

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES**

**SEDE ECUADOR**

**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN**

**CONVOCATORIA 2013 – 2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**REPRESENTACIÓN DEL CIUDADANO Y SU INCIDENCIA EN LA  
CONSTRUCCIÓN DE AGENDA INFORMATIVA CASO TELEVISTAZO EN  
LA COMUNIDAD**

**PAOLA ELIZABETH CASTILLO HIDROVO**

**ABRIL DE 2016**

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES**

**SEDE ECUADOR**

**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN**

**CONVOCATORIA 2013 – 2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**REPRESENTACIÓN DEL CIUDADANO Y SU INCIDENCIA EN LA  
CONSTRUCCIÓN DE AGENDA INFORMATIVA CASO TELEVISTAZO EN  
LA COMUNIDAD**

**PAOLA ELIZABETH CASTILLO HIDROVO**

**ASESORA: PALMIRA CHAVERO**

**LECTORES: ARMANO GRIJALVA Y MAURO CERBINO**

**ABRIL DE 2016**

## **DEDICATORIA**

A mis madres Jimena y Mireya por su confianza y convencimiento sobre lo que puedo  
llegar a ser.

A mi hermano Christian por ser mi soporte y sostenerme en los momentos difíciles

A mis abuelitos por haber confiado en mí.

A mi padre que me mira desde algún lugar en el cielo y me dio su protección ante  
cualquier mal.

A mis entrañables amigas por siempre estar orgullosas de mí y a ti por saber darme la  
fuerza para continuar.

## ÍNDICE

| <b>Contenido</b>  | <b>Páginas</b> |
|---|----------------|
| RESUMEN.....  | 7              |
| INTRODUCCIÓN.....   | 8              |
| CAPÍTULO I CIUDADANÍA COMUNICATIVA Y AGENDA SETTING.....  | 10             |
| 1.1.  Ciudadanía Comunicativa.....  | 10             |
| 1.2.  El ciudadano .....  | 13             |
| 1.3.  La ciudadanía en los medios .....   | 19             |
| 1.4.  Teoría de Agenda Setting .....  | 23             |
| 1.5.  Selección de temas en la agenda.....  | 27             |
| CAPÍTULO II NOTICIERO TELEVISTAZO EN LA COMUNIDAD.....  | 32             |
| 2.1  Medios Audiovisuales Comerciales.....  | 32             |
| 2.2  Canal 8 Ecuavisa.....  | 33             |
| 2.3  Contextualización Noticieros de la Comunidad .....   | 34             |
| 2.4  Objeto de estudio .....  | 35             |
| 2.5  Noticiero Televistazo en la Comunidad.....   | 36             |
| 2.6  Formas con las cuales tratan la información.....   | 40             |
| 2.7  Temas para la agenda.....  | 41             |
| 2.8  Seguimiento de temas .....   | 43             |
| 2.9  Incidencia del ciudadano en la construcción de agenda .....  | 44             |
| 2.10  Voceros y fuentes entrevistadas.....  | 45             |
| 2.11  Criterios de selección.....   | 47             |
| CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DEL CIUDADANO EN EL<br>NOTICIERO TELEVISTAZO EN LA COMUNIDAD ..... | 49             |
| 3.1  Metodología.....   | 49             |
| 3.2  Cuaderno de codificación .....   | 52             |
| 3.3  Análisis de noticias sobre comunidad.....  | 54             |

|                   |    |
|-------------------|----|
| CONCLUSIONES..... | 70 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 76 |
| ANEXOS.....       | 79 |

## LISTA DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Noticias de la Comunidad .....                                    | 54 |
| Tabla 2: Mes de Mayo .....   | 55 |
| Tabla 3: Mes de Junio.....   | 56 |
| Tabla 4: Mes de Julio .....  | 57 |
| Tabla 5: Temas Noticias de la Comunidad.....                               | 59 |
| Tabla 6: Entrevista al Ciudadano .....                                     | 60 |
| Tabla 7: Representación del Ciudadano .....                                | 60 |
| Tabla 8: Relación mes y tema dela noticia .....                            | 62 |
| Tabla 9: Relación Mes y Representación del Ciudadano .....                 | 64 |
| Tabla 10: Relación tema de la noticia y tipo de entrevista.....            | 66 |
| Tabla 11: Relación Tema de la noticia y Representación del ciudadano ..... | 68 |

## LISTA DE ANEXOS

|   |    |
|---|----|
| <b>Anexo 1:</b> Entrevista a Mario Duque..... | 79 |
|---|----|

## **RESUMEN**

En Latinoamérica se da el fenómeno de los noticieros de la comunidad como un espacio participativo, el cual busca elevar el nivel de audiencia con el protagonismo de la gente. En Ecuador existen cuatro noticieros de la comunidad que corresponden todos a canales privados. El de mayor antigüedad es Televistazo en la Comunidad, perteneciente al canal Ecuavisa.

