impactos de la información de los medios de comunicación en las audiencias.

Más tarde, McCombs y Shaw (1972) dirán que la gente considera unos temas más destacados (agenda del público) que otros, en proporción directa con la importancia que le den los medios (agenda de los medios), aunque estos no sean quienes decidan por la audiencia cuál será su actitud o decisión sobre esos asuntos que proponen como agenda.

La hipótesis de partida es que son los medios quienes establecen la agenda durante una campaña política; es decir, aquellos puntos que los medios de comunicación destaquen como los más relevantes de una campaña serán considerados por la audiencia (potenciales votantes) como los más interesantes. Sobre ellos la audiencia se fijará y los tendrá presente durante las elecciones.

Con Maxwell McCombs y Donald Shaw, el proceso de reconocimiento de la Agenda Setting alcanzó su culminación. McCombs es conocido como el padre de dicha teoría, sobre todo con el desarrollo de trabajos referidos al impacto que tienen los mensajes de los medios de comunicación sobre las audiencias. Afirmó que la mayor parte de las imágenes que tienen las personas en sus mentes acerca del mundo exterior les llega a través de los medios de comunicación, que serían, por tanto, una especie de “ojos virtuales” mediante los cuales se configura gran parte de la realidad que percibe el individuo. Determinó como variables que intervienen en la Agenda Setting a: el tipo de tema, el tipo de agenda, el modo de canalizar o establecer prioridades, el filtro de conocimiento, el establecimiento de jerarquías, el realce de algunos aspectos por encima de otros, la formación de imágenes previas, y la articulación de pre-opiniones.

Por su parte, Donald Shaw teorizó en cuanto a la influencia que los contenidos de los medios ejercen sobre las preocupaciones de los receptores, sobre sus argumentos de debate, sobre la gestión de sus intereses, etc. Señaló que la elaboración de agendas está en la base de la sociología política y es especialmente intensa en las etapas electorales, en

que los políticos, a través de los medios buscan mantener el interés y el pulso de la opinión pública en torno a los temas objeto de su programa.

Junto a McCombs, Shaw estudió, a través de sucesivos trabajos empíricos, el papel de los medios en la formación del efecto Agenda Setting, en cuando a la selección de las noticias por parte de los medios y la credibilidad que pretenden alcanzar sobre el marco de referencias del debate político, advirtiendo que la influencia del medio no radica tanto en su capacidad de convicción, o su influencia real, como en la habilidad para poner en juego los temas que son objeto de debate, los que condicionan la discusión política y la toma de decisiones. Los medios no sólo seleccionan las noticias, sino que las jerarquizan y, con ello, valoran el interés de la agenda en sus diversas formas.

En este proceso también ocurre un efecto cognitivo de socialización de valores, que opera a largo plazo, durante el cual los medios juegan un papel primordial. La progresiva influencia de los medios en la vida social, y la presencia del componente mediático como instrumento para recrear la realidad, acentúan los efectos sobre las agendas, en la misma medida en que las audiencias tienen menos tiempo y posibilidades para establecer un efectivo contacto con la realidad, y deben limitarse a la remisión de los medios, cuya influencia determinará la percepción de dicha realidad.

Retomando las experiencias en medios de América Latina, el politólogo e investigador de la Universidad Javeriana de Bogotá, Javier Urréa Cuellar, en su artículo sobre “la producción de noticias en medios televisivos”, hace un análisis sobre este proceso de producción de noticias de canal 33 de El Salvador, en el cual, asegura que la selección de información para elaborar la agenda del medio es realizada por varios actores que dejan circular con fluidez la información y evitan que se filtre información “no deseada”. Él los denomina “gatekeepers”, o “porteros”.

Son precisamente los reporteros, fotógrafos, camarógrafos, redactores, editores, diseñadores, productores, jefes o gerentes de información y directores de los medios, quienes actúan como nudos o barreras en el proceso de circulación del mensaje informativo (Urréa,2003:94).

En su análisis y como parte del proceso de construcción de noticias, detalla las fases en las que se seleccionan los temas para la agenda del medio: la valoración del

acontecimiento, la ampliación y verificación de la información, la forma en que se producen los hechos como noticia y la presentación final del hecho.

En Argentina, el Diario “Noticias”, Gabriela Esquivada hace un análisis sobre la construcción de la agenda y el estudio de las rutinas de los periodistas que trabajan en este medio.

En la agenda de “Noticias”, predominan los temas políticos, que casi siempre retienen el título central, es habitual por otro lado, que la tapa se complete con una noticia policial y una de deportes o de interés general (Esquivada, 2004:165).

Es importante señalar que el medio mencionado fue desarrollado por una organización político-militar, “Los Montoneros”, durante la presidencia de María Estela Martínez de Perón, momento en el cual se iniciaba en ese país, una brutal represión en contra de las organizaciones de izquierda, armadas o no, que fueron caracterizadas como de terrorismo de Estado.

Este medio y en este contexto político no tienen relación con el escenario en el cual se desarrolla la producción informativa de Ecuavisa en estos días, sin embargo, este medio se reconoció como sujeto político, debido a que quienes integraban la directiva mantenían una relación conflictiva con el poder.

Después de analizar las teorías de “agenda setting” de los diferentes autores tanto latinoamericanos como anglosajones, coincidimos finalmente con la teoría de Raquel Rodríguez Díaz sobre la construcción de tres tipos de agendas al interior de los medios de comunicación, la “agenda de los medios”, la “agenda del público” y la “agenda política”, reflejando en ésta última la priorización de temas políticos en las agendas de un medio, esto debido a la imagen que tiene Ecuavisa, reconocido por algunos analistas, como un medio de oposición al gobierno actual, y partir de esa teoría analizaremos a continuación la construcción de la agenda al interior de la sala de redacción de Ecuavisa (que es el objetivo de nuestro estudio), y estudiaremos los temas que predominan en la jerarquización de noticias.

Construcción de la Agenda al interior de Ecuavisa

Al momento de seleccionar los temas al interior de la sala de redacción, se toman en cuenta las opiniones de quienes conforman la mesa de contenidos de noticias siguiendo la jerarquía principal del medio que es la siguiente:

1. Director de Noticias Nacional.
2. Director de Noticias Local.
3. Jefe de Noticias.
4. Jefe de Asignación.
5. Productor en Línea.
6. Reporteros Nacionales y Locales.

De todos quienes trabajan en la redacción de Ecuavisa, únicamente quienes tienen esos cargos pueden emitir sus criterios al momento de construir la agenda, ya que la importancia de definir qué hechos son o no noticias radica en que, los medios no sólo seleccionan las noticias, sino que las jerarquizan y, con ello, valoran el interés de la agenda en sus diversas formas.

En este proceso también ocurre un efecto cognitivo de socialización de valores, que opera a largo plazo, durante el cual los medios juegan un papel primordial. La progresiva influencia de los medios en la vida social, y la presencia del componente mediático como instrumento para recrear la realidad, acentúan los efectos sobre las agendas, en la misma medida en que las audiencias tienen menos tiempo y posibilidades para establecer un efectivo contacto con la realidad, y deben limitarse a la remisión de los medios, cuya influencia determinará la percepción de dicha realidad (McCombs y Shaw, 1972).

La esencia de cada noticiero

Ecuavisa tiene distintas emisiones que se transmiten en la mañana, tarde y noche. Son cuatro emisiones (además de los programas de entrevistas), que se transmiten en diferentes horarios y con distintos enfoques.

Según el Director de Noticias, cada uno de los noticieros tiene su esencia, se enfoca en sectores específicos de la sociedad y ahí varía la priorización de temas al momento de construir la agenda. Considera que incluso los otros medios no interfieren al momento de escoger qué temas trabajar.

El noticiero de la mañana, difiere de el de la noche y de la media noche, eso se debe a que los públicos a los que va dirigido son distintos y las horas a las que se transmiten estos noticieros influyen también en los temas que se analizan, por ejemplo Telemundo de la media noche informa básicamente sobre crónica roja (DIR:2012).

Esto parecería lo correcto, sin embargo, como lo he planteado al inicio de esta investigación, la hipótesis de este trabajo es justamente que Ecuavisa monitorea otros medios para construir su agenda.

Cuando me desempeñé como coordinadora de Noticias, constaté que uno de los requisitos era la lectura exhaustiva de los diarios más representativos, y a partir de esta dinámica, se realizaba la selección de temas relevantes.

Durante los turnos de fin de semana que lo realizábamos con horarios rotativos entre los reporteros y jefes de la mesa de redacción, uno de los requisitos al iniciar el turno era leer medios escritos. El medio más leído en Ecuavisa es diario El Comercio, (considerado igualmente como un medio opositor), por los temas de investigación (sobre todo políticos) que se reflejan en sus primeras páginas.

La misma dinámica se cumple diariamente, la coordinadora de noticias, así como el jefe de noticias, deben leer diarios como El Comercio y El Universo todas las mañanas antes de cada reunión, en la que se deciden qué temas se deben cubrir y cuáles no.

Al interior del medio se construyen tres agendas simultáneamente. La primera es la agenda propia, con temas sugeridos por los directores, jefes o reporteros, la segunda agenda es la coyuntural, que obedece a los sucesos que se producen en el instante y que deben ser informados y la tercera agenda es la de seguimiento, de temas políticos, judiciales o económicos que permanezcan en el tiempo y exijan un tratamiento más largo que los demás temas pendientes.

Noticiero de la comunidad

Este noticiero se transmite todos los días de 8:00 a 9:00 de la mañana con la conducción de Christian Norris y Dennis Molina.

Este espacio se centra en temas que son solicitados por la comunidad, es decir, representantes de los barrios más representativos de Quito³ que acuden al canal solicitando ayuda para solucionar necesidades pendientes, como la creación de un parque, la reparación del sistema de agua potable y alcantarillado o incluso la construcción de una unidad de Policía comunitaria.

Según el Director del noticiero local, la mayoría de temas de la agenda local se arman tomando en cuenta las voces oficiales, porque muchas veces realizan anuncios importantes para la comunidad en general.

Nuestro espacio se entra en la ciudadanía, pero no podemos sustraernos de la agenda oficial, pues se tratan temas que afectan a los ciudadanos directamente ya sean, rehabilitación de avenidas, temas de movilidad, suspensión de servicios básicos, entre otros. Y está claro que nuestra labor como periodistas es informar, y en la comunidad lo hacemos con el fin de servir”(DIR:2012).

Otro aspecto importante en el noticiero local es la promoción de campañas ciudadanas, que fomenten a la concienciación de problemas como por ejemplo, la campaña “Pon las manos en el volante”, que pretende que los conductores no utilicen su celular al momento de manejar su vehículo.

Noticiero Televistazo medio día

El noticiero del medio día, difiere del local, pues los temas principales de este espacio son los últimos sucesos políticos, judiciales y sociales y finalmente los temas de salud, nutrición y servicios.

Según el director de noticias de Televistazo medio día, este espacio se ha ido modificando con el tiempo, pues tras recibir opiniones de televidentes que solicitaban información

³ Cuando se utiliza el término “los barrios más representativos de Quito”, se refiere a los barrios más antiguos del centro, norte y sur de la capital.

fresca en su hora de almuerzo, analizaron la posibilidad de incluir temas relacionados con la vida diaria de los ciudadanos.

Cada noticiero tiene su esencia. El noticiero del medio día es el más complicado por la falta de tiempo que tienen los periodistas para procesar el material y finalmente elaborar una nota de un minuto y medio en la que se informe todo lo que el televidente debe saber de la noticia (DIR:2011)

En el noticiero del medio día se evidencian problemas al momento de sacar al aire el producto final, pues los periodistas tienen apenas dos horas de cobertura y deben editar sus notas máximo a las 11 de la mañana lo que provoca que se evidencien en vivo errores de forma e incluso de fondo.

Según los miembros de la mesa de contenido las noticias que no son verificadas no salen al aire, sin embargo, como lo analizaremos en el siguiente capítulo, hay noticias que deben salir al aire por su importancia, y no se dispone del tiempo suficiente para contrastar esta información.

Noticiero Televistazo estelar

El noticiero estelar es el producto estrella de Ecuavisa, por lo tanto, es el noticiero que más filtros tiene, es decir, todos quienes conforman la mesa de contenido revisan una y otra vez cada uno de los reportajes que saldrán al aire.

En este noticiero la selección de temas es una compilación de las notas que han salido durante todo el día. Algunos reportajes son modificados con nuevas reacciones, algunos temas son replanteados para darles un nuevo enfoque y algunos temas son fusionados con información que se produzca en otras provincias del país pero se refiera al mismo tema.

El director de noticias del noticiero estelar, asegura que los temas políticos predominan este espacio. Lugares como el palacio Presidencial, la Asamblea Nacional, ministerios en

general y organismos de control son prioridad en la jerarquización de noticias y la construcción del rundown.⁴

En el tema de la Asamblea Nacional, nuestro compañero Félix Narváz plantea su propia agenda, él propone los temas a la mesa y finalmente se hacen. En el día a día, se aparecen temas que no planificaste, que los cuentas a la mesa de asignación vía teléfono y resulta relevante, por ejemplo hoy se registró una amenaza de incendio en la Superintendencia de Bancos, en el piso donde se recibe información de las instituciones financieras. Ese tema ya te puede desviar de la orden que te dieron en la mañana o pero responde a una coyuntura que puede incluso no tener otros medios, es decir, pasan un sinnúmero de cosas en cuanto a la agenda informativa (DIR:2011).

Los nuevos temas que pueden suscitarse en el camino o durante la jornada de los periodistas se consultan en la mesa de asignación que la conforma el director de noticias, el jefe de noticias y la coordinadora. Si el tema es aprobado se elabora y sale al aire en la siguiente emisión.

De lo planificado a lo coyuntural

Diariamente los periodistas de Ecuavisa llevan una agenda de trabajo con la cual se traza su jornada.

A las 8:30 de la mañana es la primera reunión de planificación de temas en la que participan, el director de noticias nacional, el director de noticias local, el jefe de noticias, el coordinador, y todos los reporteros.

En este espacio se proponen temas sociales (como prioridad) y se recuerdan los temas de seguimiento que incluso están plasmados en los diarios de mayor circulación.

Esta reunión tiene una duración de 30 minutos. Después de asignar a cada uno de los reporteros los temas a trabajar, se les asigna un equipo de camarógrafo y asistente de cámaras. Este equipo deberá estar listo máximo en diez minutos después de la asignación.

⁴ El “rundown” es un término que se refiere al orden en que los reportajes van a salir en cada noticiero. El rundown se elabora en un sistema interno al que todos los actores tienen acceso con una clave e indica el tema de la nota, la duración y el periodista que elaboró el producto.

A las 9:00 se realiza una reunión con Guayaquil, y se informa las notas que se elaborarán, lo que incluso puede alterar la jerarquización de noticias si en el Puerto Principal se producen informaciones con mayor impacto social.

Se puede dar también el intercambio de notas entre Quito y Guayaquil si es que hay reacciones complementarias sobre el mismo tema.

Según Martini, la selección de temas debiera apoyarse en ejes establecidos por la sociedad.

La clasificación de los acontecimientos que serán noticia se apoya en los ejes información-sociedad, en términos de necesidades y expectativas, y de reconocimiento-realidad, en términos de verosímiles que constituyen la realidad cotidiana, y tiene que ver con los valores de noticiabilidad de los que se carga en cada situación y en cada medio en particular (Martini:2000).

A partir de las 9:30 los periodistas ya están en el lugar asignado realizando sus coberturas, para lo cual la mesa de asignación conformada por el jefe de noticias y el coordinador de noticias deben realizar un seguimiento cada hora, con llamadas o mensajes, sobre cómo se desarrolla la cobertura y si no se ha registrado ninguna novedad.

Según el jefe de noticias siempre hay novedades al momento de las coberturas, pues se producen problemas que hay que solucionar sobre la marcha.

Siempre se rompen esquemas, hay veces en que la noticia se cae, es decir, no llegó quien iba a dar un anuncio importante, o no tuvo la concurrencia esperada o se produjo una noticia más importante que desvió la atención de la prensa, para ello es importante la reacción inmediata de todo el equipo y la jerarquización de los temas puede variar drásticamente (ASIG:2011).

A las 11 de la mañana todos los titulares, (encabezados de 3 o 4 líneas en los que se resume lo más importante de la noticia), deben estar listos y a las 12 cada reportero se encuentra trabajando con un editor y procesando todo el material.

En la tarde ya se perfila la agenda del siguiente día pues hay temas que hay reacciones del mismo tema. O a veces es necesario convocar un reportero para hacer un recorrido de hospitales. Prácticamente de tarde y noche hay un pre armado o una pre planificación del otro día (DIR:2012).

Para los miembros de la mesa de contenidos, nunca se cierra la agenda pues incluso las redes sociales ofrecen nueva información sobre los eventos que se planean al siguiente día lo que permite planificar con tiempo los nuevos temas.

Shoemaker establece que todo estudio sobre la tarea de selección de la información debe atender a tres niveles (mínimos): el individual, que incluye “los valores y modelos de autoridad e influencia” que pesan sobre aquel que elige; el de las rutinas de trabajo, donde se estudian “los puntos de decisión y los estándares” que permiten observar, y el nivel organizacional-institucional extra mediático, que remite a la circulación del “flujo de noticias a través de las organizaciones” (Shoemaker,1991: 33).

Para el Director Regional de Ecuavisa, más allá de la planificación de temas la noticia es el acontecimiento del momento que tiene relevancia en la sociedad.

Generalmente los medios están atados a cubrir la información, todo lo que es noticia, independientemente de los temas que los jefes consideren que esta semana quieran desarrollar, y más allá de los temas de planificación, la noticia es la que se da en el momento, y la consulta a los otros medios, otros canales, periódicos y radios es indispensable, porque ellos son tu competencia, y si tú no estás midiéndote con la competencia, no puedes luchar por ser mejor que ellos, porque es la única forma de querer ser mejor, querer seguir escalando peldaños, de lo contrario te estancas (DIR:2012).

McQuail plantea la necesidad de fuentes independientes para la evaluación de los criterios de noticiabilidad, función que puede ser abordada por “una autoridad o norma externa absoluta” (1998: 292), representada por un juicio experto, que puede con todo plantear el problema de la parcialidad ideológica; o por la imagen de la realidad que ofrecen las estadísticas (suelen tomarse como indicadores de verdad sobre la sociedad), y que si bien como criterio de contrastación y verificación parecen brindar mayores certezas, “en la práctica hay demasiada realidad que «reflejar»”, no toda ella reducida a datos estadísticos; “lo que le interesa a la audiencia parece ser el significado de la relevancia más prometedor desde el punto de vista empírico y el más cercano al sentido común y a las realidades de lo que la noticia es como forma de conocimiento, significado que también se aproxima a la opinión de la mayoría de los periodistas” (McQuail,1998: 293).

Como se pudo observar en este capítulo, al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, los temas políticos, económicos y judiciales son prioritarios al momento de

construir la agenda, sin embargo, como ya lo expusimos anteriormente cada una de las emisiones de sus noticieros tiene su personalidad y sus líneas editoriales varían.

Las noticias de interés social se imponen ante los temas políticos al ser consideradas como servicios, y los temas relacionados con la salud, y educación se posicionan en otros horarios que no son los estelares o que registran más audiencia.

CAPÍTULO II

LAS RUTINAS AL INTERIOR DE LA SALA DE REDACCIÓN DE ECUAVISA Y LAS LIMITACIONES EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO

En este capítulo se analizarán las rutinas al interior de la sala de redacción. Para entender las dinámicas internas de la redacción de Ecuavisa, se estudiarán las funciones de cada uno de los miembros de la sala de redacción, los formatos que se utilizan al momento de informar, los lineamientos para realizar coberturas especiales, y las limitaciones de los comunicadores al realizar el trabajo periodístico.

Para analizar este capítulo retomaremos del trabajo del sociólogo, Patrick Champagne, sobre la visión mediática, en la que habla del poder simbólico que poseen los medios audiovisuales y sobre los “malestares sociales”, como problemas que los periodistas ponen en escena al momento de informar, como formas de ver al mundo

Según Champagne, lejos de pensar que los medios de comunicación serían los únicos que proveen de información, poseen una gran influencia al momento de informar.