Los noticieros de la comunidad surgen como respuesta a demandas sociales por visibilizarse y hacerse eco principalmente de problemáticas barriales o comunales. El presente trabajo tiene como objetivo identificar las formas en las que los ciudadanos aparecen representados en el noticiero Televistazo en la Comunidad, conocer qué tipo de visibilidad mediática tienen y determinar si su participación incide en la selección de temas en la agenda informativa.

Para ello se detalla una clasificación que los medios establecen para representar al ciudadano: como sujeto de demandas, de necesidad, de decisión o emprendedor.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende conocer cómo se representa al ciudadano en los noticieros de la comunidad y si este tiene incidencia en la construcción de agendas informativas. En una sociedad que demanda cada vez mayor protagonismo en los medios, el que los noticieros de la comunidad tomen en cuenta las sugerencias de los ciudadanos podría hacer que las personas tengan la oportunidad de crear representaciones sobre sí mismo y su entorno, reconocerse e identificar a otros.

Para realizar el análisis se partirá de la teoría de la ciudadanía comunicativa para la cual la comunicación se reconoce como fundante de la misma en tanto es interacción que hace posible la colectivización de intereses, dota de existencia pública a los individuos permitiéndoles reconocerse y visibilizándolos ante los demás.

Se reconocen las intenciones de los ciudadanos en tornarse protagonistas de su realidad e interesarse por ella. En una ciudadanía comunicativa en donde los ciudadanos exigen más protagonismo en los medios y ser escuchados. Los medios por su parte representan al ciudadano como sujeto de demandas, de necesidad, de decisión o emprendedor.

En un segundo capítulo se presentará a profundidad el caso seleccionado, noticiero “Televistazo en la Comunidad”, se precisan los motivos por los cuales el noticiero fue seleccionado como caso de estudio, se cuenta el origen del noticiero, qué es, cuántos segmentos tiene, cuál es su estructura, cómo seleccionan la información, cómo se crea la agenda y de dónde salen los temas y finalmente se hará un acercamiento para conocer qué incidencia tienen los ciudadanos en la elaboración de la misma.

En el tercer capítulo se realiza un análisis de contenido, metodología dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, que busca expandir la información específica sobre el fenómeno de estudio con el fin de describir o verificar una teoría.

El futuro análisis pretende conocer cómo se representa al ciudadano de acuerdo a la clasificación planteada en el primer capítulo, conocer si su visibilización es como actores individuales o colectivos, determinar qué temas tratan las noticias. El estudio

completo se realizó con una muestra de 66 noticieros correspondientes a los meses de mayo, junio y julio del presente año. El período fue seleccionado por tratarse de una época del año en la cual no suceden hechos coyunturales trascendentales que afecten el tratamiento de información del noticiero. Se pretende conocer cómo se realiza el noticiero en un tiempo estable y cotidiano de coberturas sin temas sobresalientes a tratar en el contexto nacional.

Finalmente en el cuarto capítulo se exponen las conclusiones del estudio y se realizan algunas recomendaciones con el objetivo de mejorar la calidad informativa, los contenidos y la participación de los ciudadanos en los noticieros de la Comunidad.

## **CAPÍTULO I**

### **CIUDADANÍA COMUNICATIVA Y AGENDA SETTING**

#### **1.1. Ciudadanía Comunicativa**

En el Ecuador las personas viven en una sociedad democrática, en donde tienen derecho a garantías civiles, sociales, laborales y de recibir información para poder participar en la toma de decisiones políticas del Estado al cual pertenece.

La ciudadanía se define no solo por su titularidad de derechos sino también por su pertenencia a una sociedad, por la capacidad de interlocución que tengan sus miembros y por la forma como actúan en el consumo de sus prácticas simbólicas, esto es, por el consumo de información, conocimientos y comunicación.

La información y la opinión constituyen piezas claves en el proceso de participación de cada ciudadano en el ejercicio pleno de sus derechos de participación en la sociedad. “La relación entre comunicación y ciudadanía en el campo de estudios de comunicación en Latinoamérica ha sido abordada con tres énfasis diversos: en lo urbano, en lo mediático y en la relación con la democracia y la política” (Mata et al.,2007:5)

La comunicación es base fundamental para el desarrollo de una ciudadanía en la medida en que la calidad de la información emitida garantiza mayores posibilidades de comprensión de los individuos sobre el mundo que los rodea.

La comunicación se reconoce como fundante de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas. Pero, al mismo tiempo, en tanto dota de existencia pública a los individuos visibilizándolos ante los demás y permitiendo verse-representarse a sí mismos (Segura, 2005:5).

El ciudadano es parte fundamental de una sociedad, es parte de un Estado de derechos. Uno de los principales es tener acceso e información y poder participar en la toma de decisiones políticas y sociales que puedan afectar el rumbo de su nación.

Para ejercer una participación real y activa debe contar con información oportuna que le permita conocer su realidad, información proporcionada en su mayoría por los medios de comunicación.

Córdoba (2008) asegura que los ciudadanos están en la actualidad más interesados en ejercer sus derechos a recibir una comunicación efectiva. Se han tornado en personas más interesadas en general por los sucesos que suceden a su alrededor. Los ciudadanos demandan incremento en la entrega de información que les permita realizar esta participación.

El incremento del protagonismo de la ciudadanía se halla encadenado, de acuerdo con Calderón et.al. (:98), al acceso a la información sobre servicios, derechos y demandas compartidas, trascendiendo barreras de discriminación y censura, y también a su influencia en la opinión pública (Camacho,2007:30).

Según los autores antes citados el ciudadano en la actualidad está interesado en acceder a la información, pero sin una correcta base informativa son poco aptos para participar de forma activa y correcta en la sociedad. Un ciudadano pasivo que centra su atención en otros aspectos y no se muestra ante la sociedad y se limita a seguir las órdenes que le imponga el Estado.

Por vivir en comunidad, todas las libertades individuales tienen que someterse a una reglamentación. También la libertad de prensa y de expresión. Todos los ciudadanos y ciudadanas deben responder ante la comunidad, tienen una responsabilidad social. También los periodistas (Lopez Vigil, 2004: 181).

Según lo citado por Lopez Vigil (2004), se puede considerar que en la actualidad se está presentando el despertar de una nueva sociedad pendiente y exigente de ejercer sus derechos de comunicación lo que ha generado un nuevo ciudadano, un actor que se encuentra en pugna por la constitución de sus identidades y que se interesa, participan y demanda, que quiere hacerse escuchar y ser parte participante activa de una sociedad.

Como consecuencia de este despertar del interés ciudadano por ejercer sus derechos de comunicación de forma responsable y activa surge lo que se ha denominado la ciudadanía comunicativa que es un término que está ligado directamente con el ejercicio de los derechos del ciudadano dentro de las sociedades mediatizadas, el término en su significado expresa lo siguiente:

entendemos como el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho. Se trata de una noción compleja que envuelve varias dimensiones y que reconoce la condición de público de los medios que los individuos tenemos en las sociedades mediatizadas (Mata, 2006: 13).

Para Mata (2006), el surgimiento de esta nueva ciudadanía comunicativa es una condición necesaria para revertir, mediante la participación de los ciudadanos en la esfera pública y política las situaciones de inequidad a las cuales estaban expuestos antes. Una ciudadanía comunicativa que busca crear igualdades en la forma de tratar a todas las personas para así consolidar un verdadero sistema democrático.

Para Mata (2006) una ciudadanía comunicativa efectiva se desarrolla desde las aristas en el ejercicio pleno de sus derechos de comunicación:

1.- *Ciudadanía comunicativa formal*: representada por el conjunto de individuos depositarios de derechos consagrados jurídicamente en el campo comunicativo.

2.- *Ciudadanía comunicativa reconocida*: condición de quienes conocen esos derechos como parte de miembros de una comunidad determinada.

3.- *Ciudadanía comunicativa ejercida*: quienes desarrollan prácticas sociales reivindicativas e incluyentes en esa sociedad.