En esta dinámica y en relación a lo que estudiaremos a continuación, según Champagne, los periodistas realizan un proceso de observación entre sí y posteriormente crean agendas similares entre los medios de comunicación.

Sea cual fuere el medio en que trabaja, los periodistas, se leen, se escuchan y se observa mucho entre sí. La prensa es para ellos una necesidad profesional, les indica los temas que deben tratar porque los otros hablan de ellos, pueden darles ideas de notas o les permite al menos situarse y definir ángulos originales para distinguirse de los competidores (Champagne,1998:51).

De acuerdo con Patrick Champagne los medios audiovisuales “poseen hoy un poder simbólico considerable; el poder de constituir problemas, es decir las palabras que configuran las cosas, en suma, el poder de imponer cierta visión del mundo” (Champagne:1995).

Otra de las teorías que utilizaremos, es la de Pierre Bourdieu, en la que plantea al campo periodístico como parte del campo político, tomando en cuenta que según el sociólogo el campo “no es un acto de decisión” sino que debe ajustarse a ciertas características.

El habitus se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir (Bourdieu, 1972:178).

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposiciones duraderas y transponibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, en tanto que principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para conseguirlos, objetivamente 'reguladas' y 'regulares' sin ser para nada el producto de la obediencia a reglas, y siendo todo esto, objetivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un jefe de orquesta." (Bourdieu, 1980: 88-89).

Descripción de funciones

Como señalamos anteriormente para poder dar cuenta de las rutinas, retomaremos nuevamente el concepto de "*habitus*" de Bourdieu, sobre cuál es la posición objetiva que ocupan los sujetos (que vienen a ser cada uno de los miembros que trabajan al interior de la sala de redacción de Ecuavisa) dentro de una estructura social (que viene a ser el trabajo y las rutinas periodísticas).

En su teoría, Bourdieu se refiere a "*las estructuras sociales interiorizadas*", lo que en nuestro tema de estudio se traduce a cómo cada persona ha incorporado estas rutinas, creando una consciencia individual creando esquemas de percepción, valoración, pensamiento y acción.

Para entender este concepto en este capítulo analizaremos cada una de las funciones en Ecuavisa, que juegan un papel importante al interior de la sala de redacción y representan una pieza fundamental para la producción de noticias y posterior elaboración del noticiero.

Las responsabilidades de cada uno responden a una dinámica preestablecida, y organizada que atiende a los intereses de los temas que sus directores consideran se deben informar. A lo largo de este capítulo, analizaremos cómo influye la labor de los directores en la toma de decisiones en referencia a los contenidos que finalmente llegan a los televidentes.

Presidente Ejecutivo

Es el principal director y administrador de la programación de Ecuavisa. En el ámbito noticioso, es el responsable de la marcha general de los espacios de información y de opinión de la tele-emisora. Preside el Comité Editorial y reporta al Presidente del Directorio.

Según el actual Presidente Ejecutivo de Ecuavisa, este cargo requiere de mucha responsabilidad pues reconoce el poder que tiene la postura de un medio de comunicación en el pensamiento de los ciudadanos en general.

Hay decisiones que tienen relación con temas delicados que podrían alarmar a la ciudadanía como rumores sobre posibles cierres de bancos o hechos relacionados con la inseguridad que se necesita analizarlos antes de sacarlos al aire por la conmoción que podrían provocar en la gente (PRES:2011).

A su criterio los ámbitos “más importantes” que se cubren, se traducen en la agenda política de personajes públicos, temas económicos que podrían afectar a grupos económicos o a los mismos medios de comunicación, y finalmente temas sociales como educación, salud y temas propios.

Director de Noticias

Es el principal administrador de los programas de noticias y de opinión; también es responsable general de los contenidos, competitividad y penetración de los noticieros en la teleaudiencia. Tiene a su cargo la elaboración y cumplimiento del presupuesto general del Departamento de Noticias, la evaluación de los Recursos Humanos, la selección del personal, y la promoción interna de los miembros del Departamento. Reporta al Presidente Ejecutivo.

Lo más importante es crear agendas propias que no se repitan en otros medios. Nosotros tratamos de abarcar temas diferentes, de interés para

la comunidad en general y cumplir a cabalidad las normativas del canal en relación al tratamiento de la noticia (DIR:2011).

El director de noticias tiene la potestad de decidir los enfoques de las noticias e incluso las entrevistas a los distintos personajes públicos.

Es preciso señalar que el director de noticias debe también obedecer o acatar las órdenes del presidente ejecutivo de la empresa, es decir, es quien recibe llamadas telefónicas (que podrían ser a último momento), sobre disposiciones relacionadas con temas políticos o económicos que pudieran afectar los intereses de la empresa.

Director Regional

Es el funcionario que supervisa y aprueba los titulares de los informativos, así como los textos y datos de los reportajes políticos y sobre temas trascendentales. Es responsable del “rundown” de los informativos, y propone nuevos formatos para los contenidos, o el perfeccionamiento de los existentes. Dirige las reuniones diarias de planificación, así como la que tiene lugar semanalmente. Representa al Departamento de Noticias en actos y eventos públicos. Participa en el Comité Editorial, y reporta al Director de Noticias.

Trato siempre de incluir temas de Quito y Guayaquil justamente por informar al público, porque el canal es nacional e incluso nuestra señal llega a España, Italia y Estados Unidos, y a todo el mundo vía internet, entonces la visión de contenidos a nivel nacional conlleva ponerse en los zapatos del televidente y ofrecerle la información más completa en corto tiempo (DIR:2011).

El director Regional tiene la potestad de decidir sobre qué temas salen al aire y que temas no salen al aire en todos los noticieros del canal, incluso puede tomar decisiones sobre los contenidos de otras ciudades donde se retransmita la señal de Ecuavisa.

Gerente Administrativo de Noticias

Es el responsable de administrar los recursos humanos y financieros del Departamento de Noticias. Elabora el Presupuesto de Gastos e Inversiones. Coordina la logística para el trabajo diario. Supervisa el uso de asignaciones económicas, así como el uso, estado y presentación de activos del área. Reporta al Director de Noticias.

Mi principal función es estudiar los perfiles de cada uno de los miembros del departamento de Noticias, analizar su desempeño al

interior de la sala de redacción, además de administrar el presupuesto que se utiliza en coberturas especiales, y la elaboración de informes mensuales sobre el uso de los bienes materiales del área (GER:2012).

El gerente administrativo también es el responsable de asignar tareas a los camarógrafos y asistentes relacionadas con jornadas especiales como turnos de fin de semana, feriados y días festivos.

Es importante señalar que el gerente de Noticias fue un cargo que se creó con el tiempo, es decir, no se encontraba en la nómina de Ecuavisa, sin embargo, quien ejerce esta función tiene influencia sobre el director de noticias y el director regional.

Asignador de Noticias

Es el responsable de que los informativos tengan toda la información relevante del día. Asigna coberturas y más tareas periodísticas a los reporteros y camarógrafos. Lleva una planificación diaria de los acontecimientos que deben ser cubiertos. Lleva el registro de informantes, teléfonos y direcciones de las fuentes informativas. Reporta al Director de Noticias.

Lo complicado de mi función es no perder de vista ningún detalle relacionado con el personal, tomando en cuenta que en Ecuavisa son 11 camarógrafos con 11 asistentes y 11 cámaras funcionando diariamente solo en Quito. Se debe dominar los temas de coyuntura y tener una comunicación constante con los reporteros para conocer cómo se desarrolla la noticia (ASIG:2012).

El asignador de noticias, que también se identifica como “coordinador de noticias”, tiene el deber de dejar de lado una cobertura si considera “más importante” otro hecho que se desarrolle al mismo tiempo. Esa decisión es reportada al director de noticias.

El asignador de noticias podría recibir una sanción, en caso de no ordenar que se cubra una noticia, es decir, si no estuvo monitoreando las coberturas a nivel nacional y Ecuavisa no está “presente” registrando ese hecho noticioso, es total responsabilidad del asignador de noticias.

Reportero

Es quien presenta los hechos informativos en distintos géneros periodísticos televisivos. Concibe la estructura de la información a su cargo, sugiere diseños gráficos para los

reportajes, realiza transmisiones vía microonda para coberturas en vivos, asegura la calidad en el contenido de las informaciones que prepara, sugiere ideas noticiosas. Reporta al Director de Noticias.

Uno de los reporteros con más de diez años de experiencia en Ecuavisa, considera que uno de los valores que no puede faltar en un reportero es estar siempre consciente que el reportero no es el protagonista de la noticia, sino el mediador para informar a la comunidad.

Para ser un buen reportero, debes ser una persona valiente, arriesgada porque conseguir la noticia no es fácil, tienes que ser perspicaz, tiene que ser intuitivo, tiene que ser una persona muy contactada, es decir hacer fuentes, hacer amistades, tener muy en claro una cosa: que la amistad es una cosa y el tema de la información es otra (REP:2011).

El perfil actual de periodista debe ser más completo que en otros años a criterio de los actuales miembros del Comité de Noticias, pues se cuenta con nuevas herramientas tecnológicas como fuentes de información que incluso llegan más rápido y son inmediatas, por ello el perfil del comunicador actual debe superar incluso la instantaneidad de las redes sociales y de las páginas web.

Director de Contenido

Es el responsable del tratamiento audiovisual de los noticieros, poniendo énfasis en la edición, sonido y selección de imágenes, así como en la precisión de los reportajes y de los cromas que se utilizan para apoyar la información. Reporta al Gerente de Producción de Noticias.

Según el director de contenido del noticiero Televistazo (producto estelar de Ecuavisa, considerado así por el rating que se registra diariamente), considera que existen una gran cantidad de retos al momento de informar, y que los periodistas no pueden dejar de actualizarse sobre nuevas formas de comunicación.

La característica de Ecuavisa ha sido mantenerse al margen de los grupos de poder y grupos políticos, al ser una empresa netamente periodística que no depende de capitales empresariales exteriores sino únicamente de nuestra publicidad, y obviamente al ser un medio de comunicación privado necesita de esos ingresos para mantenerse, no somos una institución filantrópica tampoco, pero el reto es tener

criterios morales y éticos con los que se maneja el medio dependen de eso (DIR:2012).

El director de contenido es el filtro principal de los noticieros, es decir, es quien revisa cada uno de los textos de los reportajes controlando los errores que puedan interpretarse como información no verificada, así como el uso de adjetivos calificativos o notas descontextualizadas, elementos que estudiaremos en este capítulo.

Productor de Línea

Es el encargado de plasmar los lineamientos editoriales en el armado diario del “rundown”, y de poner el noticiero al aire. Responde por la contabilidad del tiempo editorial y comercial, para cumplir con precisión con los horarios. Reporta al Director de Emisión.

Según el productor en línea encargado de los noticieros de Televistazo y Telemundo, describe a sus funciones como claves para sacar el espacio informativo en vivo.

Debo estar pendiente de todo, desde que el presentador tenga un vaso de agua para que no se le vaya el aliento hasta tomar decisiones importantes al momento de salir al aire. Soy quien les habla al oído a los presentadores y debo escoger las palabras justas y el tono perfecto (PRO:2012).

Lo más difícil de ser productor en línea es fijarse en los errores visuales de los otros espacios y tratar de no cometerlos en los próximos espacios.

Diseñador Gráfico

El diseñador gráfico es quien tiene el criterio para crear productos con estética que representen al medio al que pertenece. Además de trabajar en el área corporativa con los logotipos del canal, debe también ser un soporte en el noticiero al momento de informar, y si se necesitan nuevos elementos que ayuden a una mejor comprensión de la noticia.

Según el diseñador gráfico de Ecuavisa, se utilizan una serie de herramientas que permiten que el televidente comprenda mediante recreaciones noticias relacionadas con la inseguridad o con cuadros estadísticos se detallan datos especiales que la comunidad debe saber, etc.

Se utiliza como herramientas el software de animación 2D y el after effects y se calcula el tiempo de locución que cada reportero va a tener para tomar el tiempo y hacer de ese tiempo la animación para que encaje perfectamente. Posteriormente el editor toma las imágenes y las ubica donde vaya la locución (DIS:2011).

Los gráficos en las noticias ayudan a comprender mejor la información y se utilizan con mayor frecuencia en programas especiales.

Camarógrafo

Es un video-reportero. Cuando debe asistir a una cobertura sin periodista, su función es captar en imágenes y sonidos el hecho noticioso, y ser el portador de esa información hasta la redacción, para su tratamiento y definición. Reporta al Director de Contenido.

Según el camarógrafo con más de 20 años de experiencia, uno de los aspectos más importantes del perfil del camarógrafo es mantenerse siempre informado para saber qué debe tomar en cuenta al momento de llegar al lugar de cobertura.

No soy de los temerarios, que voy y me arriesgo por nada, si me arriesgo voy a la segura. Vi morir a un reportero y un camarógrafo de RCN a 5 metros de distancia. Son momentos que te marcan la vida cuando trabajas en periodismo. Cuando hay un fenómeno natural, la gente corre para huir del desastre, nosotros corremos hacia el desastre y ese es un sinsentido que es real (CAM:2011).

Para él, uno de los principales retos de esta profesión es comprometerse enteramente al trabajo sin pensar en las implicaciones de esta labor como por ejemplo sacrificar el tiempo en familia por cubrir noticias de última hora, etc.

Asistente de camarógrafo

Es quien asiste en una cobertura al camarógrafo, su función es revisar los detalles relacionados con la cámara y los equipos de iluminación que se utilicen para realizar la cobertura, además de reportar al camarógrafo de sucesos que puedan registrarse mientras el camarógrafo esté haciendo su trabajo.

Según uno de los 11 asistentes de cámara con los que cuenta Ecuavisa, el trabajo de asistente no es solamente ser chofer y cargar equipos, va más allá de eso y se considera una función clave para la grabación de imágenes.

Mucha gente piensa que el asistente carga el equipo y maneja, y no es así. Yo tengo una escuela en que me enseñaron que el asistente se convierte en los ojos del camarógrafo, por ejemplo, el camarógrafo está haciendo un reportaje de una escuela que se cayó, entonces se va a captar las imágenes más importantes, mientras, el asistente está viendo otras cosas, conversando con la gente, preguntando qué sucedió, sugiriéndole al camarógrafo a quién se puede entrevistar (ASISCAM:2011).

Al conocer cuáles son las funciones de cada uno de los miembros de la sala de redacción de Ecuavisa, es importante conocer también cuáles es la incidencia de cada uno de los actores de acuerdo a su jerarquía, pues como es natural, al momento de interactuar se presentan conflictos que incluso repercuten sobre los contenidos que finalmente salen al aire en los noticieros y hasta el eje de las noticias.

El proceso de producción de noticias en televisión

La dinámica de la producción noticiosa televisiva, que finalmente se concreta en la emisión al aire de los telediarios, tiene su punto de partida en las salas de redacción.

El propósito (según sus códigos de ética) será presentar una amplia variedad de contenidos, que contribuyan a satisfacer las necesidades y expectativas de la teleaudiencia, sin embargo, los temas relacionados con la política son prioridad en los noticieros.

Como paso inicial en esa dinámica está la asignación de tareas a los realizadores, según las historias que se pretendan contar, generalmente en respuestas de la línea editorial de la televisora y en respuesta a las influencias del entorno (sucesos de último minuto). Las filmaciones en el campo, realizadas por los camarógrafos o reporteros gráficos, permiten obtener el material fílmico que recoja, en imágenes y sonidos y siguiendo las órdenes del asignador de noticias sobre el lugar de cobertura, el tema a tratar y sobre todo el enfoque de la noticia.

Retomando la teoría de Bourdieu, cada uno de quienes trabajan al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, es un jugador que desempeña un papel importante para lograr un producto final. El autor destaca las relaciones de poder que se muestran en la “estructura de campo”, que en este caso se lo relaciona a la incidencia de cada persona en lo que finalmente se muestra al público:

En cada momento el estado de las relaciones de fuerza entre los jugadores define la estructura del campo: se puede imaginar que cada jugador tiene ante sí pilas de fichas de diferentes colores, correspondientes a las diferentes especies de capital que detentan, de modo que su fuerza relativa en el juego, su posición en el espacio de juego y también sus estrategias de juego - lo que en francés se llama su «juego», las jugadas más o menos arriesgadas, más o menos prudentes, más o menos subversivas o conservadoras - dependen a la vez del volumen global de sus fichas y de la estructura de sus pilas de fichas, es decir, del volumen global y de la estructura de su capital (Bourdieu, 1992: 74-75).

Siguiendo con la producción de noticias, ya en la redacción, se procede al proceso de edición, durante el cual, las imágenes obtenidas en el terreno pasan por una revisión de contenidos y formas, a fin de seleccionar las más convenientes y de mejor calidad para cumplir con el propósito de mostrar el hecho noticioso. En este punto, el reportero, que actuó junto al camarógrafo en la toma de imágenes y sonidos, incorporará su aporte periodístico, con la narración en off, o en pantalla, de los aspectos significativos que sirvan como complemento a la visualización.

Es importante señalar que la disposición que reciben los editores desde los altos funcionarios, es la de impactar al escoger las imágenes, por ejemplo, en una cobertura sobre una noticia de crónica roja, el pedido es que la imagen no muestre sangre, sin embargo, “dé a entender” lo que sucedió en el lugar, mostrando un zapato, o la mano inerte de la víctima.

El trabajo de edición resulta “largo y tedioso”, y tiene una duración aproximada de entre 45 minutos a una hora equivalente a un reportaje de un minuto y medio.

Según el testimonio del editor de noticias, depende del tipo de reportaje para saber de qué manera cómo editar la nota.

El tiempo del reportaje siempre varía, pues, a veces hay notas que no necesitan de mucha elaboración, son muy pequeñas y se pueden editar por corte. Pero, cuando son reportajes de investigación y necesitan de post-producción, pueden tener de 5 minutos a una hora. Los de una hora me llevan como quince días para escoger las mejores tomas. Entre más esté allegada la toma a lo que dice el reportero, es mucho mejor (EDIT:2012).

En esta etapa de edición se integrarán al reportaje aquellos elementos que puedan complementarlo, y que no provienen del terreno, como son los materiales de archivo, las

entrevistas a fuentes complementarias, los gráficos que resuman información significativa, y otros recursos, para lograr el producto final, que será mostrado a la teleaudiencia. Cualquier grabación del “script” se realizará en este momento por el presentador principal o por el reportero.

El material contentivo de la historia, con los elementos e imágenes fijas agregadas, y el video editado, se incluyen en el resumen de la emisión noticiosa, que será revisada por el productor, quien organiza el orden de transmisión según criterios de valoración, impacto, variabilidad, etc.

Una vez transmitido el noticiero, el material editado se destina a un archivo particular, que en los canales de televisión representan un activo de valor. A criterio de quienes trabajan en Ecuavisa, estas imágenes contribuyen a complementar futuros materiales con referencias históricas, y de hecho conforman un rico volumen historiográfico en torno a un acontecimiento o hasta a una época determinada.

Planificación

Lo más importante de la actividad periodística en televisión es que el conjunto de informaciones que se transmitan sean útiles para la teleaudiencia. En la agenda diaria hay noticias “de cajón”, y hay quienes investigan por propia iniciativa, pero también existen informaciones que se planifican anticipadamente, por ello, hay que valorar los momentos en que se planifican las acciones del día, así como también a mediano y largo plazos, ya que la cobertura de las mismas (según esa agenda), exige creatividad, imaginación, y cultura informativa, lo cual habla a favor de la calidad del órgano de prensa.

En horas de la mañana se desarrolla la primera reunión que tiene como fin concentrar a todo el equipo de noticias con el fin de tomar en cuenta las ideas de todos quienes conforman la sala de redacción del canal e incluirlas en la agenda.

En este espacio, se generan propuestas, el desarrollo de temas especiales o de coyuntura y se crea un debate en el cual quien tiene la última palabra sobre qué temas se escogen y qué temas no se escogen es el director de noticias. A veces los reporteros o periodistas con más experiencia pueden defender temas que propongan y discutirlos con los directores de noticias, sin embargo, son ellos quienes tienen la última palabra.