4.- *Ciudadanía comunicativa ideal*: expectativas de transformación social se plantean como metas alcanzables.

Una ciudadanía comunicativa implica la participación directa en los medios de comunicación como difusores de la información. Los medios transmiten visiones sobre la realidad. Es a través de ellos que los ciudadanos conocen los principales acontecimientos que suceden en su entorno.

Alfaro (2009) sostiene que los medios de comunicación aportan en la construcción de ciudadanía comunicativa estimulando la autonomía de los ciudadanos al ofrecerles la información de diversas versiones de la realidad.

Los medios de comunicación son los entes encargados de brindar información al ciudadano pero tienen también el deber de permitirle participar de generar espacios de visibilización de estos ciudadanos, espacios que les permitan identificarse y reconocerse como miembros de un determinado grupo social.

los medios, y cada vez más las TICs, se constituyen en el ámbito de representación simbólica donde diversos grupos de la población por medio de la ocupación del espacio público (re)configuran su identidad cultural, expresan sus demandas e

intereses, debaten los asuntos públicos y se reconocen como miembros de una comunidad (Camacho, 2003: 6).

Una ciudadanía comunicativa implica involucrar e interesar a los individuos en temas de interés público por medio de procesos informativos y de debate permitiéndoles participar. Una ciudadanía en donde se les otorguen la información suficiente para participar y provoquen procesos de deliberación. Se busca la consolidación de una sociedad democrática y participativa en donde los ciudadanos puedan hacer uso de la libertad de expresión en espacios públicos.

Camacho (2003) sostiene, específicamente sobre los medios de comunicación, que deben lograr el pleno ejercicio del derecho humano a la información, en donde además de decir a las personas qué pensar sobre determinados temas o cómo actuar, se otorgue un interés real en sus aspiraciones y en sus necesidades.

Córdoba (2008) comenta que el objetivo a largo plazo, de los medios, no es solo crear agendas que cumplan con los intereses que tienen las comunidades y sociedades, se pretende también crear espacios en donde se logre diálogo y comunicación definida en parámetros en los cuales los ciudadanos puedan participar como iguales, en donde se visibilicen y plasmen sus intereses. Con el objetivo de que se sientan identificados y parte de una comunidad.

## **1.2 El ciudadano**

En aquellos años 70, las radios populares latinoamericanas se propusieron —y lo lograron— devolver la voz a un pueblo secularmente silenciado. Muchas emisoras, a lo largo y ancho del continente, llevaron los micrófonos hasta los sitios más remotos para que la gente común hablara, expresara sus problemas y frustraciones, sus alegrías también. Este esfuerzo resultó altamente educativo en el sentido socrático explicado antes, el de hacer nacer pensamiento propio a través del lenguaje. Nuestros ancestros se hicieron hombres y mujeres gracias a la palabra. Hablando nos hicimos humanos. Y hablando en público nos hacemos ciudadanos (Lopez Vigil, 2004: 12).

El ciudadano es parte de una sociedad y una pieza clave de un público masivo de los medios de comunicación. Anteriormente el ciudadano era un ser pasivo ante su incapacidad para ejercer acción que lo condujese a generar cambios en su realidad, era un ciudadano que mostraba una condición de impotencia porque no se formaba expectativas de participación y ejercicio de derechos.

La radio apareció a mediados de los años veinte y se generalizó entre los años cuarenta y cincuenta con la de un nuevo modelo a través de la invención del transistor. En esos años era igual sentarse frente a la radio y escuchar las noticias, también la radionovela, como en la televisión ahora. Luego comenzó a decaer en los años sesenta con la llegada de la televisión (Borja Garzón, 2010: 9).

Como afirma Córdoba (2008) el ciudadano era un repositorio de información estático, que absorbía los productos que le enviaban los medios pero no hacía nada más con dicha información. Según Borja Garzón (2009), hablamos de esta realidad en los años 40 y 50 en donde el modelo era de un sujeto que no sentía el más mínimo interés por las cuestiones políticas a su alrededor. Que no le importaba el poder que ejercían los medios sobre él al mostrarle qué debían pensar sobre la realidad.

Ser ciudadano implica trabajar con otros de forma igualitaria y respetuosa de sus opiniones e ideas en post de conseguir soluciones comunes a través de una lucha colectiva. En una sociedad en donde existe ciudadanía comunicativa, el ciudadano se visibiliza en los medios y lo hace “caracterizado por su capacidad de constituirse en sujetos de demanda y proposición respecto de diversos ámbitos vinculados con su experiencia” (Mata M. , 2006: 3)

La práctica ciudadana hace que los individuos intenten insertarse en el espacio mediático para constituirse como sujetos de demanda y proposición. El sujeto se convierte en aquella persona que protagonizará acciones transformadoras en el campo de la comunicación, cuyo objetivo principal es tener voz. Transitándose así de un modelo de un sujeto enteramente dominado por los medios y el poder, a un sujeto con capacidad de impugnación y transformación permanente dentro del campo de la comunicación e información mediática.

El ciudadano deja de ser opositor a los medios y se convierte en un ciudadano colaborador con estos, un sujeto diferente contradictorio y diverso sostiene Córdoba (2008), un sujeto que acepta y admite las diferencias y multiplicidad de intereses que tiene en torno a la programación ofertada por los medios y que puede absorber esa información para posteriormente resignificarla.

Se pasa entonces de la construcción de públicos masivos a públicos estratificados cuyo principal interés es recibir información específica de acuerdo a sus gustos e intereses. El ciudadano busca sentirse parte de su sociedad y genera según Demo una

auto-representación centrada en la satisfacción de sus necesidades estimulando su capacidad de iniciativa tanto a nivel individual como de acción colectiva.

Toranzo (1999) afirma que emerge una pluralidad de actores que busca formar parte activa de un proceso de generación de la información que pretenden asumir la co-responsabilidad y co-gestión en la solución efectiva de problemas mediante la demanda de la creación de espacios reales de participación, de sitios en los cuales se escuche su voz y en donde se generen nuevas formas de representatividad para que se los reconozca y se los escuche dándoles un lugar en la sociedad.

El ciudadano participa a través de dos modalidades según Krolhling (1998)

*Participación pasiva:* el ciudadano no se involucra activamente y más bien asume una postura de mero espectador. Esperan a que las soluciones lleguen por otros pero de las cuales se beneficiarán a largo plazo.

*Participación controlada:* este tipo de participación es, en algunos casos mal interpretado puesto que se puede convertir en una pseudo-participación ya que se manipulan las demandas e intereses prioritarios de las personas por relaciones de dominación externa.

El ciudadano en los medios es representado de diversas formas como afirma Mata de acuerdo con los intereses que tengan los productores y dependiendo del tipo de programa en el cual se inserte. En los noticieros de la comunidad, como se precisará más adelante, el ciudadano parece ser identificado como un actor directo de la noticia, al menos aparenta tener mayor protagonismo que en los noticieros tradicionales.

El protagonista oficial, en la mayoría de los casos, constituye la fuente primaria de investigación y consulta en los momentos de realizar entrevistas, notas y reportajes para el informativo. Al tratar temáticas comunitarias, su atención está centrada en los problemas cotidianos que atraviesan las personas en sus labores diarias.

Tradicionalmente el ciudadano es representado de cuatro formas características en los medios de comunicación:

#### A) *El ciudadano como sujeto de necesidad*

Los medios han otorgado al ciudadano un papel de actor de la tragedia en los acontecimientos de orden social. En décadas pasadas, el periodismo se manejaba con mucho más sensacionalismo y primaba la tragedia ante el espectador que era lo que les daba mayores niveles de rating.

En algunas ocasiones, la imagen del ciudadano como sujeto de necesidad, el ser pobre al cual las autoridades o medios deben ayudar, prima aún en determinadas coberturas informativas, principalmente en aquellas en donde el gobierno es el salvador de los desvalidos. La imagen de este ciudadano es descrita según Mata de la siguiente forma.

La pérdida de derechos básicos que se expresa hoy en las crecientes situaciones de pobreza, desnutrición, falta de instrucción y marginación de todo beneficio de carácter social es, sin duda, uno de los modos emblemáticos de representación de los ciudadanos (Mata M. , 2006: 9).

Usualmente el ciudadano sujeto de necesidad es aquel evidenciado en los informativos de la comunidad como el sujeto que no tiene derechos, es el sinónimo y la representación de la no-ciudadanía en los medios.