Selección de temas

El código de ética de Ecuavisa, define a este medio como una estación televisiva que “goza de buena salud”, refiriéndose a que vive en una permanente metamorfosis, con continuos procesos de cambio y transformaciones, lo que según sus principios establecidos, es posible con la presencia de “un liderazgo claro, bien orientado y respaldado con el aporte de temas, nuevas ideas y renovación en los métodos de tratamiento y emisión de las noticias”, sin embargo, a criterio de los directores, ex directores y periodistas, existen temas que no se tratan por no afectar intereses personales de la empresa.

Los medios de comunicación no son corporaciones empresariales, sino que le pertenecen a una persona, y esa persona de acuerdo a sus intereses deciden qué es noticia, si para ellos una declaración o un hecho no es noticia pues simplemente no salen, o saldrá desde el ángulo que ellos lo den, entonces eso no me sorprende ni creo que es un pecado, yo creo que los profesionales van aprendiendo esta cruda realidad cuando están en el medio (DIR:2011).

A la hora de tomar las decisiones, quienes se encuentran en la cima de las estructuras jerárquicas (es decir, directores, jefes de noticias y los propietarios del medio), pueden interferir y decidir sobre las imágenes que finalmente se muestran al televidente, a diferencia de los periodistas que tratan de no emitir ninguna sugerencia por miedo a perder sus empleos.

En este capítulo describiremos las posiciones contrarias entre los reporteros y directores de noticias y analizaremos en qué casos concretos se ejemplifica la influencia de los directores y dueños del medio en el contenido de los noticieros.

¿Una agenda repetida?

La hipótesis de nuestro estudio es que sin importar cómo se construya la agenda de cada medio, sea escrito, o audiovisual, los medios se siguen entre sí, es decir, publican las mismas noticias, y los mismos enfoques.

A criterio de los periodistas de Ecuavisa, esto se debe a que las noticias están basadas en hechos comprobables, por lo que los periodistas interpretan de la misma manera un suceso o acontecimiento.

El director regional de Ecuavisa asegura que incluso los periodistas están obligados a seguir a otros medios, por considerarlos “competencia directa”.

Más allá de los temas de planificación, la noticia es la que se da, la consulta a los otros medios, otros canales, periódicos y radios es indispensable, porque ellos son tu competencia, y si tú no estás midiéndote con la competencia, no puedes luchar por ser mejor que ellos, de pronto estás convencido que lo tuyo es lo único y lo mejor, pero no, esto es un medio de comunicación y es una empresa, y las empresas son competitivas, porque es la única forma de querer ser mejor, querer seguir escalando peldaños, de lo contrario te estancas (DIREG:2012).

Los periodistas también señalan que al momento de redactar las notas se han dado cuenta que los enfoques con otros medios de comunicación coinciden, y esto se debe a que al momento de una cobertura pueden identificar qué es lo más importante de un hecho y cómo afecta a la ciudadanía.

Nosotros al interior del canal, hacemos un análisis de la actividad coyuntural y también elaboramos una agenda de los temas que se deben investigar, sin embargo, si nos ha pasado que al otro día tenemos las mismas noticias, con los mismos enfoques e incluso los mismos titulares (REP:2011).

Las implicaciones en torno a que los medios se sigan entre sí, es que podría existir una monopolización de las fuentes informativas, y que no se investigue a fondo un hecho porque los medios privados “se consultan entre ellos”, lo que además pone en tela de duda cuál es el verdadero rol de la construcción de una agenda del medio, si eso se llega a cumplir 100% o en qué porcentaje se lo hace.

Retomando el proceso de producción de noticias, a continuación en detalle la metodología que se sigue para sacar un noticiero por televisión, para ello se siguen 3 etapas de trabajo: preproducción, producción, y postproducción.

a) La preproducción: esta etapa abarca las fases de guión, la disposición del equipo de realización (medios técnicos y personal humano), así como la creación de propuestas como lineamientos iniciales de realización, que en el caso de la actividad noticiosa se refiere a determinar las preeminencias en las posibles áreas de intervención, según su grado de interés social y actualidad. Como resultado, se diseña un esquema de coordinación donde se indican todos los elementos que intervendrán en la producción televisiva, para que todo el equipo esté informado y preparado.

En este proceso se presentan problemas como los detallados por uno de los asistentes de camarógrafo:

El gran problema que tenemos es que en las instituciones públicas o privadas, en las ruedas de prensa, los relacionadores públicos no saben tratar a la gente ni dónde ubicarnos a nosotros, y eso perjudica al sonido con el que sale la grabación porque hay mucho ruido además, cuando al entrevistado le ponen en lugares donde no está bien iluminado o está en contra luz. Nos ubican en sitios angostos, sobre todo en Ministerios porque no han pasado por un medio de comunicación, peor en televisión (ASISCAM:2012).

Para llegar al lugar de cobertura, el asignador o asignadora de noticias, informa al equipo periodístico sobre el tema de la cobertura, la dirección del lugar y la hora en que deben estar para realizar la grabación.

b) La producción: es la etapa propiamente de realización en el terreno, con la grabación de imágenes y sonidos por parte de los reporteros gráficos, y la búsqueda de información de toda índole proveniente de las fuentes, por parte de los periodistas corresponsales. Todos los participantes actuarán según las directrices establecidas durante la preproducción, pero, debido a la dinámica de los hechos noticiosos, estarán en todo momento atentos a las variables que puedan surgir, y que podrían determinar modificaciones radicales en lo planificado, a fin de asegurar la inmediatez y efectividad en la captación de la noticia.

A los equipos actuales de producción televisiva en exteriores se les identifica como ENG (Electronic News Gathering), sigla en inglés que reconoce para la denominación de Producción Electrónica de Informativos. El equipo lo integran tres personas: un reportero, que realiza las entrevistas y las presentaciones, un operador de cámara de vídeo portátil, que realiza el encuadre y control de la imagen, y un ayudante que se encarga de las cuestiones de sonido, del transporte del material auxiliar y del mantenimiento de toda la técnica. El material grabado por un equipo ENG se lleva a la sala de edición, donde se seleccionan las partes de mayor calidad, intercalándose con la presentación del reportero, y matizándose su banda sonora para conformar la pieza informativa.

c) **La postproducción:** luego de concluir la cobertura informativa en el terreno, se procederá a realizar su complementación con la labor de postproducción, cuyas tres áreas más importantes son: la edición, la sonorización, y los efectos especiales.

- Con la **edición** se procura dotar de coherencia al conjunto de imágenes con el fin de transformarlo en un producto para el espectador, así como incorporarle otros elementos no obtenidos en el terreno –como imágenes de archivo, o entrevistas a fuentes complementarias-. La edición asegurará, sobre todo:
 - El orden de las tomas.
 - Su duración temporal.
 - El ritmo general del producto noticioso.

Según uno de los editores del noticiero estelar, la elección de las imágenes es su responsabilidad, sin embargo, el reportero si puede aportar con ideas.

La responsabilidad es toda mía. Muchas veces viene el reportero y me pregunta ¿cómo hacemos el reportaje?, entonces yo pregunto de qué se trata. Primero armamos la locución y los bytes (que son extractos más importantes de la entrevista), viendo las tomas que tenemos recién voy dando cuerpo al reportaje. El empezar es super difícil, una vez empezado ya es más fácil, pues va tomando forma. Una vez terminado pasa por los filtros de los directores y posteriormente sale al aire”.
(EDIT:2011).

En Ecuavisa sí existe una prohibición de vigilar qué imágenes se utilizan para elaborar las notas, sobre todo imágenes que podría causar molestias o que sean “fuertes” relacionadas con sangre, cuerpos inertes o incluso temas de violencia física o sexual, por ello al momento de editar un reportaje, el director de ese noticiero debe estar presente para evitar la sobre utilización de imágenes que afecten contra su política editorial.

- La **sonorización** permite incorporar una banda sonora -ya sea musical, de voces o sonidos-, en el producto noticioso, pues este tiene que ser una recreación del hecho real, por lo que habrá que asegurar la reproducción de todo su ambiente, pero mediante este proceso, aplicando filtros sonoros para resaltar lo que se desee, y asegurar que la narración en off o en cámara resulte adecuada.

El incorporar música o sonidos (que sean extras a los sonidos de ambiente), dependen de qué tipo de información se trabaje y sobre todo cuál es la intención de ese reportaje.

Es mucho mejor que la edición sea limpia porque si tú pones efectos y musicalización, le haces una post-producción al video, es un complemento sí, pero se podría caer en el error de restar la atención a la información que brinda el reportaje (EDIT: 2012).

- **Los efectos visuales especiales** crean ilusiones ópticas por medio de la manipulación de las imágenes grabadas, lo cual se ha convertido en una de las características peculiares de la televisión contemporánea, aunque, naturalmente, en el caso de la producción noticiosa deben manejarse con especial cuidado, a fin de que no anulen el mensaje de la realidad sobre la que se informa. En todo caso, se emplearán para reforzar y hacer más evidente dicha realidad.

En el proceso de cobertura noticiosa para la televisión es habitual la transmisión en vivo desde el escenario de los acontecimientos, por lo cual las etapas de producción y postproducción se integran, ya que el producto no se trabaja en una sala de edición previamente a su salida al aire. Para esto se emplean unidades móviles dotadas de un enlace de radiofrecuencia que les permite conectarse con la emisora de televisión y transmitir de ese modo en directo. Las unidades móviles pueden ser:

- **Grandes:** pueden emplearse como salas de control semejantes a un estudio de televisión, e incluso puede llegar a desmontarse el equipamiento del vehículo que lo transporta y ubicarse en un local interior. Son imprescindibles en las coberturas noticiosas a gran escala.
- **Medianas:** dotadas de una sala de control más pequeña, con el equipamiento mínimo para dos cámaras de estudio ligeras. Son empleadas tanto para transmisiones en directo, como para grabaciones previas que serán posteriormente editadas.
- **Ligeras:** son las habituales para los equipos de trabajo ENG. Se conforman por dos cámaras ligeras, un pequeño vídeo y una editora portátil, y permiten montar las cámaras en el techo del vehículo que las transporta. Se utilizan para grabar en la escena con vista a una edición posterior, para emitir en directo desde el sitio, o para transmitir hacia otra unidad móvil.

Concordancia de audio y video

Son los televidentes quienes más ganan cuando las palabras que escuchan se corresponden con las imágenes que ven en la pantalla, como consecuencia de un adecuado acoplamiento entre audio y video en la producción televisiva. Para ello los reporteros como los productores realizan las siguientes dos reglas:

1. Escribir primero las imágenes.
2. No hablar de algo que no se esté mostrando visualmente.

Problemas al momento de procesar la noticia

Son muchos los problemas que surgen al interior de la sala de redacción al momento de procesar las noticias, sobre todo cuando cada uno de sus actores ejerce cierto poder sobre los demás, esto se compara con lo que para Bourdieu es el espacio social.

El espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen unas en relación con las otras. El “valor” de una posición se mide por la distancia social que la separa de otras posiciones inferiores o superiores, lo que equivale a decir que el espacio social es, en definitiva, un sistema de diferencias sociales jerarquizadas en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado (Bourdieu, 1992: 73).

La sala de redacción de Ecuavisa representa un espacio social en el que los agentes se ajustan y acostumbran a las distancias que se establecen en sus distintas funciones, registrándose cierto conformismo necesario para el funcionamiento del sistema social.

Bourdieu recurre nuevamente a la metáfora del juego para dar una primera imagen intuitiva de lo que entiende por campo: éste sería un espacio de juego relativamente autónomo, con objetivos propios a ser logrados con jugadores compitiendo (a veces ferozmente) entre sí y empeñados en diferentes estrategias según su dotación de cartas y su capacidad de apuesta (capital), pero al mismo tiempo interesados en jugar porque “creen” en el juego y reconocen que “vale la pena jugar” (Bourdieu, 1992: 73). En cada momento, las relaciones de fuerza entre los jugadores definen la estructura del campo. Esto no es todo:

Los jugadores pueden jugar para aumentar o conservar su capital, sus fichas, es decir, en conformidad con las reglas tácitas del juego y con

las necesidades de la reproducción del juego y de los intereses en juego; pero también pueden trabajar para transformar parcial o totalmente las reglas inmanentes del juego (Bourdieu, 1992: 75).

Así, el agente que ocupa la posición de empleado o de patrón, de sub-oficial o de oficial superior, de padre o de hijo, de dirigente deportivo o de simple practicante, puede muy bien desaparecer físicamente sin que la posición deje de existir, quedando ésta disponible para otro agente.

Posiciones contrarias

Al interior de la sala de redacción cada función es estratégica al momento de cumplir con el proceso de producción de noticias, pero las decisiones que se tomen entorno a los enfoques de los temas, la jerarquización dentro del espacio televisivo y los actores que se deben incluir genera más de un conflicto.

En relación a los conflictos que se dan al interior de la sala de redacción, retomamos nuevamente a Bourdieu cuando se refiere a las relaciones en el campo social y la posición que ocupan los actores sociales.

La acción social es explicada en términos de estrategia, partiendo de la hipótesis de que, según una lógica de costo-beneficio, el actor social selecciona aquella alternativa que, entre las que le brinda el sistema de relaciones, considere acorde a sus intereses ligados a su posición dentro de este sistema (Bourdieu:1994:17).

Retomando la teoría de Bourdieu dentro de nuestro estudio, cada uno de los miembros de la sala de redacción de Ecuavisa persigue sus propios objetivos dentro de la empresa y por ello se registran una serie de conflictos a todo nivel. Uno de los roces más comunes se da entre los directores de los noticieros y los reporteros.

Por un lado el reportero a veces considera que un tema no es noticioso y espera que debería cubrirse otro hecho que él considera de mayor importancia, entonces, el primer conflicto se da porque el director (que en el orden piramidal tiene más autoridad que el reportero), ordena al periodista cubrir una noticia con el enfoque que a él le parece el correcto, (en este punto es necesario puntualizar en que hay ocasiones en las que hay compromisos con amistades u órdenes de la cúpula de empresa para cubrir eventos de

instituciones privadas que no aportan al contenido noticioso), mientras que el reportero se siente que se está dejando de lado el tema que a su criterio es “más importante” o de “trascendencia social” y no se cubre por destinar tiempo a temas que a su opinión no son relevantes.

Según el Director Regional de Ecuavisa, son comunes las peleas al interior de la sala de redacción, en donde, a su criterio cada uno de los actores intenta defender su pequeño espacio de decisión sobre los contenidos noticiosos.

El periodista a veces propone una forma de hacer la noticia, el jefe le propone otra, y quizás el jefe está influenciado por el dueño, o porque sencillamente le dio la gana desde el poder que tiene porque la noticia hay que cubrirla de esa manera, entonces simplemente le ordena al reportero y él no está de acuerdo y la hace de mala gana (DIR.: 2012).

Al momento de planificar las coberturas, también se dan casos en los que los reporteros se sienten “relegados” si reciben una asignación a un tema “propio” relacionado con la promoción de una empresa privada o un “publirreportaje”, para cumplir con órdenes de los dueños del medio.

En relación a la construcción de agenda, los dueños de Ecuavisa tienen injerencia sobre los temas que se abordan en dos sentidos, el primero es político y el segundo es económico.

El político cuando tienen que ver con la promoción o desprestigio de partidos políticos, candidatos a dignidades públicas, etc. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales de este año, uno de los directores de Ecuavisa reconoció que al inicio de la campaña se destinaron más reporteros y tiempo al aire a candidatos de la oposición e incluso se refirieron gran parte del noticiero estelar a las investigaciones en torno a los casos relacionados con el presidente Correa con el fin de desprestigiarlo.

Durante la planificación para las coberturas, son los directores nacionales (que se encuentran en constante contacto con los dueños del medio) quienes deciden qué se hace durante las campañas políticas, qué tiempo se destina, con qué objetivos e iniciar investigaciones sobre casos que vinculen al Ejecutivo para influir en la opinión ciudadana el día de los comicios.

En el caso del presidente de la República, los escándalos del primo Pedro Delgado fueron relacionados hasta el último día de la campaña, pero no por un interés periodístico, sino por un interés de vincularlo con un caso de corrupción, y lo mismo ocurrió con el candidato a la Vicepresidencia Jorge Glass, que lo trincharon digamos, con dos espadas de Damocles, la de su padre que fue acusado de violar a una menor de 13 años, y el título de la ESPOLE que no fue un trabajo hecho por él. (DIR:2013).

Según el director de noticias, estas órdenes se dan desde las más altas jerarquías del canal con el fin de influenciar a la audiencia y reforzar el poder del medio televisivo.

En el sentido económico, ni los reporteros, ni directores, ni colaboradores en general dejan de reconocer que muchas veces por defender contratos multimillonarios con empresas locales o transnacionales se alteran los temas de la agenda mediática.

Uno de los ejemplos más claros es la pugna entre el gobierno y Ecuavisa por el contrato de fútbol donde se juegan millones de dólares por las transmisiones de los partidos que incluso se venden en el extranjero y en canales locales.

Este caso se registró cuando el Gobierno Nacional compró los derechos para las transmisiones del Campeonato Nacional de Fútbol, y Ecuavisa rechazó este hecho, lo que incluso provocó un conflicto con la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Para hablar de este tema se destinaron diariamente más de siete minutos al tema deportivo debido a que se trataba de defender los intereses económicos de la empresa.

El acceso a las fuentes de información

Uno de los problemas que en la actualidad tienen los periodistas, es acceder a las fuentes oficiales que a su criterio se han cerrado completamente, lo que ha hecho más difícil contrastar información por la falta de datos o declaraciones que podrían completar una noticia.

Según los reporteros las fuentes oficiales han cerrado las puertas, no quieren dar declaraciones o piden que manden correos electrónicos detallando las preguntas que se realizarían en caso de aceptar una entrevista.

Para completar la noticia generalmente en el reportaje los periodistas dicen que han buscado las versiones oficiales, sin embargo, no se han podido conseguir sus declaraciones.

Es complicado conseguir documentos, datos, estadísticas, porque ahora la información está centralizada a los jefes o a los directores de los ministerios o a los propios ministros, entonces si no habla el ministro, ningún otro funcionario puede hablar, entonces te complica la cobertura, por eso ahora se dan muchos más errores y podemos visualizar en los medios de comunicación muchos más errores de estadísticas, de información, de apreciación, porque no existe la fuente oficial, o porque tú conseguiste la información de alguna manera y no tienes con qué contraponerla verificarla (REP:2012).

A criterio de los directores de noticias en la actualidad se vive una situación muy tensa pues por una decisión política del actual gobierno, los funcionarios públicos o pueden dar declaraciones a medios privados, lo que no permite la contrastación y verificación de la información.

Para los directores del noticiero, una de las maneras para cubrir los vacíos que dejan la falta de declaraciones oficiales sobre los temas de interés para la sociedad es el uso de la información que circula por las redes sociales. En Facebook y Twitter se registra una serie de pronunciamientos y declaraciones que se reflejan incluso en las páginas web de los mismos ministerios y organismos de control que podrían ser utilizados para complementar las notas periodísticas.

El tiempo

Uno de los principales problemas de los periodistas al momento de realizar las coberturas y posteriormente procesar la información para elaborar un reportaje es la falta de tiempo.

Cada vez es más difícil movilizarse en Quito, y en Ecuavisa la tecnología no está tan avanzada como en países desarrollados, pues los reporteros deben regresar al medio para procesar las imágenes y editar sus reportajes.

Como lo veremos en el siguiente capítulo, en medios de comunicación en Estados Unidos, e incluso en países de América Latina, los reporteros no regresan a los medios a los que pertenecen, pues se transportan en vehículos desde donde pueden editar mientras se dirigen a otras coberturas o hacia sus hogares.

Lo que están luchando es por la primicia, por tener impacto en la nota, no importa si le van haciendo daño a medio mundo, quieren ser los primeros en informar pero en eso de ser primeros implica el no respetar cuestiones legales, constitucionales, que tú verifiques, que confirmes, que tengas la otra versión, pero por el afán de ganar a la competencia y de ser primero cuentan cualquier versión que se les daba en el micrófono o en la cámara (DIR:2011).

El horario para asignar una noticia es a las 9 de la mañana, y dependiendo de la noticia, los periodistas tienen un tiempo aproximado de 2 a 3 horas. Uno de los beneficios es la facilidad de los contactos, sin embargo, el periodista está sujeto a la disponibilidad de tiempo de los protagonistas de la noticia para realizar las entrevistas.

Cuando el tema “no da”, o no se puede cumplir con una rigurosidad periodística que garantice la calidad de la información, ese tema no sale al aire hasta tener los elementos necesarios para sacar al aire un reportaje relativamente completo.

Hay ocasiones en que entra de por medio el tema de la competencia, a veces la competencia logra conseguir mucho más rápido la información, contrastar rápidamente las fuentes y es el tema que más nos preocupa, a veces. En mi caso yo me he preocupado de que no afecte el tema de la competencia, sino de hacerlo tarde pero bien, contrastado, verificado, documentado. Es un tema de todos los días, complicado sí, pero se te va haciendo una rutina (REP1:2011).

El tiempo puede ser un enemigo al momento de informar, pues los medios por sacar una noticia primero y llevarse la primicia pueden “pecar” de desinformar o sacar información no verificada lo que podría perjudicar a la imagen y credibilidad del medio.

Cuestionamientos a los periodistas

Uno de los problemas actuales es el rechazo que los periodistas reciben desde la ciudadanía e incluso desde los organismos de control o incluso desde las instituciones públicas, el trato a los periodistas se ha deteriorado.

Ahora todo el mundo se siente con el derecho de agredirte, de insultarte, de llamarte mentiroso, de gritarte corrupto, por el hecho de buscar información, ese tipo de problemas los enfrentamos los periodistas. Gente que tiene miedo y que tiene buena información, pero por miedo se te esconde, se te corre, te cambia el número de teléfono, ya no te escribe, ese tipo de problemas enfrentamos ahora, es mucho más difícil ahora informar a la gente, porque es más complicado conseguir información (REP:2011).

El 80% de los periodistas entrevistados fueron agredidos verbalmente en las calles durante sus jornadas de trabajo, por lo cual incluso algunos debían retirarse su carnet de identificación del medio cuando se encontraban en lugares públicos para evitar confrontaciones.

En el año 2007, se creó el espacio “El defensor del televidente”, que tenía como objetivo principal, mostrar los cuestionamientos a los periodistas en un programa en que el comunicador interactuaba con la comunidad respondiendo sus inquietudes y “defendiéndose” de algún error que hubiese podido escapársele en una nota periodística.

Este espacio fue conducido por el actual presidente de Fundamedios, César Ricaurte, quien también tiene experiencia en medios escritos y salió del aire por falta de sintonía.

Herramientas tecnológicas y presupuesto

Otro de los problemas que se registra al interior de la sala de redacción, es la falta de herramientas, lo que produce que el proceso de producción de noticias sea cada vez más lento y así provoque una serie de peleas que se producen a la hora de cumplir con los horarios de transmisión de las distintas emisiones del noticiero.

Las horas de edición están establecidas de tal forma que cada uno de los reporteros tiene un editor que se encarga de graficar la nota, sin embargo, los horarios para cubrir las noticias varían dependiendo de las horas en las que se registren los hechos. En este contexto los periodistas pelean por hacer respetar su espacio dentro de la redacción.

Los medios de comunicación no invierten en tecnología de punta y entonces el proceso para elaborar una nota se hace muy lento porque son editoras viejas, o no hay micrófonos o un sinnúmero de cosas que se dan al interior, o simplemente porque existimos personas que tenemos un carácter diferente (DIR; 2012).

La falta de más herramientas que permitan agilizar los procesos suele ser una de las causas de los roces entre periodistas, quienes esperan cumplir sus jornadas en el menor tiempo posible, con el fin de cumplir con los horarios de los noticieros.

Coberturas especiales

La cobertura de protestas públicas debe cumplir algunas premisas, pues la presencia de la televisión puede ocasionar la sobreactuación de los participantes, por lo que el código del canal obliga a tomar en cuenta las siguientes normas:

- Evitar el uso de calificativos que desnaturalicen o califiquen la actuación de los participantes, así como la actuación de las fuerzas del orden. No deben usarse expresiones como “violencia explosiva”, “brutalidad policíaca”, “gobierno impopular”, etc.
- Los sustantivos “motín”, “insurrección”, “revolución”, y otros parecidos, deben ser utilizados únicamente cuando estén plenamente justificados.
- En el caso de un disturbio peligroso debido a la violencia creciente, debe concluir la cobertura, aun cuando la competencia no hiciera lo mismo.
- Hay que cuidar la integridad física del personal que actúa, y disponer las medidas necesarias para que pueda desempeñarse con seguridad y responsabilidad en la evitación de riesgos. Siempre será discrecional, por parte del reportero, continuar con la cobertura o abandonar la escena, retirándose hacia una situación de menor peligro.

Al realizar las entrevistas para este estudio, los periodistas y camarógrafos aceptaron que muchas veces se ha realizado el trabajo sin pensar en los riesgos y sin proteger su integridad física.

He estado en conflictos armados, estuve en la guerra en Colombia, vi morir a un reportero y a un camarógrafo de RCN a cinco metros de distancia, fue terrible y ya estaba adentro, no tenía a donde correr, simplemente guarecerme un poco, pero seguir grabando, y eso es el tema de trabajar en periodismo. Me encomiendo a Dios y le digo "tú me pusiste aquí, y solo cuídame (CAM:2011),

Dentro de las obligaciones del medio está la de disponer las medidas adecuadas para que los equipos empleados en dichas coberturas no sean afectados por la violencia con que se desarrollen los acontecimientos. Así lo corrobora uno de los camarógrafos más reconocidos por su trabajo en coberturas de peligro.

Una de las coberturas más peligrosas fue el 30-S. Lo más duro y complicado fue cuando el ejército entro en camiones, entraron disparando, no sé si fue balas o perdigones, fue algo que nunca olvidaré, incluso la policía disparaba y había muchísimo gas lacrimógeno. Varios compañeros nos tiramos al piso para no ingerir tanto gas. En ese momento la cobertura y el trabajo pasan a segundo plano, pues uno piensa en la vida de uno mismo, que corre riesgo (ASIS:2011).

En las entrevistas que realizamos a camarógrafos y reporteros, dos de ellos fueron heridos por perdigones en una protesta y un camarógrafo fue amenazado de muerte por grabar

imágenes en un operativo de seguridad.

En casos de este tipo, Ecuavisa se ha responsabilizado con los gastos médicos e incluso la difusión de estos hechos para la interpretación de su audiencia.

En casos que atenten contra la seguridad del reportero, como por ejemplo en el 2006, el periodista Mario Guayasamín quien en ese año realizaba investigaciones de temas judiciales, elaboró una nota sobre Óscar Caranqui, quien habría liderado una red de narcotráfico en ese año y posteriormente (2009) fue condenado a 16 años de prisión.

Después de dos horas de sacar la nota al aire, el mismo Óscar Caranqui se comunicó con Guayasamín amenazándolo a él y a su familia de muerte si se atrevía a seguir con la investigación, en este caso, Ecuavisa dispuso el servicio de un guardaespaldas que acompañaba al periodista diariamente a realizar sus coberturas.

Campañas políticas

En nuestro país, las campañas políticas se registran periódicamente, y ofrecen una sucesión de hechos noticiosos, en los cuales la función de un medio de comunicación es la de actuar como un nexo entre los hechos y la ciudadanía, y para cumplir dicha misión, lo que se espera es abrir todos los espacios disponibles para dar cabida en sus noticieros y programas especiales a todos los hechos de interés público que fundamenten el debate así como la comprensión de los afanes populares y la interpretación que hagan los políticos sobre los mismos.

Para que este servicio informativo y de orientación no se convierta, no parezca convertirse, en una acción propagandística a favor de un determinado candidato, la posición editorial de Ecuavisa recomienda a sus periodistas lo siguiente (detallado en su código de ética):

- Ecuavisa se denomina “imparcial” como medio de comunicación, y no actúa al servicio de ningún partido político, dirigente o candidato. Se reconoce el derecho de todos, como ciudadanos en una sociedad democrática, a tener ideas y preferencias políticas. Pero como periodistas no pueden los profesionales de la prensa actuar públicamente en términos de militancia que afecten su imagen de imparcialidad individual y la del medio al que pertenecen.

A este primer precepto, la opinión del director regional de noticias se contrapone al hablar de Ecuavisa como un medio “imparcial e independiente”.

Eso de la “imparcialidad”, la “objetividad” y de la “ética periodística”, se quedó en los foros estudiantiles, en los foros periodísticos de la gente soñadora, pero ya cuando estás ejerciendo es otra cosa y se debaten netamente temas de interés empresariales, de intereses del medio, e intentan acercarse a esas teorías de libertad e independencia, pero eso es una teoría, intentan acercarse pero así como que digamos que 5 centímetros a algo que está como a dos kilómetros de distancia. En la práctica se ejercen los derechos y lo que el empresario y el dueño considera que es noticia para ellos (DIR:2012).

A pesar de que la mayoría de periodistas que trabajan en el canal están conscientes de que estos conceptos no se cumplen en la rutina periodística, durante las entrevistas tratan de no referirse al tema por evitar conflictos con sus directores.

- Los conductores de programas noticiosos, deportivos, o de cualquier índole, así como los reporteros y demás comunicadores de Ecuavisa, no pueden pronunciarse sobre actos, sucesos o personalidad políticas en términos que inciten a favorecer o rechazar determinada candidatura o partido político.

Este segundo enunciado tampoco se cumple, pues diariamente Alfonso Espinosa de los Monteros, tiene un espacio de aproximadamente cuatro minutos en los que emite su “comentario”, refiriéndose a temas de interés que puedan afectar la imagen del canal o la credibilidad con la que según sus colaboradores cuenta este medio.

Después de estudiar los procesos de producción de noticias, los problemas al momento de procesar la información, los cuestionamientos a los periodistas a continuación analizaremos los distintos formatos que también se utilizan diariamente en los noticieros, comparando lo que establece su línea editorial, y su código de ética con lo que piensan los periodistas de este medio.

Análisis y comentarios

En muchas oportunidades, la complejidad del hecho noticioso exige el análisis del mismo. Debe advertirse, sin embargo, que en ocasiones es difícil distinguir entre un análisis y un comentario, por lo que en cada caso el reportero debe recordar normas técnicas básicas, que se incluyen en el código de ética del medio, como las siguientes:

- El análisis implica descomponer el hecho noticioso, o distinguir alguno de sus componentes para posibilitar una mejor comprensión del acontecimiento sobre el que se informa.
- El comentario incluye puntos de vista personales del periodista, como observador que emite sus opiniones en torno al hecho sobre el que se informa. En ningún caso tales opiniones deben ser emitidas por el reportero, pues afectarían la imparcialidad y objetividad, dos valores establecidos en la normativa del medio. Tal labor corresponde única y exclusivamente a los responsables de espacios editoriales, o comentaristas especializados.

El reportero (según su normativa) debería “evitar la formulación de opiniones propias, explícitas o veladas, en la presentación de las noticias. Todo análisis que realice deberá enfocar los hechos desde ángulos o posiciones contrapuestas o diferentes, puesto que su misión consiste en que el televidente reciba íntegramente la mayor cantidad de elementos que componen la noticia, a fin de que pueda formar su propia y personal opinión”, sin embargo, diariamente se registran discusiones pues los periodistas que realizan las coberturas sí opinan sobre los enfoques que habría que darle a la noticia, o lo que a su criterio consideran “más importante”, lo que analizaremos en este capítulo.

Entrevistas

Según el manual de Ecuavisa, las entrevistas deberían ser espontáneas, por lo que se prohíben los ensayos, la anticipación de preguntas, o la revisión final de las respuestas por parte del entrevistado. La espontaneidad de una entrevista no se altera cuando se invita a participar a un especialista sobre una determinada área del conocimiento público general. Se excluyen de estas prohibiciones los casos en que, por razones de seguridad, se acepte evitar un tema específico del diálogo con el entrevistado.

En el régimen de estas normas también se entiende por entrevistas a las declaraciones realizadas por varias personas reunidas en el contexto de una misma actividad, como pueden ser debates o foros.

Pierre Bourdieu señala en su obra “La Miseria del Mundo”, en el capítulo denominado “Comprender”, el autor puntualiza que al entrevistar a una persona se

desarrolla una especie de “intrusión arbitraria:” que se origina en el intercambio, sin embargo, el autor resalta la importancia de que esta interacción no sea violenta.

Tratar de saber qué es lo que se hace cuando se establece una relación de entrevista, es en primer lugar, intentar conocer los efectos que pueden producirse sin saberlo a raíz de esa especie de intrusión siempre un poco arbitraria que está en el origen del intercambio, es tratar de poner de relieve la representación que el encuestado se hace de la situación, de la encuesta en general, de la relación particular en la que se establece y de los fines que persigue y explicitar las razones que lo llevan a participar en el intercambio (Bourdieu, 1999:158).

En ese sentido, según el autor, es importante que el investigador tenga la capacidad de establecer una comunicación no violenta, sin embargo, la persona a ser entrevistada siempre está expuesta a la imposición de preguntas.

Basta con haber realizado una vez una entrevista para saber hasta qué punto es difícil mantener la atención en lo que se está diciendo (y no solo palabras) y prever las preguntas capaces de inscribirse “naturalmente” en la continuidad de la conversación, al mismo tiempo que se sigue una especie de línea teórica (Bourdieu, 1999:160).

A criterio de los periodistas entrevistados que trabajan en Ecuavisa, las entrevistas que más fluyen son aquellas que se realizan en un clima de proximidad y familiaridad, sin embargo, en temas relacionados con la política, los entrevistados adoptan posiciones que finalmente sus respuestas se reducen a monosílabos que no proporcionan ningún tipo de información útil para contrastar la noticia.

Programas de opinión

Según el Código de ética del canal, Ecuavisa promueve, en su programación regular, programas de opinión con la participación de personalidades en los ámbitos político, económico, social, institucional, y cultural, que permitan al televidente conocer los criterios de quienes mantienen un rol protagónico en diferentes ámbitos de la vida pública nacional. La planificación y desarrollo de estos programas deberán someterse a las siguientes reglas:

- Deberán seleccionarse personas que tengan la capacidad y la representatividad necesarias para que sus criterios constituyan aportes al conocimiento de los hechos que interesen o afecten a la colectividad.

- Se tendrá especial cuidado por parte de los directores de Noticias y los conductores de programas de opinión, a fin de mantener la mayor alternabilidad posible entre los participantes.
- En caso de controversias sobre diferentes acontecimientos, se deberá invitar a quienes representen posiciones contradictorias o antagónicas, a fin de garantizar el supuesto pluralismo e imparcialidad, como dos valores que figuran en el tratamiento de dichos temas.

Sobre la ‘imparcialidad’ que se describe como uno de los objetivos al interior de la sala de redacción, Garnham expone lo siguiente:

Un grupo social delimitado que persigue fines económicos o políticos, determina que significados circulan y cuáles no, que relatos se explican y sobre qué, a que argumentos se les da importancia y qué recursos culturales se pone a su disposición y a quién. El análisis de este proceso es vital para la comprensión de las relaciones implicadas en la cultura y su relación con las amplias estructuras de dominación (Garnham,1997:128).

Al interior del canal los trabajadores en el área de noticias consideran a Ecuavisa como un “medio independiente”, sin embargo, es de conocimiento general que es considerado un medio de oposición al régimen actual, e incluso sus directivos están conscientes de que sus intereses particulares son prioritarios al momento de elegir los contenidos noticiosos.

Esto podría compararse con la denominada “doble dependencia” de la que habla Patrick Champagne, cuando uno observa al periodista, lo ve como un trabajador que depende del medio de comunicación (la empresa) y también de su política editorial o gubernamental.

Los roces o conflictos al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, se dan porque los periodistas intentan reflejar la anhelada “verdad” en los hechos, sin embargo, están conscientes que hay noticias que podrían afectar a los dueños de las empresas enfrentándose así a una serie de trabas al momento de realizar su trabajo.

Componentes del noticiero

Para referirse al material audiovisual, quienes conforman la sala de redacción utilizan términos que a continuación se detallan:

- **Reportaje:** el género más utilizado en los noticieros, es una nota de minuto y medio que contiene testimonios, la locución del periodista y la información compuesta por imágenes.
- **Nota leída:** Es cuando se le ve al presentador de noticias y comienza a narrar una noticia y luego se ruedan imágenes.
- **Directo:** Es cuando se complementa la nota leída con una declaración que dura máximo 30 segundos. Los directos pueden ir solos, es decir sin una nota leída, únicamente con un gráfico y las imágenes sobre las declaraciones de un funcionario o el protagonista de la noticia.
 - **Cromas especiales:** Son gráficos realizados por el diseñador que salen al lado izquierdo o derecho del presentador, y no se ruedan imágenes sino simplemente el presentador detalla información corta mientras se muestra este gráfico pequeño y estático.

Reportajes de investigación

Los reportajes de investigación se justifican cuando los hechos, por su naturaleza, requieren de un estudio especial debido a las implicaciones que tengan en cuanto a una mejor prestación de servicios públicos, o por la afectación a los derechos ciudadanos garantizados por la Constitución Política de la República. Estos reportajes podrán ser emitidos en programas especiales autorizados por la Presidencia Ejecutiva del canal, o en los programas ordinarios de noticias, en cuyo caso deberán ser expresamente aprobados por el Director de Noticias, quien garantizará que la investigación se realizó ajustándose a lo establecido en el Código de Ética y en el Manual de Procedimientos.

Generalidades

Luego de realizar entrevistas a los directivos de Ecuavisa, canal 8, fueron analizados algunos temas relacionados con el manual de procedimientos del canal. Los temas que se detallan a continuación fueron planteados por quienes día a día elaboran, diseñan y

redactan la programación noticiosa de Ecuavisa, uno de los telediarios con mayor sintonía en el país.

Filosofía informativa

En la preparación del noticiero, los directores de Noticias y de Emisión deben tener siempre en mente el estado de ánimo de los televidentes, como consecuencia de lo cual se llega a las siguientes conclusiones básicas:

- Generalmente los reportajes tienen una carga emocional positiva, neutra o negativa. Los directores de Noticias y de Emisión deben esforzarse por evitar bloques de noticias con el mismo tipo de carga emocional, así como que las mismas sean intercaladas arbitrariamente.
- Una larga lista de temas negativos dejará a los televidentes con un mal sabor en la boca, pues nadie se siente bien cuando está sometido a una carga de noticias cuyo principal impacto es emocionalmente negativo.
- Si los reportajes se ofrecen como un vaivén entre historias positivas y negativas, los televidentes pueden ser incapaces de adaptarse de una manera tan rápida e inesperada a los cambios de ánimo. Lo mismo ocurrirá con los presentadores, que estarían obligados a conducir una especie de montaña rusa, en las que habrían de alternar sonrisas y caras de pesar, de un instante a otro.
- Los directores de Noticias y de Emisión deben estar conscientes de que la carga emocional de un noticiero puede ser modulada, basándose en su compromiso de brindar equilibradamente reportajes y noticias de contenido emocional diferente, con la intencionalidad de ofrecer una perspectiva positiva como tendencia general.
- Además, se trata de evitar que si el televidente se encuentra en un estado de ánimo predominantemente negativo, culpe de ello a los presentadores o al noticiero, en vez de aceptar su responsabilidad en cuanto a sus propios sentimientos.

Código de Ética de Ecuavisa

El Departamento de Noticias de Ecuavisa tiene un código de ética, (al que nos hemos referido durante todo el capítulo), considerado un instrumento que el canal ha elaborado sobre la base de que *“la ética es una preocupación permanente, un material de trabajo destinado a garantizar la credibilidad”*, que constituye la base en toda empresa periodística.

El fundamento para eso está en que a pesar de que en un noticiero de televisión las noticias son trabajadas con notable rapidez, sí deben ser confirmadas, pues de ningún modo es ético informar sobre rumores.

Desde el año 1972 (un año después del inicio de operaciones de Ecuavisa), su Código de Ética se creó con el objetivo de ir más allá del simple cumplimiento de deberes y normas, su afán era el de crear un alto grado de conciencia sobre la responsabilidad social que debe tener todo periodista.

Cada cuatro años, este documento se ha “renovado” con información adaptada a las nuevas herramientas tecnológicas, sin embargo, sus principios no cambian. Este documento es modificado con la participación del dueño del medio, el representante legal (Quito y Guayaquil) y los directores nacionales, regionales y locales.