#### B) *El ciudadano como sujeto de demandas*

Este tipo de ciudadano es aquella persona que lucha por sus derechos, busca visibilizar y hacer escuchar su voz ante sus exigencias de atención ya sea por parte del Estado o instancias menos importantes como municipios o instituciones. El ciudadano sujeto de demandas es un sujeto activo que pide siempre una remuneración y atención de sus peticiones.

Independientemente de las versiones que los medios producen respecto de las verdaderas metas que los ciudadanos activos persiguen con sus demandas y reclamos [...] sus prácticas construidas y sostenidas cotidianamente se dejan ver u oír, la presencia en la escena mediática otorga visibilidad y condición ciudadana, significa una irrupción en el espacio público (Mata M. , 2006: 6).

El ciudadano como sujeto de demandas es aquella persona que exige alguna mejora en su sector o lugar de residencia. Para los noticieros de la comunidad, este tipo de actor no es únicamente un actor individual, en muchas ocasiones consiste en un grupo de ciudadanos organizados, no como una institución o conjunto legal específicamente, pero sí como un grupo con objetivos comunes como la consecución de alguna obra de mejora para un

determinado barrio. Este tipo de ciudadano es el protagonista en gran medida de la información emitida en este tipo de noticieros.

*C) El ciudadano como sujeto de decisión*

Según Mata (2006) este tipo de ciudadano se describe como un sujeto inteligente y educado mediáticamente, que tuvo información variada de diversas fuentes y posicionamientos políticos que le permiten discernir entre diversas posturas para tomar una propia en contraposición o respaldo a las emitidas por los medios.

Los ciudadanos como sujetos de decisión se convierten en “audiencias electoras mediante sistemas de encuestas, de votos telefónicos, o de votos presenciales en los auditorios donde se desarrollan programas en vivo” (Mata M. , 2006: 10)

No es frecuente ver a este tipo de ciudadanos representados en los medios de comunicación. Es en espacios como los debates políticos o tratamiento sobre temas coyunturales que tienen mayor oportunidad de intervención. Pero en los noticieros en sí, no aparecen como figura representada dentro de sus agendas informativas.

Este tipo de ciudadano también cuenta con alguna autoridad en la ciudadanía, es aquel individuo que tiene la facultad de tomar decisiones y ejecutar acciones para crear planes o programas que cambien las condiciones de vida de un sector.

El ciudadano intenta ser visibilizado y representado en los medios y también ser parte en el proceso de producción de la noticia. Además de la imagen que el medio crea sobre él, busca también ir construyendo una imagen propia en donde se muestren sus aspiraciones e intereses.

*D) El ciudadano como sujeto emprendedor*

El ciudadano como sujeto emprendedor es visto como un ser humano que sale adelante a pesar de las dificultades que se le presentan en la vida. Usualmente estos sujetos son personas con algún tipo de discapacidad que han logrado desenvolver con éxito en ámbitos en los cuales tradicionalmente no podrían por sus condiciones.

El sujeto emprendedor es también representado como un ciudadano muy pobre que a pesar de su condición ha conseguido un negocio y con él está teniendo éxito para

salir de su condición económica. En definitiva los medios representan a este tipo de ciudadano como un héroe que sale adelante a pesar de las distintas adversidades.

Los medios empiezan a tomar en cuenta la necesidad de auto-representación del ciudadano y para satisfacerla han creado espacios determinados donde este tiene mayor protagonismo e intervención al menos en el aspecto de sugerir temas a tratar en los noticieros.

Con esta posibilidad, el ciudadano se torna un sujeto receptor-emisor y su objetivo es crear para el medio, así siente que compone la realidad a través de “poner de manifiesto una video-denuncia, una llamada a la solidaridad mediante fotografías o noticias confeccionadas por los propios televidente” (García y Valdivia, 2014: 10).

Con la llegada del internet todos los procesos de comunicación se aceleraron, y es por ello que los ciudadanos pueden comunicarse a grandes distancias y en tiempo real, además con este se introdujeron las redes sociales, las cuales son espacios creados para la directa interacción del ciudadano con el medio, es a través de estos espacios, redes sociales, en donde siente que tienen mayor libertad y hace escuchar su voz. La posibilidad de participar a través de comentarios, sugerencias o denuncias le genera una cierta idea de visibilización y participación dentro de la sociedad y el medio.