Estas normas concretan los deberes y los derechos, los valores incluyen sus ideales socio-culturales, y las virtudes acercan a la práctica del denominado “buen periodismo” y evitar incurrir en faltas éticas.

En términos generales, ¿qué exigen al periodista los códigos de ética? Pues, virtudes como: integridad, honradez, veracidad, profesionalidad... Así como también valores e ideales sustentados en la práctica de la tolerancia, pluralismo, paz, democracia, justicia... De modo que en el ejercicio de su profesión pueda cumplir y hacer cumplir las normas y deberes establecidos, con responsabilidad y compromiso hacia la justicia social.

El código de ética está relacionado con varios lineamientos. Así, hay principios éticos para el actuar político, en relación a la aceptación de regalos y de invitaciones a almorzar, sobre qué hacer cuando el órgano de prensa se equivoca, y es indispensable

corregir esos errores, etc. Todo este enfoque deja muy claro qué se puede y qué no se puede hacer dentro del Departamento de Noticias, sin embargo, lo escrito en este documento está alejado de lo que sucede en la realidad.

Cuando realizamos el trabajo de campo, 10 de los 12 periodistas entrevistados, reconocieron que el documento se les fue entregado la fecha en la que ingresaron a trabajar en el canal y lo compararon con una “biblia guardada en una caja fuerte”, como un documento poco sagrado que no representa un referente diario.

A su criterio, cada uno de los estatutos descritos en este documento detalla los conceptos de ética comunicacional básicos, información que incluso un profesional de la Comunicación recibe en la Universidad.

De lo que me acuerdo era algo así como tener siempre los dos lados de la noticia, que los temas sean investigados, que no se acepten almuerzos con políticos, que no se comparen con grupos económicos, etc., esa información no es nueva, porque nosotros por intuición y profesionalismo nos guiamos para hacer nuestras notas y no es una herramienta de uso diario (REP:2012).

Los directores por su parte, reconocen que existe la preocupación de que no se cometan errores sobre todo fallas que queden en la consciencia de la sociedad, pues su temor es ser juzgado fácilmente por un error que podría costarles su credibilidad.

En la actualidad incluso los periodistas que han ingresado en el período comprendido entre el 2011 y el 2012 reconocen que este documento ni siquiera es consultado ni entregado a los comunicadores que integran el equipo de redacción del noticiero.

A criterio del Gerente General de la estación, en la Constitución del Ecuador del 2008, existen temas que se replican en el Código de ética, e incluso menciona que muchos de sus principios tienen que ver con artículos que ya se encuentran en la Carta Magna, como “contrastar la información”, “verificar las fuentes”, “confirmar información de denuncias”, entre otros temas.

Los medios, ¿grandes negocios?

Para finalizar este capítulo y antes de exponer cómo se producen noticias en otros países de América Latina, es importante señalar que queda en evidencia que los intereses de los

medios de comunicación privados claramente desvirtúan el papel informativo que deben tener todos los medios de comunicación sobre todo si cuentan con un código de ética que en casi todas sus páginas pregona el ejercer un periodismo “imparcial, objetivo y responsables”.

En las entrevistas realizadas, sus actores aunque están comprometidos con sus trabajos, reconocen que hay noticias que se manipulan a conveniencia de los dueños y que en no existe ningún tipo de comunicación entre los propietarios del medio y quienes realizan las coberturas, es decir, no existe un debate sobre lo que se “debería” mostrar.

Como señala Patrick Champagne, los medios son empresas que están sujetas al factor económico, y a las leyes del mercado, por ello su autonomía estará siempre en riesgo (Champagne;1998:237). Según el autor, los medios siguen la “lógica de las utilidades, antes que la lógica de las consideraciones éticas y deontológicas”. (Champagne:1998:238). En esta investigación, los periodistas han confesado que su oficio está condenado a un trabajo bajo presiones políticas o económicas debido a que responden a sus intereses y en la mayoría de los casos temen perder el sustento para sus familias.

En este capítulo se ha realizado una descripción del proceso de producción de noticias y las rutinas al interior de Ecuavisa, así como también se ha planteado cuáles son los problemas que se generan para quienes trabajan en el medio de comunicación en estudio, sin embargo, es importante analizar cuáles son las implicaciones finales que afectarían al contenido como producto final que se muestra a la audiencia en general.

Arriesgar la calidad por la inmediatez: Esta es una de las implicaciones más graves sobre todo en el trabajo en televisión. La falta de tiempo provoca que cada vez se identifiquen más imprecisiones en los reportajes e investigaciones, esto por falta de tiempo para comprobar los datos, verificar las fuentes y sobre todo (en la actualidad), por la falta de acceso a las voces oficiales. El actual Régimen ha criticado los errores de los periodistas de prensa, radio y televisión, de sacar cifras, declaraciones o noticias que las consideran “falsas” o “poco veraces”, acusaciones que tampoco se han podido defender en su totalidad.

Después de haber realizado las entrevistas a quienes trabajan en la sala de redacción de Ecuavisa, todos los periodistas están conscientes de que el hecho noticioso es una construcción y por ello deben ser minuciosos al momento de procesarlo y reconocen haber sido presionados para dejar la nota “como está” para sacarla en vivo por cuestión de tiempo.

Los medios siguen a otros medios: Ésta es la hipótesis de nuestra investigación que finalmente (y después de haber realizado el trabajo de campo), se comprobó cuando los mismos directores confesaron que reflejan los mismos temas que los periódicos ponen en sus primeras planas, incluso utilizando los mismos enfoques.

El tema de la “competencia” y la “primicia”, son dos conceptos siempre presentes en los discursos de los directores de Ecuavisa, por ello también reconocen que un requisito fundamental dentro de sus rutinas es monitorear a medios que representan su competencia directa, o que muchas veces podrían superarlos en sintonía, (como TC televisión y Teleamazonas), para saber cómo pueden “golpearlos” al transmitir primero una noticia.

Lejos de ser objetivos e independientes: la palabra “objetividad” se menciona más de 40 veces en el Código de ética de Ecuavisa y en las primeras entrevistas que realizamos (sobre todo en colaboradores nuevos), pudimos notar que utilizaban varias veces este término cuando se referían a qué características debía tener una noticia, sin embargo, a los directores de noticias que llevan más de diez años en el canal y quienes nos pidieron el derecho a la reserva al momento de sugerirles que se identifiquen con nombres y apellidos en esta investigación, fueron más sinceros que el resto al confesar que la “independencia” y “objetividad” son conceptos que se quedan en los libros y no se aplican en medios de comunicación ni públicos ni privados.

La utilización de estos dos conceptos tiene como intención el de captar más sintonía audiencia y cultivar la credibilidad de su audiencia.

Los periodistas y su papel de informar: Es muy común que los periodistas tomen posiciones al momento de informar sobre todo quienes constantemente cubren temas políticos. En Ecuavisa el periodista con más de 25 años de trayectoria, Félix Narváez, cubre la Asamblea Nacional (antes Congreso), por más de 15 años. Al conversar con él reconoció que muchas veces se ha enfrentado con legisladores en temas de coyuntura, ha

incluido sus propias interpretaciones en conflictos políticos lo que incluso ha provocado que le impongan demandas por injurias por sus notas periodísticas y esto le ha traído más de un problema.

En 2005, Félix Narváez elaboró un reportaje en el que hablaba de un supuesto “cambio de look” del entonces presidente del Congreso Nacional Wilfrido Lucero, afirmando además que para ello utilizó recursos del Estado. La ligereza de sus comentarios provocó que Ecuavisa deba rectificar la información y pida disculpas al funcionario público, pues el cambio en su apariencia se debía a un tratamiento para enfrentar el cáncer que padecía.

Los medios privados defienden sus intereses más allá del interés general: esta es la más dañina de las implicancias de un proceso de producción de noticias, lo que podría desvirtuar el trabajo de todo el equipo que trabaja diariamente en Ecuavisa, porque al momento en que los directivos deciden omitir información para proteger sus intereses dejan de lado la premisa más importante del periodismo: informar.

Durante nuestra investigación, los directores de noticias y regionales admitieron que desde que iniciaron su labor en Ecuavisa, notaron la gran influencia que tienen tanto el presidente ejecutivo como el dueño de la empresa, que son padre e hijo, (Xavier Alvarado Roca y Xavier Alvarado Robles), en el área de noticias, hasta el punto de realizar una llamada minutos antes de que el noticiero estelar salga al aire para impedir que salga un tema que podría afectar a su empresa. Esto ha provocado conflictos incluso con los periodistas que cubren las áreas políticas y económicas que se dedican a hacer investigaciones y finalmente su trabajo no sale al aire.

CAPÍTULO III

CONTEXTO POLITICO DE ECUADOR, VENEZUELA, ARGENTINA Y BOLIVIA Y SUS TRATAMIENTOS MEDIATICOS

Después de estudiar las teorías de agenda setting y newsmaking, describir las rutinas al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, además de analizar los condicionamientos en los que se desenvuelven los periodistas del medio en estudio y examinar las implicaciones generales, en este capítulo, revisaremos el panorama político de países como Venezuela, Argentina y Bolivia e insertaremos nuestro caso de estudio con el fin de enmarcar las dinámicas que se desarrollan al interior de sus salas de redacción, en un contexto regional caracterizado por la fuerte oposición entre medios y gobiernos.

En países de Latinoamérica, como Venezuela, Argentina y Bolivia, los medios de comunicación privados son reconocidos como empresas que buscan su bienestar y la defensa de sus propios intereses, generando (a juicio de sus gobiernos) información polarizada.

Para comenzar con el estudio de la labor periodística en Latinoamérica, retomamos el análisis que José Natanson hace sobre los medios como parte del libro “*¿Por qué nos odian tanto?*”, en el que el autor habla de gobiernos de “la nueva izquierda” (refiriéndose a Venezuela, Ecuador y Bolivia), y su confrontación con los medios de comunicación privados.

El quiebre del sistema de países como Venezuela, Bolivia o Ecuador, abrió un espacio que fue ocupado por los medios, que en algunos casos, lideraron a las fuerzas opositoras, pero incluso en aquellos países donde el tránsito al post neoliberalismo fue más gradual y sereno, hay conflictos entre el gobierno y los medios (Natanson,2010:15).

Es necesario reconocer la similitud entre los gobiernos de los tres países que hemos escogido analizar para este capítulo, (Venezuela, Argentina, Bolivia), en donde sus mandatarios reconstruyeron su autoridad presidencial y trabajan en una serie de reformas institucionales relacionadas en gran medida con la economía. En este contexto, los medios de comunicación en cierto sentido se convirtieron en actores políticos, posición que sin duda influye en los procesos de producción de noticias

Ecuador: La relación entre Gobierno y medios privados

En el año 2006, el Ecuador inició una importante etapa de cambios políticos, tras la victoria del movimiento Alianza País, con su candidato presidencial Rafael Correa, actual primer mandatario. Correa propuso construir una nueva alternativa de Gobierno dejando atrás lo que él llamó la “partidocracia” y las estructuras del viejo Estado.

Una de las primeras medidas del gobierno del presidente Correa, fue la convocatoria a una Asamblea Constituyente que reformara la Constitución de la República, lo que dejó como resultado la nueva Carta Magna de 2008.

Uno de los objetivos de esta nueva Constitución era el de recuperar el papel “soberano” del Estado y ponerlo a servicio de la ciudadanía, lo que provocó un giro en las políticas públicas de materia social y económica que ha generado el respaldo popular así como una fuerte resistencia al cambio por parte de sectores conservadores.

Por su parte, los medios de comunicación privados son identificados por el Régimen como la principal “oposición” al estar vinculados a grandes grupos económicos, lo que en medio de los enfrentamientos con el poder Ejecutivo, hace que se involucren en el terreno de la política con el fin de defender sus intereses.

En el 2007, (año en que el presidente Correa asumió el poder), se registraban ocho grupos empresariales que tenían el control total de los principales medios de comunicación, en radio, prensa y televisión. De estos medios, cuatro tenían una relación directa con la banca como eran los canales de televisión de propiedad de los grupos Egas e Isaías.

Otro tema importante es que en el país a diferencia de otros países de América Latina, no existían medios públicos del Estado.

Regresando al panorama político, a partir de la vigencia de la nueva Constitución de 2008, se prohíbe la inversión de los grupos financieros en medios de comunicación, lo que fue ratificado en mayo de 2011 tras la consulta popular. De esta forma canal 4 (Teleamazonas), se vio obligada a vender sus acciones, a su vez, el Estado incautó dos

canales de televisión (TC televisión y Gamatv) del grupo Isaías, además de dos canales de cable que pasaron a manos del fideicomiso de la Agencia de Garantía de Depósitos AGD.

Uno de los temas que ha generado más debate (en la relación gobierno-medios), es el proyecto de Ley de Comunicación que se debate en la Asamblea Nacional y que propone lo siguiente (detallaremos tres de los temas más importantes y más discutidos):

1.- La creación de un Consejo de Regulación (pregunta 9 de la consulta popular de 2011), que tiene como intención regular la difusión de contenidos de televisión, radio y publicaciones de prensa escrita.

2.- Los criterios de responsabilidad ulterior que deben adecuarse a los artículos 13 y 14 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Esta responsabilidad solo deberá estar dirigida a asegurar el derecho ajeno (incluyendo la reputación), la seguridad nacional, el orden público, la salud y la moral pública. Todo lo anterior jamás podrá ser interpretado como una vía para sancionar la crítica política, aun cuando resulte incómoda, ofensiva o mordaz.

3.- La ley prohíbe la “propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a violencia o cualquier otra acción similar contra cualquier persona o grupo de personas por ningún motivo, inclusiva los de raza, color, religión, idioma u origen nacional”.

En este contexto y a partir de este proyecto, la mayoría de medios de comunicación privados son considerados actores políticos lo que en el actual gobierno ha provocado más de un enfrentamiento verbal entre el primer mandatario y periodistas en general.

En el capítulo anterior dimos ejemplos concretos relacionados con nuestro objeto de estudio sobre cómo los medios de comunicación privados (que constituyen grandes empresas) han abandonado sus códigos de ética y manuales de periodismo que hablan de “objetividad” e “imparcialidad” para tomar la representación de los sectores más conservadores de la sociedad.

En el Ecuador, existen criterios divididos acerca del papel que deben cumplir los medios de comunicación, y la postura del gobierno actual que ha observado de cerca este oficio y ha provocado más de un cuestionamiento.

Al inicio del gobierno del Presidente Rafael Correa, la relación con los medios de comunicación se ha visto inmersa en una serie de conflictos ocasionados por un lado por serias acusaciones que vienen desde el Régimen y por otro lado, desde los medios a la falta de autocrítica y el rechazo a una normativa legal para la regulación al ejercicio de informar.

Según Gustavo Abad, detrás de los constantes enfrentamientos se visualizan debilidades de parte del gobierno actual y de los medios de comunicación.

En este cruce de discursos emocionales, el gobierno solo reconoce una condición de los medios “corruptos”, y los medios una sola del gobierno “dictatorial”. La munición gruesa que intercambian día a día, parece el reflejo de dos grandes poderes en pugna. El ruido se asemeja a un choque de trenes con toda su potencia, sin embargo, cuando se hace el silencio, salen las debilidades de parte y parte (Abad,2010:187).

Como citamos anteriormente, el tema más discutido y producto de enfrentamientos más seguidos entre el gobierno y los medios de comunicación es el proyecto de Ley de Comunicación en 2009, año en el que se establecieron una serie de mecanismos para regular la comunicación en general con la distribución y concesión de frecuencias, así como la creación de veedurías (con participación de miembros del Ejecutivo), y la figura de “responsabilidad ulterior” respecto a las consecuencias sociales de los mensajes mediáticos.

Según el periodista y corresponsal para medios internacionales Paúl Mena, se ha desarrollado una campaña de desprestigio hacia los periodistas en el país, y ha aumentado la autocensura debido a procesos judiciales que se han llevado a cabo desde el Régimen del Presidente Correa hacia medios privados, además de los proyectos de ley que se tramitan en el Legislativo.

El oficialismo ha diseñado cinco iniciativas legales con el fin de establecer nuevas regulaciones a la prensa en el país. A las ya aprobadas Ley Antimonopolio y Ley de Participación Ciudadana, se suman disposiciones contenidas en los proyectos de Ley de Comunicación, Ley de Telecomunicaciones y nuevo Código Penal, los cuales se encuentran en trámite en la Asamblea Nacional (Mena,2011:56).

Los comunicadores por su parte temen acerca del proyecto de Ley de Comunicación que prevé tratarse en segundo debate, debido a los condicionamientos a los que deben someterse en caso de que se apruebe con mayoría del voto legislativo.

La última asamblea de la SIP ha constatado que *“en Ecuador se extingue la libertad de expresión porque en parte del periodismo y de la gente existe la autocensura al momento de informar y opinar, por temor a molestar al Gobierno y por las consecuencias legales que pueda haber”*. (Convención SIP 2012).

Es en este contexto en el que se registran criterios divididos entre la posición del actual gobierno y los medios de comunicación, las organizaciones dedicadas al periodismo y organismos internacionales, concluyen en que los periodistas ecuatorianos deben desarrollar una práctica periodística independiente tanto del gobierno como de la oposición, y que no se someta a procesos de censura y autocensura.

Venezuela, la lucha de poderes: el caso RCTV:

En Venezuela, en 1989, un hecho que marcó a ese país fue la revuelta popular que sería el punto de partida para la generación de cambios políticos, económicos y sociales y lo que dio paso a lo que posteriormente se constituyó la revolución bolivariana a la cabeza el comandante Hugo Chávez Frías.

En el gobierno de Carlos Andrés Pérez, (candidato del partido socialdemócrata, Acción Democrática), luego de estar cinco años en el poder (1974-1979), su régimen contaba con una reputación de “demócrata y tercermundista”, y la realidad de Venezuela se tornaba cada vez peor: inflación anual del 29,5%, en espera de un “paquete económico” ya anunciado con la denominación “Programa Nueva Venezuela”, que se basaba en un préstamo al Fondo Monetario Internacional de 4.500 millones de dólares, que entre las condiciones estaba el abandono de las subvenciones al sector industrial, privatización de empresas públicas, una segunda devaluación del bolívar y la liberación en la fijación de precios (en particular en los combustibles), entre otras condiciones.

Con este préstamo, Venezuela tendría la posibilidad de acceder a créditos, sin embargo, las consecuencias provocaron acelerar su endeudamiento, además del aumento en un 200% el precio del pasaje de bus, medio de transporte utilizado por más de la mitad de la población.

La economía sufrió una contracción de 8,1% en 1989 y la tasa de inflación alcanzó 84,5%, la pobreza, (según cálculos de Agroplan), abarcaba a 62% de la población.

El déficit público se redujo de 9,9% a 1,7% del PIB. Se logró concretar con el FMI un programa que contemplaba el otorgamiento de \$5.000 millones en 3 años. Al inicio de 1989 las reservas internacionales se encontraban en \$6.458 millones, en diciembre de ese año reportaron \$7.546 millones. El tipo de cambio pasó de un promedio de 38,41 bolívares por dólar en enero a una media de 43,69 bolívares por dólar en diciembre de ese año.

El 27 de febrero una manifestación masiva de trabajadores que se negaban a pagar el pasaje de autobús, se produce una revuelta en el municipio de Guarenas, que en pocas horas llegó hasta Caracas.

Se registraron enfrentamientos con la Policía, así como ataques a los comercios cuyos dueños habrían triplicado los precios de sus productos. En este marco, la actuación de los medios de comunicación privados dejó mucho que desear.

Como los ingresos del petróleo eran captados por las élites económicas y sociales (incluyendo los medios de comunicación privados), la información que circulaba era sobre grupos de “delincuentes” que “robaban” comida y asaltaban bancos y unidades de Policía comunitaria.

El tratamiento mediático, sobre todo de las grandes cadenas televisivas estuvo orientado desde el inicio a fomentar temor en los ciudadanos presentando esta revuelta como una amenaza para la paz y exigiendo la actuación de la fuerza pública.

En 1992, el coronel Hugo Chávez Frías junto a otros oficiales, intentaron expulsar al presidente Pérez y tomar el poder a la fuerza con un levantamiento militar que finalmente fracasó, sin embargo, un video en el que Chávez asumía la responsabilidad de los hechos dio a conocer el nacimiento de un movimiento militar bolivariano que ofrecía atender las demandas de las mayorías populares. Después de estar dos años en prisión, Hugo Chávez, fundó el Movimiento “Quinta República” lo que lo hizo presidente en 1998.

Así como se registraron importantes procesos de cambio en Bolivia, Argentina y Ecuador, en Venezuela hubo cambios radicales que iniciaron en los 90 y dieron un giro en la orientación política del subcontinente con mayor participación de clases populares, y

sobre todo mayor independencia de ese país frente a las potencias económicas dominantes.

Desde que el presidente de Venezuela Hugo Chávez subió al poder, se han registrado conflictos entre los medios privados considerados de oposición y su gobierno, sin embargo, un hecho que marcó la ruptura entre las dos partes fue la salida del aire de RCTV (Radio Caracas Televisión), debido a la decisión de no renovar la concesión radioeléctrica llegado el tiempo de su vencimiento.

El término de esta concesión fue el blanco de críticas y protestas que desestabilizaron a ese país y provocaron un extenso debate incluso en organismos internacionales.

La concesión de RCTV se obtuvo en el año de 1987 por un lapso de 20 años, lo que caducaba en mayo de 2007. El ministerio de Telecomunicaciones de ese país no renovó la concesión aduciendo que “no se han afectado sus bienes, ni derechos”.

El presidente Chávez por su lado acusaba al medio en cuestión de ser partícipe del fallido intento de golpe de Estado que se registró en 2002, estas declaraciones las difundió en su programa “Aló Presidente”, y recordó a los dueños de canales de televisión, que la renovación de concesiones depende únicamente del Estado y podrían ser revocadas en cualquier momento.

Es así que el 27 de mayo de 2007 venció la concesión de RCTV y el canal suspendió su señal, lo que desencadenó una serie de reacciones. Por un lado el gobierno de Chávez insistía en la participación del medio durante el intento de golpe de Estado y las declaraciones del vicealmirante venezolano Víctor Ramírez Pérez, quien se habría referido al golpe de Estado diciendo “*teníamos un arma mortal: los medios, y ahora tengo la oportunidad de felicitarlos*”. (FAIR.ORG.2007).

Incluso la agencia Reuters en uno de sus reportes señaló que RCTV “apoyó abiertamente el golpe de 2002 y se rehusó a mostrar las imágenes de los simpatizantes del gobierno de Chávez que hicieron que la situación terminara a su favor”. (Venezuela's Chávez widens attack on opposition media)

Mientras que Globovisión y RCTV acusaban al Régimen de cerrar el canal y que se trataba de una medida que reflejaba el “abuso del gobierno” lo que calificaron de un “cierre forzado”.

El hecho provocó serias reacciones internacionales y un amplio debate nacional lo que representó en algunos casos, un acto de censura.

Carlos Lauría, coordinador senior del Comité para la protección de periodistas con sede en Nueva York, señaló en una entrevista al diario El Tiempo, su opinión acerca de ese hecho que se registró el 28 de diciembre de 2006, cuando el presidente Chávez anunció la resolución alegando que “*no se va a tolerar a ningún medio de comunicación que esté al servicio del golpismo, contra el pueblo, contra la nación, contra la independencia nacional, contra la dignidad de la República*”. (Citado en ¿Por qué nos odian tanto?).

Lauría rechaza este hecho considerando que fue una acción arbitraria “*que no se basó en ningún proceso transparente y que estuvo motivada por cuestiones políticas, con el fin de sacar del aire al principal canal crítico*” (Lauría,2006:154).

Como señala Elsa Cecilia Piña, en el ámbito televisivo, el canal más vigilado es Globovisión por su “crítica” línea editorial. Hasta el 2011, contra ese medio cursaban 40 causas entre juicios y procedimientos administrativos iniciados por el gobierno del Presidente Chávez.

Por su parte, el catedrático Antonio Pasqualí, (2011), evalúa el comportamiento de los medios privados en ese país y considera que sus “reacciones opositoras” han afectado seriamente el ejercicio del oficio en su calidad, especialmente por la falta de pluralismo y equilibrio al informar, sin embargo reconoce que además de que es complicada la búsqueda de información, se suma la variable de trabajar para un medio incómodo para el gobierno.

A criterio de los periodistas de medios privados, sus jornadas de trabajo representan una batalla diaria pues han recibido amenazas del oficialismo cuando se presenta información que podría afectar la imagen del actual gobierno.

Argentina: La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

En 2009 la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual inició el debate y enfrentamiento entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y los medios privados.

El proyecto impulsado por Kirchner intentaba reemplazar la ley de Radiodifusión que había sido promulgada en 1980, su objetivo era el de regular los medios de comunicación audiovisual en el ámbito territorial de ese país y desarrollar un mecanismo destinado a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de democratización, abaratamiento, y aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por un lado, analistas y académicos de ese país consideraban que se trataba de un Ley que ponía límites a la concentración de medios, mientras por otro lado, la oposición política y los medios de comunicación privados alegaron una “amenaza por controlar y censurar” el ejercicio de la prensa.

Dispone de límites a la concentración. Exige cuotas de producción propia. Habilita la participación de operadores no lucrativos de la sociedad civil y dispone de la creación de medios públicos no gubernamentales. Es un triunfo haber doblado cierta idea de que no había que regular al sector. Ningún país de América Latina tuvo una ley Integral como ésta (Becerra:2010:264).

Martín Becerra, Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona apoyaba la iniciativa, sin embargo, sostenía que aún necesitaba leyes complementarias para que no quede en papel y tinta.

En este contexto, es importante señalar el mapa mediático de Argentina y los cuatro grupos que manejan las principales empresas de comunicación.

1.- El Grupo Clarín: De origen, capital mayoritario, y gerenciamiento nacionales, tienen presencia en prensa escrita, con el diario Clarín, en radio y televisión por cable y aire (Radio Mitre, Canal 13, señal de noticias TN, entre otros), producción audiovisual, industria gráfica y servicios de internet.

2.- El Grupo Telefónica: Con protagonismo en telecomunicaciones (telefonía fija y móvil y transmisión de datos). Sus empresas son Telefé (televisión abierta, productora de contenidos, cine y marketing), y el portal web Terra.

3.- El Grupo Vila-Manzano-De Narváez: Varios grupos de los empresarios mendocinos Daniel y Alfredo Vila y José Luis Manzano (ex ministro del interior de Carlos Menem) integran el Grupo Uno, que tienen su central en la provincia de Mendoza y opera a nivel nacional en televisión abierta y por cable. Este grupo además comparte sociedad con el empresario Francisco de Narváez, como en Multimedios América (Canales América TV, América 24, Canal 10 de Junín y radio La Red y FM Millenium).

4.- El Grupo Haddad, de propiedad de Daniel Hadad, identificado con la derecha, es empresario y abogado. Compró su primera radio en 1998, sus contenidos se alinearon con el oficialismo. Es dueño de medios gráficos (Infobae, Tendencias), radios (Radio 10), canales de televisión abierta nacional (CN5 y Canal 9) y emprendimientos digitales.

Retomando el análisis de María Eugenia Ludueña, en su artículo “*todo o nada*”. *Estado y medio en pie de guerra*”, si bien esta ley no afecta de modo directo a la prensa gráfica, el grupo más afectado por esta ley es el diario El Clarín, por el impacto que tienen sus noticias incluso en los otros medios.

Los dueños de los medios de comunicación privados en Argentina se han convertido en el principal opositor del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner a partir de esta ley y otras reformas que han buscado reestructurar ese monopolio que ha tenido alto impacto en la calidad del periodismo en ese país.

El Grupo Clarín: De origen, capital mayoritario y gerenciamiento nacionales, tiene presencia en la prensa escrita, ámbito que lidera con el diario Clarín, y también en radio, televisión por aire y cable (radio Mitre, Canal 13, la señal de noticias RN son sus principales referentes), producción audiovisual, industria gráfica e internet. (Citado en ¿Por qué nos odian tanto?).

Grupo Clarín es considerado por analistas como un grupo hegemónico que intenta instalar una agenda de discusión que responde únicamente a sus intereses.

Para analizar la selección de temas de diario El Clarín, retomamos de varios autores editada por Craig Carrol, “*Corporate Reputation and the news media*”, en la que los argentinos Federico Rey y Gonzalo Peña hacen un análisis cuantitativo sobre los temas que incluye la agenda de El Clarín está compuesta por los siguientes porcentajes:

- 58,7% - temas relacionados con temas políticos que podría involucrar a empresas privadas (que pueden incluir empresas del grupo Clarín),
- 19,3% - temas relacionados con inversiones y novedades de multinacionales.
- 21,9% - otros temas generales.
- Diario El Clarín, pone en su primera plana 39,9% de noticias positivas, 31,6% noticias neutrales y 28,5% de noticias negativas.

Grupo Clarín, propietario del diario más leído de ese país, y dueño de radios, canales de televisión y servicios de internet, es considerado uno de los principales adversarios del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.

Por un lado, los críticos de la actual mandataria la acusan de “coartar la libertad de prensa al recompensar a los medios simpatizantes y silenciar a los medios de oposición”, esto en relación a la publicidad oficial que se pauta en medios afines al gobierno.

Por otro lado, gran parte del país considera que el medio tiene demasiado poder y lo utiliza a su favor con la enorme red de medios con el fin de satisfacer sus intereses económicos particulares.

Como señalamos en el primer capítulo de este estudio, la agenda de Ecuavisa está compuesta por una mayoría de temas políticos y económicos que representan el 54% (según datos proporcionados por los directores de noticias) mientras que los temas sociales y de comunidad representan un 26% y finalmente los temas deportivos y de farándula el 20% restante.

Bolivia: hegemonía comunicacional y hegemonía política

En el caso boliviano, el presidente Evo Morales ha criticado la postura de algunos medios de comunicación a quienes los acusa de trabajar pensando únicamente en los intereses de los empresarios mediáticos y de aliarse con los partidos tradicionales como Movimiento Nacionalista Revolucionario, el Movimiento de Izquierda Revolucionaria y Acción Democrática Nacionalista.

Cualquier cobertura informativa contraria al gobierno lleva a que el Presidente insista en que la prensa está en su contra. "*¿Acaso los empresarios no más tienen derecho a tener televisión? Nosotros los hermanos aymaras y quechuas también tenemos derecho a tener radio y televisión, compañeros, y ahí también diremos la verdad ante el mundo*", declaró en mayo de 2006 Evo Morales.

En enero de 2006, el gobierno de Morales planteó a los medios de comunicación en general trabajar apegados los sectores sociales olvidados lo que representaría la mayoría de ese país.

Uno de los conflictos que se ha registrado en ese país es la pelea entre el primer mandatario y la cadena privada de televisión "Unitel", la cual fue criticada por Morales quien denunció a sus propietarios como "unos terratenientes" y opuesta a su proyecto político que intentaba implementar nuevos cambios sociales.

El presidente Evo Morales realizó una serie de duras declaraciones contra los medios de comunicación social, acusándolos de manipular la información para causar la pérdida de credibilidad entre la población. Incluso individualiza su invectiva contra algunos medios televisivos y periodistas en particular, sosteniendo que se trata de una conspiración para derrocarlo (Mercado:2010,45).

Este gobierno ha denunciado ataques de los medios de comunicación controlados por sectores económicos y por partidos de oposición., sin embargo, organismos como el Sindicato de Fotoperiodistas del país congregó en La Paz a diferentes organizaciones gremiales y profesionales de periodistas, preocupados por el “recurrente maltrato” de que son objeto fotógrafos, camarógrafos y reporteros que realizan cobertura en los enfrentamientos sociales, para pedir garantías al gobierno y a la policía. (Gramount:2010).

Parte de la problemática comunicacional actual de Bolivia tiene que ver con el sistema de medios, porque en ese país predominan los de propiedad privada.

Hasta 1985, solo había un canal estatal y ocho canales universitarios de televisión. Ese año comenzó un boom de canales comerciales, que en la actualidad son 194, de los cuales 66 están en el área urbana y 128 en provincias. Los periódicos y revistas aumentaron en los últimos años de ocho a 51, 24 se editan en La Paz y ocho en Santa Cruz. (Grebe:2007).

También las radio emisoras pasaron de 150 a 805, 160 transmiten en AM, 614 en FM y 31 en onda corta, la mitad trabaja en capitales de departamento y la otra mitad en provincias. Además, existen 10 agencias de noticias y 45 portales periodísticos.

Existen dos grandes grupos mediáticos: El Grupo Prisa, empresa española que controla los diarios La Razón, El Nuevo Día, Extra, y la Red de televisión ATB.

El Grupo Líder correspondiente a las familias Rivero-Canelas propietario de los diarios El Deber, La Prensa, Los Tiempos, Correo del Sur, El Potosí, Nuevo Sur, El Alteño, El Norte, Gente y un 40 por ciento del canal PAT. Además las familias Monasterios, Kuljis, Durán y Asbún controlan diversos medios escritos y televisivos.

Para contrarrestar a los medios que considera contrarios, el Régimen venezolano quiere ampliar el número de emisoras de radio ligadas al Estado, y revertir a su favor la correlación de fuerzas, sumando a Radio Patria Nueva, antigua radio Illimani; al canal 7, Televisión Boliviana; a la Agencia Boliviana de Información (ABI); una red de 30 radioemisoras comunitarias, nueve de las cuales ya están en funcionamiento y a cuya instalación cooperó con aportes económicos y técnicos el gobierno de ese país.

“La prensa es la principal enemiga del gobierno”, fue el mensaje del presidente de Bolivia, Evo Morales, durante un entrevista en Radio Fides, pocos días después de asumir su cargo como presidente de ese país el 18 de enero de 2006, sin embargo hasta el año 2008 se han registrado crímenes, ataques físicos y hasta vejaciones provocadas desde el discurso del Ejecutivo que impulsó que organizaciones y movimientos sociales seguidores del régimen persiguieran a periodistas, la mayoría de los afectados no eran por supuesto los dueños de los medios, sino los reporteros que realizaban coberturas callejeras. Un ejemplo puntual es el caso de Carlos Quishpe, quien falleciera luego de las heridas que la causó una muchedumbre que atacó la Radio Municipal, donde él trabajaba en Pucarani.

Por otro lado, la situación de los periodistas en ese país ha ido en caída. Los periodistas no pueden cumplir con su labor por la falta de recursos como lo señala el escritor Fernando Molina.

De acuerdo con un estudio de la encuestadora Mori, los principales anunciantes bolivianos no superan las dos centenas y gastan más de 70 millones de dólares por año en publicidad, torta que debe repartirse entre 20 diarios, 55 semanarios y revistas, 160 estaciones televisivas y 940 radios. Como puede suponerse, el resultado es que la mayoría de medios se encuentre en una situación de quiebra crónica (Molina:2010:202).

Estas condiciones obligan a los medios de ese país a perder el norte de sus objetivos para convertirse en sujetos políticos creando sus líneas editoriales basadas en críticas o apoyo a la gestión del gobierno del presidente Morales.

Después de estudiar el contexto político en el que se desenvuelven los periodistas de los países en análisis, a continuación expondremos algunos ejemplos sobre los procesos de producción de noticias en los medios privados de cada país.

En la obra *“Prensa y poder en Bolivia”* de César Rojas, el autor hace un estudio sobre la construcción de la agenda de ese país y coincide en que los medios de comunicación mantienen la atención y preocupación de la opinión pública, lo que en la

práctica, se asocia con temas políticos y económicos lo que motiva nuevos conflictos y la correlación de fuerzas del sistema político.

Como podemos darnos cuenta, esta situación es similar a lo que sucede en el caso de Ecuavisa sobre la priorización de temas políticos y económicos por sobre los temas sociales, además de convertirse en algunos casos en sujetos políticos.

Coincidiendo con el análisis de Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, se registra un fenómeno contra los gobiernos de izquierda, el ejemplo de Bolivia, considera que la mayoría de periódicos de ese país, han iniciado campañas en contra del régimen del presidente Evo Morales. Un ejemplo fue el fenómeno de recesión de Santa Cruz, en el que a su criterio, se trabajó mucho en la idea de que la legitimidad estaba del lado de la oposición contra el poder central.

Evidentemente, en muchos países, en América Latina, los medios privados han dominado el sector de la comunicación. Sobre todo eran sectores industriales ligados a las oligarquías que controlaban las economías de estos países. Hoy, estas oligarquías han perdido —por el momento— el poder político y usan del poder ideológico que aún tienen los medios para tratar de mantenerse en el debate político (Ramonet, entrevista *La Razón*:2012).

En el caso de Ecuavisa, según la investigación que se realizó en la sala de redacción, no se ha registrado ninguna campaña desde el medio en contra del presidente Rafael Correa, lo que se ha podido constatar son constantes cadenas desde el oficialismo dedicadas a periodistas individualmente (como Alfredo Pinoargote y Lenin Artieda), en la que el gobierno dispone de un tiempo en vivo en el que critica sus postura como sujetos políticos y no como periodistas.

En Bolivia, se desarrolla una agenda pública, asociada a temas políticos y económicos más relevantes (Molina:2010), salvo excepciones los gobiernos no han logrado dominar e imponer su agenda en los medios.

Otras experiencias y nuevos análisis

Estados Unidos como uno de los ejemplos que planteamos, y retomando la teoría de Roberto Grandi, una de las características del sistema informático internacional (retomando el modelo actual de CNN), está estructurado a la medida de las concesionarias

de publicidad y expertos en marketing que hacen que su línea editorial sea cada vez más “vendedora”, además de la influencia de los medios en épocas electorales o de campañas.

Con la llegada de la “era CNN” se utilizará la retórica del discurso publicitario: la unidad del discurso político público será el slogan. Los textos políticos más amplios serán reducidos a pequeños trozos de declaraciones, breves citas y consignas que se fijan en la memoria de los espectadores. Mientras más tengan las personas características que las vuelvan televisivas, mayores serán las posibilidades que tendrán de surgir como candidatos potenciales, porque su éxito dependerá de cómo se adaptan a la lógica de los medios (Grandi,1995:83-84).

Esta estrategia se utiliza también en Ecuavisa en campañas electorales cuando se trabaja en especiales o foros en los que la ciudadanía puede participar presentando sus interrogantes a los candidatos o incluso concienciar sobre la meditación del voto.

En “Comunicación y Sociedad” (2010), publicación digital de la Universidad de Navarra, Lorena Frankenberg, en el artículo “*Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México*”, expone las siguientes conclusiones sobre el tema:

Los procedimientos establecidos para el acopio de la materia prima con la que se confeccionarán las noticias son determinantes para la profundidad y la calidad de la información transmitida. En las entrevistas, los ex directores de medios informativos impresos y televisivos describen cómo los bajos salarios y las altas cuotas de noticias por reportero que se tenían establecidas en sus medios eran inadecuadas para realizar una labor eficiente (Frankenberg:2010).

En el capítulo anterior, los camarógrafos de Ecuavisa mencionaban lo “sacrificado” de la labor refiriéndose a los horarios de trabajo y las remuneraciones a las que consideraban eran bajas a comparación con el trabajo riesgoso que desempeñaban.

La agencia noticiosa británica BBC Mundo, en su página “*Medios de Comunicación vs. Gobiernos*” opina lo siguiente respecto al trabajo periodístico en América Latina, considerando la relación con los gobiernos de turno:

De acuerdo con muchos analistas, algunos presidentes de la región están tocando los intereses de poderosos grupos mediáticos, hasta ahora intocables por gobiernos anteriores. Otros expertos apuntan directamente a esos gobiernos por pretender, con intenciones autoritarias, acallar la disidencia y las críticas de sus gestiones y

controlar la prensa. Investigadores como la coordinadora general del Observatorio de Medios de Venezuela, Maryclen Stelling, y el director de Fundamedios de Ecuador, César Ricaurte, dijeron a BBC Mundo que en muchas ocasiones los medios de comunicación se han convertido en instituciones y voceros políticos, y los periodistas en líderes políticos, lo cual va en detrimento de la calidad de la información (BBC:2010).

De los países que tomamos en estudio y cómo ya lo hemos analizado, existen criterios divididos sobre las posturas del gobierno y medios de comunicación privado sobre lo que “debería ser” su papel en la sociedad, sin embargo, coinciden en que cada vez más la calidad de la información que recibe el oyente, el lector y el televidente se ve afectada.

Helio Gallardo, en el artículo *“Ejercicio periodístico, derechos humanos y trabajo político”*, publicado en ALAI, América Latina en Movimiento (2008), resume:

No andan tan extraviados quienes denuncian que ‘los grandes medios solo informan de acuerdo a sus intereses’, cuestión de que se ocupa el siguiente párrafo del editorialista. Solo que ‘intereses’ debe entenderse en planos articulados de la realidad: básico, la invisibilización, denostación y el desplazamiento de la actividad política material que organiza a las fuerzas alternativas al statu quo.

Como lo reconocen los directores de noticias de Ecuavisa, el medio se guía por los intereses económicos de sus dueños e incluso ha tenido injerencia en sucesos de la historia debido al gran poder que poseen.

Para el colombiano Jorge Iván Bonilla Vélez, *“no es esta una época fácil para el periodismo. En realidad ninguna época lo ha sido”*. Así lo explica en su artículo *“Periodismo, democracia y política. Reconsideraciones sobre la libertad de prensa”* (2009).

Hablamos de una crisis de los principios fundacionales del periodismo moderno, que también está relacionada con el protagonismo de las redes tecnológicas en la descentralización de los centros de emisión de la sociedad, en una época caracterizada ya no por la escasez, sino por el exceso informativo. (Bonilla,2009:32).

En el capítulo anterior nos referimos a las “herramientas tecnológicas” como un nuevo reto para los periodistas, coincidiendo con Bonilla, el publicar información en la actualidad no es únicamente la labor de los periodistas o medios públicos o privados, al periodismo lo puede ejercer el ciudadano desde las calles, sin embargo, el rol de los periodistas es adecuarse a los procesos de producir, acceder, circular y utilizar de formar

correcta la información.

Cuadro informativo sobre los medios citados en este capítulo:

Categorías	Ecuador	Venezuela	Argentina	Bolivia
Posición del medio	Ecuavisa / medio privado de oposición	RCTV / Medio privado finalmente cerrado	Clarín /Medio privado de oposición	Cadena de televisión privada “Unitel”
Relación Gobierno/Medio	Se han registrado conflictos por información no verificada y ha el medio ha sido calificado como “la prensa corrupta”	La no renovación de la concesión del medio con el argumento de que el Estado tenía el derecho a hacerlo	Es considerado una amenaza por el Gobierno por la enorme red de medios que posee y el poder que maneja	Relación deteriorada debido a estar en desacuerdo con el proyecto político de Evo Morales
Formas de control	Proyecto de Ley de Comunicación actualmente en segundo debate en la Asamblea Nacional	Proyecto de Ley de Comunicación Popular aprobada en 2011	Aprobación del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual promulgada en 2009 en el gobierno de Cristina Fernández	Ley de Telecomunicaciones, tecnologías de la información y comunicación aprobada en julio de 2011 aprobada con mayoría oficialista.
Condicionamientos en la sala de redacción	Existe incertidumbre y miedo en periodistas que obedecen disposiciones de los propietarios del medio	Es difícil obtener más versiones de un hecho por lo complicado que resulta la búsqueda de versiones oficiales	Los temas que se muestran se registran sesgados por la relación que existe con el Gobierno actual	La persecución a periodistas debido al discurso oficial de que son “los enemigos principales del pueblo”
Similitudes en Agenda Setting	Los temas políticos tiene prioridad al momento de armar la agenda del día	Los temas económicos que pudieran afectar al medio se abordan a su conveniencia	Instala una agenda de temas que responde únicamente a sus intereses	Los temas políticos se analizan en más espacios televisivos con el fin de atacar al Gobierno

En el cuadro ilustrativo podemos analizar cinco categorías en las que hemos dividido los medios en estudio de Ecuador, Venezuela, Argentina y Bolivia.

La primera categoría es la posición del medio, con el fin de analizar medios de comunicación que tengan un perfil similar a Ecuavisa, para comparar sus posiciones con respecto a su ideología, por ello escogí a RCTV de Venezuela, Grupo Clarín de Argentina y la estación televisora “Unitel” de Bolivia, medios que son considerados de oposición por su contexto histórico.

La segunda categoría sobre la relación entre los gobierno de turno y los medios en estudio, podemos concluir que el caso de Ecuavisa tiene similitudes con los otros medios en distintos contextos. Ecuavisa es un medio privado de oposición, que a pesar de no haber provocado ningún escándalo que pudiese perjudicar su imagen, ha sido mencionado en enlaces sabatinos del presidente Correa como parte de “los grupos de poder” que defienden sus intereses, lo mismo sucede con el Grupo Clarín de Argentina y su relación con el gobierno de Cristina Fernández.

En Venezuela, el cierre definitivo de RCTV fue producto de la cobertura de un hecho político que puso en evidencia la posición del medio y lo que finalmente desencadenó en la no renovación de la concesión de la estación.

En Bolivia, el Gobierno del Presidente Evo Morales lleva adelante un discurso en el que los medios son “el enemigo” del país, por lo que la relación con un medio privado se resume a constantes enfrentamientos verbales.

En la tercera categoría sobre las formas de control, recordamos el caso de Ecuador con el proyecto de Ley de Comunicación que en la actualidad se tramita en segundo debate en el Legislativo y que en algunas de sus cláusulas (que en capítulos anteriores hemos analizado), establece de igual forma mecanismos de control para el trabajo periodístico.

En Venezuela la Ley de Comunicación Popular se aprobó en primera discusión el 10 de noviembre de 2011. Consta de 31 artículos y promulga la consolidación de un proceso comunicacional que se genera desde las organizaciones y movimientos sociales para provocar una “comunicación libre” ha generado polémica en sectores privados por

el artículo 19 que estipula la creación de un fondo de financiamiento para la comunicación popular que detalla: *“Las personas jurídicas dedicadas a la publicidad y mercadeo están obligadas en función de su responsabilidad social, a liquidar el equivalente del 2% de su ganancia o utilidad destinado a la ejecución de planes, o proyectos relacionados con la comunicación popular”*.

Otro tema polémico en Venezuela, es la conformación de un Consejo Nacional creado para distribuir el abanico de señales digitales de radio y televisión y conformado por 15 miembros del Poder Ejecutivo y que analizarán qué grupos son considerados “comunicadores populares” y cuáles no.

En Bolivia, la Ley de Telecomunicaciones se aprobó el 28 de julio de 2011, luego de debates simultáneos en la Cámara de Senadores y en la Cámara de Diputados. La norma pretende permitir un mayor acceso al manejo de medios de comunicación a organizaciones sociales y comunidades indígenas, sin embargo, como en los casos anteriores, se han registrado una serie de reacciones negativas por la incidencia de esta ley. La normativa propone la redistribución de las frecuencias del espectro radioeléctrico que corresponde en un 33% al Estado, otro 33% al sector privado, el 17% para medios comunitarios, y finalmente el 17% para sectores indígenas.

La Asociación Bolivariana de Radioemisoras (ASBORA), 400 emisoras cerrarían sus puertas hasta el 2017 debido a las restricciones que existen para los medios privados, por otro lado, la Asociación de Periodistas de la Paz denuncia que más del 93% de televisoras y medios escritos son privados y críticos con la administración, por ello el Régimen se ha visto en la necesidad de crear más radios comunitarias.

En esta ley existen temas que generan tensión en la oposición como “las escuchas telefónicas se producirán en caso de seguridad del Estado, amenaza externa, conmoción interna o desastres, y los operadores y proveedores de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación, estarán obligados a cooperar y poner a disposición de autoridades la emisión, transmisión y recepción de telecomunicaciones que le sean requeridas”, lo que podría ser considerado como una persecución o intromisión de la vida

personal de personas privadas o incluso la posibilidad de que políticos y periodistas sean objeto de “pinchazos” con estos argumentos.

En Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que fue aprobada tras 16 horas de discusión, con 44 votos a favor y 24 en contra en el Senado, provocó una serie de reacciones, principalmente del Grupo Clarín, nuestro medio en estudio. Clarín criticó esta normativa al considerarla una “amenaza a la libertad de expresión”, mientras que uno de los objetivos del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner era el de desmonopolizar a los medios de comunicación en su totalidad.

El análisis de este proyecto se vio marcado por el rechazo de las fuerzas de la oposición y las principales empresas periodísticas de ese país, entre ellas, Grupo Clarín (nuestro medio en estudio), mientras que por parte del oficialismo la ley intenta reducir los monopolios en el sector audiovisual y argumenta que en el texto legislativo se establece la creación de una autoridad como ente regulador que también está representada la oposición, por una figura de “defensor” con el fin de tramitar las quejas de ciudadanos que consideren que sus derechos a expresarse hayan sido violentados.

En Ecuador el actual proyecto de Ley de Comunicación que se tramita en segundo debate en la Asamblea Nacional es la única normativa que aún no se aprueba en relación a los países que hemos estudiado, sin embargo, los temas relacionados con la conformación de Consejos de Regulación, y el control de la repartición de frecuencias son temas que también están incluidos en el proyecto actual de Ecuador con lo que demostramos que los medios privados en estudio viven una coyuntura similar con respecto a la relación que tienen con sus Gobiernos de turno, las leyes que controlan las labores de comunicación y por ende las situaciones de conflicto que se han registrado al mostrar su oposición y la defensa de sus intereses como premisa para el trabajo periodístico.

En la cuarta categoría, sobre los condicionamientos en las salas de redacción de los medios en estudio, podemos concluir que en todos los casos los periodistas han tenido limitaciones en la obtención de versiones oficiales y en el caso de Ecuavisa los periodistas

que hemos entrevistado han confesado que “por miedo” han obedecido órdenes de los propietarios de los medios para que los contenidos sean modificados según sus intereses. Sobre las similitudes en para armar la agenda de cada medio, todos coinciden en temas relacionados con la política y economía y en la selección de contenidos en función de no afectar los intereses particulares de los medios a los que pertenecen.

Temas prioritarios en países en conflicto

En este estudio además es necesario reconocer que la confrontación de ideas e intereses entre los medios de comunicación y los Gobiernos de los países de América Latina en estudio, tal vez en mayor medida, pudiese ocurrir en otras partes del planeta.

Eso, por supuesto, también dice mucho del estado de la libertad de prensa en sociedades donde la información se confunde con la propaganda y la comunicación con la persuasión, lo cual es legítimo, pero no menos preocupante. Así, el periodismo encuentra -en las estrategias, técnicas y demás acciones planificadas de la comunicación política de los gobiernos- un fuerte competidor para instalar en la esfera pública los asuntos de interés común. Los modos en que los gobiernos latinoamericanos vienen asumiendo las “batallas por la significación” dan a entender que los periodistas cada día están menos solos en la construcción e interpretación del acontecer social, y cada vez están más desbordados por la gestión gubernamental controlada de la visibilidad social, aun cuando se trate de una gestión que también tiene sus puntos de fuga, como lo demuestran las situaciones constantes de escándalos, filtraciones, indiscreciones y “tiros por la culata” a las que se ven sometidas estas formas planificadas de comunicación, pues allí donde hay control también existe evasión.

Los procesos electorales son un claro ejemplo de la labor publicitaria que despliegan los medios de comunicación, vendiendo sus espacios al mejor postor, lo cual está en contra de la democratización de la sociedad, pues las oportunidades no serán equitativas, sino que estarán determinadas por el poder económico de los candidatos. Considerando que en Latinoamérica una gran parte de la población aún conforma su conciencia política a partir de la influencia mediática, es evidente que las preferencias por

uno u otro candidato serán conformadas con gran efectividad por dicha práctica publicitaria.

En el libro “La miseria del mundo” (2000), Champagne describe una realidad caracterizada por el protagonismo de los medios de comunicación para mostrar la crudeza de las sociedades humanas. Afirma que solo cuando los órganos de prensa difunden dichos males, estos tendrán existencia visible para la inmensa mayoría de los seres humanos, pues los testigos presenciales serán siempre mínimos. Naturalmente que los periodistas no inventan tales males, pero sí pueden, y de hecho lo hacen, manipularlos para ofrecer imágenes minimizadas o maximizadas de ellos –según sean sus intereses- a los destinatarios.

Tal es la norma en el tratamiento noticioso sobre la violencia en Latinoamérica, donde los índices de criminalidad son realmente elevados, pero se exageran mediante la llamada “crónica roja”, como terreno fértil a los intereses propagandísticos y comerciales de los medios interesados sobre todo en el entretenimiento sensacionalista para la apertura de sus mercados hacia un público necesitado de sacudir su realidad insatisfecha. *“Los medios fabrican así para el gran público, que no está directamente comprometido, una presentación y una representación de los problemas, que ponen el acento sobre lo extraordinario...”* (Ortiz, 2007:3).

Otra de las grandes problemáticas de la labor periodística en Latinoamérica es la referida a los riesgos que el ejercicio de la profesión conlleva, en un escenario caracterizado por múltiples situaciones de violencia, tanto política como criminal, así como donde las oligarquías –e incluso los gobernantes, en algunos contextos- acostumbran a ejercer su poder valiéndose de todos los medios, que incluyen el soborno y las amenazas contra la integridad física de quienes no acaten sus designios.

La comunicación social es una de las profesiones más codiciada para los intentos de manipulación, debido a la influencia que ejerce sobre la opinión pública. Así como ocurre con las autoridades policiales y judiciales, los periodistas sufren continuamente el asedio de quienes aspiran a comprar sus capacidades para ponerlos al servicio propio. Es incuestionable, además, que los dueños de los medios de comunicación ejercen sobre los

profesionales bajo su mando un irrestricto control, que les impide actuar de modo diferente a la línea editorial establecida, aun cuando ello signifique traicionar los principios y valores deontológicos en que se sustenta el ejercicio digno de esa profesión.

Se trata de una labor que generalmente es agotadora y mal remunerada, lo que deja las puertas abiertas para que en los colectivos laborales se implante y manipule la rivalidad entre colegas, la intriga y el manejo de influencias, con el principal propósito de escalar posiciones y ganar más dinero. Por estas razones, los periodistas que intentan defender a cualquier costo su dignidad profesional generalmente se ven excluidos de los órganos de prensa más poderosos e influyentes, y tienen que conformarse con desempeñarse en medios alternativos, desde los cuales su voz quedará opacada por el estruendo mediático de los grandes consorcios.

Para triunfar en el ejercicio de la profesión no es extraño que los periodistas tengan, cada vez más, que aceptar la necesidad de convertirse en mercaderes de la palabra, al servicio de los círculos de poder económico y/o político, que son los que -en definitiva- se apropian de la opinión pública y libran guerras mediáticas en función de sus intereses. Pero, además de semejantes riesgos contra la ética profesional, el ejercicio del periodismo en todo el mundo se ha convertido en una de las profesiones que conlleva mayores amenazas contra la propia vida, sobre todo cuando se actúa en medio de poderosos intereses encontrados, pues identificarse con uno significa enemistarse con otro. Y los periodistas no pueden evitar su identificación con una u otra posición, ya que sus puntos de vista se publican y se dan a conocer abiertamente. A la postre, “palo porque bogas... palo porque no bogas...”, y actuando en medio de situaciones de inestabilidad social – por causas políticas o criminales-siempre quedarán expuestos a represalias, de lo cual dan fe los casos que han sido registrados en esta investigación.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES

En el siglo en que las comunicaciones se han globalizado, en una sociedad hiperinformada, los noticieros se han convertido en referentes de la actualidad informativa. De las prácticas periodísticas se pueden rescatar varias reflexiones relacionadas con el proceso de producción de noticias.

En relación a nuestro objeto de estudio, expondremos una serie de reflexiones a las que llegamos a lo largo de esta investigación, que tienen que ver con los problemas al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, la toma de decisiones al interior de ese medio, el nuevo rol de los periodistas y los desafíos de los comunicadores en la actualidad.

1.- La primicia por sobre la rigurosidad: Como lo planteamos en el capítulo dos de esta investigación, uno de los problemas al interior de la sala de redacción de Ecuavisa al momento de producir las noticias, es la falta de tiempo para realizar las coberturas periodísticas y posteriormente llegar al canal para procesar la información y elaborar el reportaje, lo que representa una pérdida de tiempo, al contrario de casos internacionales en que los periodistas no regresan al medio para elaborar su reportaje, sino que lo hacen en vehículos que cuentan con equipos periodísticos para trabajar mientras se movilizan.

En Ecuavisa los periodistas envían información por celular y cuando llegan al canal se demoran entre 45 minutos y una hora para editar una nota de minuto y medio, arriesgando la calidad, aceptando y reconociendo el riesgo de los errores que podrían registrarse en la información, sin embargo, para los directivos del canal, más vale ganar la “primicia” que tomarse el tiempo en procesar la información, equilibrar las versiones de las fuentes y contextualizar la noticia, lo que afecta directamente la credibilidad del medio.

2. Los medios siguen a otros medios: Esta fue la hipótesis de esta investigación, que finalmente fue comprobada por los mismos directivos de Ecuavisa por medio de las entrevistas que se realizaron y durante el trabajo de campo que se realizó al interior de la sala de redacción.

Además, constatamos durante el tiempo en que se realizó este estudio, que los medios de comunicación privados (canales de televisión, radios y medios escritos), publicaban y abrían sus noticieros con las mismas noticias y en la mayoría de los casos, los mismos enfoques, inquietud que fue expuesta a los periodistas a lo que nos contestaron que se debe a que se cubren las mismas noticias basadas en hechos comprobables.

Los periodistas y directivos de Ecuavisa, reconocieron que parte de su trabajo es “seguir” y monitorear a otros medios por considerarlos su “competencia directa”.

3. La “independencia” y “objetividad” son solo conceptos teóricos: Al realizar las entrevistas y el trabajo de campo al interior de la sala de redacción de Ecuavisa, constatamos que los conceptos de “independencia” y “objetividad” son considerados una utopía, incluso los comunicadores dudan de que estos conceptos existan en cualquier medio de comunicación.

Para los periodistas que cubren la agenda política, uno puede llegar a ser objetivo cuando se cuentan los hechos tal cual cómo sucedieron, pero sí depende el medio en el que se trabaje, por ejemplo, a su criterio, en la radio se dispone de más tiempo para relatar una noticia y mediante los detalles el comunicador puede contar todo lo que está pasando ante sus ojos, en prensa escrita uno puede ampliar su nota (dependiendo de su importancia), utilizando más hojas dentro de su sección e incluso hacer un “especial” de fin de semana solo con la investigación del tema específico, sin embargo, en televisión, el proceso es más complejo, pues el periodista relata “una pequeña parte” de lo que sucedió con declaraciones cortas (que según los formatos deben durar como máximo 30 segundos), y aunque cuentan con el valor agregado de la imagen, el espectador se quedará siempre con la intriga de qué sucedió después, lo que le quita objetividad a la información.

Otro tema es el de tomar posiciones cuando se investiga una nota política, lo que representa un riesgo para lograr “objetividad” e “independencia” y como se detalla en el Código de ética de Ecuavisa, “*no se pueden emitir adjetivos calificativos, ni hacer juicios de valor*”, lo que tampoco se cumple en su totalidad, pues de los periodistas entrevistados el 40% ha reconocido que son conceptos que se quedan en los debates estudiantiles y no se aplican realmente en la jornada periodística debido a los temas de interés empresarial

e intereses del medio en el que se trabaja y finalmente lo que el dueño considera lo que debe salir al aire.

4. Los periodistas como sujetos políticos: Una de las maneras en las que los periodistas juegan el papel de sujetos políticos es utilizando la postura editorial del medio para adscribirse a la opinión pública.

En la práctica, en Ecuavisa de 2 a 3 veces por semana, durante el noticiero estelar, el presentador se refiere a temas (que generalmente tienen relación con el gobierno), bajo el titular de “Comentario”, lo que se traduce como la postura del medio, sin embargo, hablan de una “opinión ciudadana” o un “llamado ciudadano”, como si representaran a un colectivo, con el fin de obtener en el receptor una percepción de legitimidad y sobre todo credibilidad.

Un caso conocido en Ecuavisa fue la renuncia del actual activista político y ex conductor del espacio “Contacto Directo”, Carlos Vera, quien en varias ocasiones denunció que su salida fue el resultado de cierta “presión” por parte de los señores Alvarado (dueños de Ecuavisa), para salir del canal después de haber trabajado por más de quince años, sin embargo, para quienes continúan laborando en la empresa, Vera tomó una posición política en su espacio televisivo lo que incluso provocó reacciones negativas sobre una supuesta “influencia para el voto” hacia el entonces candidato y actual presidente Rafael Correa.

5. La defensa de los intereses de una empresa privada: Los directores de los espacios noticiosos están conscientes que los dueños del medio son quienes tienen la última palabra en relación a los contenidos que finalmente saldrán en los noticieros de Ecuavisa.

Uno de ellos reconoció haber recibido llamadas telefónicas minutos antes de sacar una noticia, lo que evidentemente generó una discusión con el periodista que elaboró la nota durante toda la mañana y que finalmente fue vetada al público.

Los temas políticos y económicos son generalmente los más delicados, los que deben pasar por una serie de filtros antes de ser difundidos para no perjudicar sobre todo al nombre de la empresa y a sus propietarios.

6. Las herramientas digitales, un nuevo reto para los periodistas: Las herramientas tecnológicas representan sin duda una fuente de información para la audiencia, pero también una oportunidad para que los periodistas puedan obtener versiones oficiales sobre las noticias del día.

Como lo analizamos en el segundo capítulo, uno de los inconvenientes para los periodistas al momento de procesar la información es la falta de acceso a las fuentes oficiales, esto a partir de una decisión presidencial que prohíbe a los ministros y servidores públicos dar declaraciones a medios de comunicación privados, ante ello, los periodistas se han visto en la necesidad de utilizar las redes sociales de los organismos públicos como fuentes de información con el fin de contrastar la noticia.

El uso de las redes sociales se incluye en su jornada periodística, pues Ecuavisa (como todos los medios), tiene una cuenta en Facebook y en Twitter, por las cuales informan de todo tipo de noticias a pocos minutos de que sucedan, para ello, cada uno de los reporteros tiene un Smartphone o “teléfono inteligente” con internet, que le permite enviar datos sobre los hechos que suceden en tiempo real.

7. Las noticias prioritarias de un noticiero en poder de unos pocos: En Ecuavisa, los temas principales de la agenda están en manos de pocos como lo hemos mencionado en el capítulo dos. La reflexión es, primero reconocer que al interior de la sala de redacción de Ecuavisa también se generan luchas internas entre los diferentes actores, y debido al poder que tienen los altos mandos, los periodistas quienes realizan las investigaciones de temas en general, la mayoría de las veces se siente “de manos atadas” cuando temas importantes son desplazados o también censurados por los directores de los diferentes noticieros.

Es importante resaltar que los directores de cada una de las emisiones del noticiero, son quienes tienen la última palabra sobre las noticias que salen al aire y sobre todo el orden que seguirá según su prioridad.

En este tema es importante reconocer a Ecuavisa como un medio privado, en el que se defienden intereses económicos de sus propietarios, por lo tanto, siempre existirán temas que podrían ser vetados o reestructurados antes de mostrarlos al público.

8. La falta de versiones oficiales: Esta es claramente el problema más grave que tienen los periodistas de medios privados tras la resolución del Ejecutivo de prohibir las declaraciones de servidores públicos, sin embargo, como mencionamos anteriormente las redes sociales se han convertido en nuevas fuentes de información, sin embargo en televisión, siempre es necesaria la declaración (con imagen), de los principales actores de una noticia, lo que provoca que la información tenga vacíos y no cuente con todos los elementos que aseguren su calidad.

Los periodistas denunciaron que han recibido amenazas y malos tratos por parte de funcionarios públicos cuando en coberturas los reconocen de medios privados, actitudes que incluso han perjudicado su trabajo, pues en ocasiones no han podido realizar las coberturas por disposición de las instituciones a las que pertenecen.

Entonces se registra una contradicción: desde el gobierno se habla de la falta de rigurosidad y equilibrio en las fuentes, y por otro lado las declaraciones oficiales son cada vez más difíciles de obtener, por lo que los periodistas se ven en la obligación de sacar las noticias “como están” lo que provoca la puesta en escena de información incompleta y sin contrastes.

9. La intervención del Gobierno en el proceso noticioso: el régimen del Presidente Correa ha generado tensión con su relación con los medios de comunicación privados, tras las demandas millonarias contra medios privados, la no renovación de frecuencias de radio y las querellas a periodistas que han investigado casos vinculantes a su gobierno.

En esta investigación se han registrado criterios a favor y en contra de la posición del gobierno del presidente Correa, así como la de los medios de comunicación privados, sin embargo, es importante señalar que lo ideal sería promover una mejor producción de noticias con el fin de informar a la audiencia con calidad, veracidad y pluralismo, y no alimentar el miedo y la autocensura en los comunicadores de medios privados, lo que sí sucede tras algunos hechos que ya mencionamos.

10. El silencio con las marcas: En Ecuavisa, el departamento de ventas sí influye en los temas relacionados con los clientes del canal que son empresas privadas que podrían verse afectadas por la información que se emite relacionada con reformas económicas o denuncias del gobierno.

Además, cuando una noticia de carácter negativo sobre el ámbito empresarial o económico es emitida por otros medios, los directivos de Ecuavisa reconocieron que tienen a omitir el nombre de la empresa o sus marcas comerciales para evitar que se vean perjudicadas.

De igual forma, las empresas que son clientes del canal o pautan publicidad en este medio, logran también contactarse con el departamento de ventas, con el fin de colocar como noticias información que finalmente resultaría una cuña publicitaria.

11.-El rol del periodista actual: En este contexto de cambios y modificaciones se registran cambios en el perfil del periodista de la televisión, que además de estar informado debe considerar como una herramienta indispensable el uso de la tecnología en la información y deja su papel de informar “lo que sucedió”, para informar “lo que está sucediendo en este momento”, lo que representa una nueva concepción de noticia. Un comunicador que trabaja en un medio de televisión, debe además conocer el soporte técnico y las posibilidades creativas que le ofrece este medio

Con el fin de satisfacer la exigencia de las audiencias, los comunicadores en la actualidad deben proporcionar información también a sus cuentas en redes sociales y sus páginas en

internet, esto ha sido un proceso en el que cientos de periodistas de medios públicos y privados han tenido que capacitarse para convertirse en emisores multimedia.

La simultaneidad, la saturación de información, y la sustitución de unos medios por otros es el resultado de los cambios que debe tener el rol del periodista actual:

- Ser un mediador entre la noticia y la audiencia, ejerciendo actividades de “gatekeeper” en los flujos de información.
- Conocer acerca de edición y producción en caso de viajar a otro país para procesar reportajes de televisión.
- Utilizar las herramientas tecnológicas, integrar elementos visuales con el fin de que la noticia pueda difundirse por todos los medios antes mencionados.
- Los periodistas de Ecuavisa reconocen que uno de los desafíos para los nuevos profesionales es la necesidad de instruirse, auto educarse, leer, documentarse, archivar documentos que pueden en algún momento resultar muy valiosos.
- Reconocer que el periodista no es el protagonista de la noticia, es únicamente un mediador y un canal, entonces, estar consciente de eso y actuar con ética, si alguna vez se difundió información errada, es necesario rectificar con el fin de que la audiencia los reconozca como una persona honesta.
- Ser una persona valiente, arriesgada porque conseguir la noticia no es fácil, tienes que ser perspicaz, tiene que ser intuitivo, tiene que ser una persona muy contactada, es decir hacer fuentes, hacer amistades, tener muy en claro una cosa: que la amistad es una cosa y el tema de la información es otra.
- Tener muy en claro que los periodistas no tienen tiempo para sus familias, que deben alejarse por días o meses dependiendo de las coberturas, además, la mayoría de periodistas reconoce que no es una profesión bien remunerada, que demanda muchos sacrificios, entrega, y sobre todo tiempo, porque el camino para ascender es lento y el comunicador debe formarse y cumplir un proceso riguroso.

12.- La preparación del periodista; un desafío real: En el escenario ecuatoriano, es importante reconocer que los comunicadores deben prepararse para aprender a ser cada vez mejores mediadores, utilizar correctamente las nuevas herramientas tecnológicas y sobre todo seguir con las investigaciones acerca del nuevo periodismo sujeto a nuevas reglas, un contexto político diferente y nuevos desafíos.

Los periodistas de Ecuavisa están conscientes que es importante que los profesionales que se dediquen a cubrir temas judiciales deben tener un título en derecho para saber cómo orientar e ilustrar a la ciudadanía en temas de interés, al igual que quienes cubran temas económicos deben saber de economía para interpretar los hechos y que puedan ser transmitidos a la audiencia con un lenguaje simple.

13.- Cambios claves para la supervivencia del periodismo: La audiencia va cambiando con el tiempo, y en la actualidad exige una evolución en los formatos de televisión, el internet, la radio y la prensa. Aterrizando el tema a la televisión, los ciudadanos esperan formar parte de este proceso de comunicación, participar enviando datos, fotografías o información que finalmente se muestre en los programas de cada medio.

La gran oferta desde los medios, organizaciones y la permanente actividad de los ciudadanos como reporteros callejeros, proveedores de información inmediata provocan un estado de saturación de información, por lo que el periodismo debe reinventarse y el comunicador transformarse en el mediador entre el relato informativo y su audiencia, esa labor debe ser respaldada con una actitud de interpretar los hechos tal como sucedieron y contarlos sin interpretaciones personales son los valores primordiales del oficio periodístico.

Gestionar y alimentar la credibilidad de un medio, es un requisito fundamental frente a los constantes cuestionamientos sobre el proceder de los medios de comunicación privados, así como los casos que han sido denunciados por el gobierno.

El periodista actual debe estar abierto a los cambios e implementar en sus jornadas periodísticas nuevas dinámicas que permitan ofrecer información a todos los canales y soportes, produciendo mensajes a la misma velocidad que los mismos consumidores de

información, pero con la garantía de ser un profesional y tener el criterio de identificar qué hecho se considera noticia y cuál no.

Se necesita que los periodistas se especialicen en temas de su interés con el fin de incrementar su nivel de conocimiento sobre los distintos ámbitos y así ofrecer información más completa, contextualizada y contrastada al oyente, lector o televidente.

Es necesario hacer investigaciones sobre lo que busca la audiencia, evolucionar contenidos que incluyan temas relacionados con los problemas de la ciudadanía y así incluirlos en las agendas diarias de los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Agostini, Angelo, (1984), *La tematizzazione. Selezione e memoria dell'informazione giornalistica, Problemi dell'informazione*, Italia.
- Barthes, Roland, (2009), *Retórica de la imagen*, Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Barcelona. Editorial Anagrama.
- Bourdieu, Pierre y Loïc I.D. Wacquant. 1995. *Respuestas por una Antropología Reflexiva*. México, Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre, (1985) *¿Qué significa hablar? -Economía de los intercambios lingüísticos*, Madrid: Akal.
- Bourdieu, Pierre, (1990), *La opinión pública no existe*, México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre, (1990), *Sobre la Televisión*, Traducción de Thomas Kauf, Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, Pierre, (1990), *Sociología y Cultura*, México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre, (1996), *Sobre la televisión*, Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, Pierre, (2000), *La Distinción -Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, Pierre, (2001), *Las estructuras sociales de la economía*, Buenos Aires: Manantial.
- Cebrián Herreros, Mariano, (1978), *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*, Pirámide.
- Cebrián Herreros, Mariano, (1983), *La mediación técnica de la información radiofónica*, Barcelona, Mitre.
- Cebrián Herreros, Mariano, (1992), *Géneros informativos audiovisuales*, Madrid: Ciencia 3.
- Cebrián Herreros, Mariano, (1994), *Información radiofónica, Mediación técnica, tratamiento y programación*, Madrid: Síntesis.

Cebrián, Herreros, Mariano, (2004), “*Los medios audiovisuales y la especialización*”. Citado en Bello Janeiro, D. y López García X, *La divulgación del conocimiento en la sociedad de la información*, Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, Servicio Central.

Champagne, Patrick (1998), *La doble dependencia. Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico*, en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comp) *Comunicación y política*, Barcelona: Gedisa.

Cohen, Bernard, (1963) “*The Press and Foreign Policy*”, EE.UU., Editorial University Press.

Esquivada, Gabriela, (2004), *El Diario Noticias: los montoneros en la prensa argentina*, La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación Social.

Federico Rey Lennon & Gonzalo Diego Peña, Pontificia Universidad Católica AR, citado en: *Agenda setting within Business News Coverage in Developed, Emerging and Frontier markets*, EE.UU. Routledge.

Fishman, M. (1980): *Manufacturing the news*, Austin, TX, University of Texas Press.

Frankenberg, Lorena, (2010), *Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México*, Revista Comunicación y Sociedad: España, Creative Commons.

Garnham, Nicholas, (1997), *Economía política y la práctica de los estudios culturales*, Barcelona, Gedisa.

González Requena, Jesús, (1995), *El Discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid. Ediciones Cátedra.

González Requena, Jesús, (1999), *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*, Madrid: Cátedra.

Grandi, Robert, (1995), *Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad en los medios de comunicación*, Barcelona: Bosch.

Guber, Rosana (2001). *La etnografía. Método, cambio y reflexividad*. Bogotá. Editorial Norma.

Imbert, Gerard, 2003, "El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular", Barcelona: Gedisa.

Imbert, Gerard, 2008, "*El transformismo televisivo. Post-televisión e imaginarios sociales*, Murcia: Cátedra.

Lauría, Carlos, (2010) entrevista en Diario "El Tiempo" de Anzoátegui, citado en *¿Por qué nos odian tanto?*, Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung.

Lewis, Carolyn Diana, (1994), *El reportaje por televisión*, México: Publigráficos.

Lipmann, Walter, (1997), *Public Opinion*, New York: Free Press, Paperbacks.

Lippman, Walter, (1922), *La opinión pública*, EE.UU.: Proyecto Gutenberg.

López, Escobar E y Llamas J. (1996), *Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y segundo nivel*, *Comunicación y sociedad*, Volumen IX, nº 1 y 2, p. 9 - 15.t

Luchessi, Lula, Rodríguez, María Graciela, (2002): *Fronteras globales: Cultura, política y medios de comunicación*, Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Martín, Sabarís y Rosa María, (1996), *La organización informativa y los procesos de producción de lo noticia. La información diario de Euskal Telebista*. Tesis Doctoral Leioa: Univesidad del País Vasco.

Martini, S. & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia*, Buenos Aires: Biblos.

Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires. Editorial Norma.

Maurice Lemoine. Le Monde- Diplomatique, edición Cono Sur, número 38. Agosto de 2002

McCombs, Maxwell (1996), "*Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo*" en "*Los Efectos de los Medios de comunicación - Investigaciones y teorías*", Jennings Bryant y Dolf Zillman compiladores, Barcelona: Paidós.

Mcluhan, Marshall (1994), *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona. Editorial Paidós.

McQuail, Denis (1997), *Se precisa ayuda de una política normativa: con buena disposición y capaz, culturalistas de los medios de comunicación soliciten información, por favor*, en Ferguson, N y Peter Golding: *Economía política y estudios culturales*, Barcelona: Bosh Comunicación.

McQuail, Dennis (1998), *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires, Biblioteca de comunicación, cultura y medios.

Merton, Robert (1964), *Teoría y estructuras sociales*, México, FCE.

Miralles, Ana María, (2001), *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Bogotá: Editorial Norma.

Miralles, Ana María, (2002), *Periodismo, opinión y agenda ciudadana*, Colombia: Norma.

Molina, Fernando (2010). *¿Por qué nos odian tanto?*. Bogotá: Editorial Friedrich Ebert Stiftung.

Molina, Fernando (2010): artículo “De la polarización a la hegemonía” citado en *¿Por qué nos odian tanto?*, Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung.

Mora, Alba Luz, (1982). *La televisión en el Ecuador*. Guayaquil. Editorial Amauta.

Natanson, José (2010) “*La nueva izquierda latinoamericana frente a los medios de comunicación: una relación compleja*”. Revista Temas y Debates. ISSN 1666-0714, año 14, número 20, octubre 2010.

Ortiz, Zulma, (2007), *Los medios y los miedos*, Disponible en World Wide Web: <http://www.errorenmedicina.anm.edu.ar> Julio 2007. IIE. Academia Nacional de Medicina, Buenos Aires.

Pasquali, Antonio, (2007), “*Comprender la Comunicación*”, Barcelona: Editorial Gedisa.

Piña, Elsa (2010). *¿Por qué nos odian tanto?*, Bogotá: Editorial Friedrich Ebert Stiftung.

Quiroga, Sergio, 2000, “*La producción de Noticias en CTC, Canal 2 de Argentina*”.

Rincón, Omar (2010). *¿Por qué nos odian tanto?*. Bogotá: Editorial Friedrich Ebert Stiftung.

Rincón, Omar, (2010) *¿Por qué nos odian tanto?*, Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.

Rodríguez, Esteban, (2007), *Cubriendo la noticia. El papel de los periodistas movileros en la representación de la protesta social*” en Luchessi, Lila y María Graciela Rodríguez (coord.) *Fronteras globales. Cultura política y medios de comunicación*, Buenos Aires: La Crujía.

Ronald Grebe, (2011), *Evo Morales y los medios*, artículo publicado en Revista Chasqui, (Ciespal).

Sartori, Giovanni (1998). *Homo Videns*. Madrid: Editorial Taurus.

Sartori, Giovanni, 1997, *Homovidens: La Sociedad Teledirigida*, Roma: Editorial Taurus.

Shaw, Donald L. and McCombs, Maxwell E. *The emergence of american political issues: The agenda-setting function of the press*. Saint Paul, Minnesota, West Publishing Co.1972

Vilches, Lorenzo, (1993), *La televisión: Los efectos del bien y del mal*, Buenos Aires: Paidós.

Winocur, Rosalía, (2002), *Ciudadanos mediáticos: La construcción de lo público en la radio*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Wolf, Mauro, (1996), *El problema de la calidad de la información televisiva*, Madrid: Fundesco.

Lazarsfeld P. y Katz E. (1955), *Personal Influence: The part played by people in the flow of man communications*, Nueva York: The Free Press.

McCombs, Maxwell E. y Shaw, Donald L.(1972), *The agenda setting function of mass media*, In: Public Opinion Quarterly, Vol. 36, Número 2, Summer.

Reuters (19/05/2007). «Rechazan amparo de canal privado RCTV en Venezuela». La Nación (Costa Rica). Consultado el 18/04/2009.

Shoemaker, P.J. y Resse, S.D. (1991): *Mediating the Message. Theories of influences on mass media content*. Nueva York: Longman.

Spradley, James (1979). *The ethnographic interview*. Estados Unidos. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

Thompson, J. B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Thompson, John (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.

Torres, Manuel (2010). *¿Por qué nos odian tanto?*. Bogotá: Editorial Friedrich Ebert Stiftung.

Túñez, Miguel, Melitón, Guevara (2009), *Framming por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias*, en Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna: Tenerife, publicación online:

Úrrea, Javier, (2010), *La producción de noticias en medios escritos y televisivos de El Salvador*, Colombia:

Vilches, Lorenzo, (1993), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona: Paidós.

Winocur, Rosalia, (2002), *Ciudadano mediático. La construcción de lo público en la radio*, Barcelona: Gedisa.

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona. Editorial Paidós.

Wolf, Mauro, (1987), *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós.

ENLACES WEB

http://internacional.elpais.com/internacional/2011/10/30/actualidad/1319932160_220227.html Diario El país, 30 de octubre 2011.

http://internacional.elpais.com/internacional/2011/11/02/actualidad/1320274604_623706.html El descrédito a la prensa (2 de noviembre de 2011)

http://www.la-razon.com/suplementos/animal_politico/funcion-oposicion-politica-Ignacio-Ramonet_0_1570643000.html (La Razón / Rubén D. Atahuichi López 00:00 / 04 de marzo de 2012)

http://www.revistalatinacs.org/09/art/878_USC/79_145_Tunez_y_Guevara.html.

ENTREVISTAS

PRES (11:2011)

DIR (11:2011)

GER (02:2012)

ASIG (02:2012)

REP1 (12:2011)

REP2 (05:2012)

REP3 (05:2012)

DIREG (03:2012)

PRO (03:2012)

DIS (12:2011)

CAM (12:2011)

ASISCAM (12:2011)

EDIT (04:2012)