Las redes sociales abren camino hacia la participación social activa, facilitando a los receptores la posibilidad de interactuar “convirtiéndolos en receptores activos que alteran este rol con el de emisores o productores de mensajes y contenidos, son también un canal transmisor de información” (García et al., 2014: 38).

La difusión de contenidos creados por el medio a través de estos espacios contribuye a la mayor y acelerada expansión del contenido informativo. Los ciudadanos tienen acceso a él la cantidad de veces que deseen y pueden observarlo a través de internet en reiteradas ocasiones. Ello no significa la disminución de los niveles de audiencia, por el contrario, son herramientas que facilitan y afianzan el interés de los ciudadanos por un determinado programa.

El ciudadano está caracterizado por ser “un sujeto activo que demanda atención y protagonismo en los medios con el objetivo de hacer visibles sus demandas y peticiones para ser escuchadas y generar cambios en sus formas de vida” (Segura, 2007: 5). Según

lo expresado por el autor, el ciudadano de hoy es una persona más demandante que está siempre exigiendo más y mejores productos con la finalidad de mejorar su estilo de vida, es decir busca ser escuchado.

### **1.3 La ciudadanía en los medios**

Los medios de comunicación han formado parte del desarrollo de las sociedades. Es a través de ellos que hemos formado nuestra visión sobre el mundo y los acontecimientos que se suscitan en el mismo. Se registra un período de gran presencia de los medios y las tecnologías de comunicación de masas en la vida cotidiana de las personas entre los años 60 y 70 permitiendo obtener mayor información en menor tiempo.

La información, materia prima del trabajo periodístico, ha sido la mercancía que ofrecen los medios a los públicos. Al constituirse como mercancía, esta dependía en gran parte de los intereses de los dueños. El interés de los directivos era vender mayor cantidad de información y llegar a un público mayor.

Inicialmente los públicos “fueron concebidos como un gran grupo de consumidores a los cuales se les podía emitir cualquier contenido, aunque este no tuviese mayor calidad” (García y Valdivia, 2014: 2), porque receptaban todo como esponjas que absorbían sin cuestionar lo que los medios decían. Los públicos constituían grupos de personas pasivas que consumían información sin utilizarla con mayores beneficios o intereses.

Al encontrarse con públicos de este tipo, pasivos, desinteresados y absorbidos por la información emitida, los medios priorizaron la ganancia en sus empresas, generando todo tipo de información y programas de entretenimiento que no necesariamente educaban o informaban con responsabilidad social. Hoy en día teorías como la de la aguja hipodérmica están superadas y se ha evolucionado a perspectivas que definen públicos más participativos.

Esa etapa de los medios considerada de expansión y ganancia comercial neta estaba cobijada por el sensacionalismo y amarillismo en la información. El contenido de los medios tenía mucha crónica roja en sus noticias. Sus programas de entretenimiento estaban llenos de modelos femeninas que estereotipaban cánones de belleza. El lenguaje cotidiano y en ocasiones común estaba presente.

Todo ello era secundado por un público que veía en los medios de comunicación espacios de entretenimiento mayoritariamente, públicos que disfrutaban de este tipo de contenidos, que se limitaban a observar, en el caso de la televisión, sin reacción alguna. En un escenario en donde tanto los medios como los públicos olvidaron el papel de educadores que tenían estas instituciones. Los medios olvidaron también ese rol que tenían de entregar voz a las ciudadanía y privilegiaron la selección de determinadas figuras a quienes convirtieron en referentes e imagen de sus empresas.

Córdoba sostiene que anteriormente la relación del público con los medios era esencialmente emotiva, estaba motivada por sus gustos y placeres. Y es que, ser públicos en los medios masivos de comunicación es una condición desde la cual los individuos no solo consumen estos productos culturales sino desde la cual se actúa socialmente.

La ideología sistémica enajena y justifica el estado actual de cosas de crisis, hambre, exclusión social, expolio, racismo, decadencia, violencia, belicismo, terrorismo de Estado y recolonización. Esta enajenación ideológica sistémica a través de los medios de comunicación masiva (prensa escrita, cine, radio, televisión y modernos medios tecnológicos de difusión y recepción) construye y fomenta la falsa conciencia que necesitan las oligarquías burguesas trasnacionales para mantener su predominio y dominación económica e ideológica en cada parte del planeta (Valqui y Pastor, 2009: 22).

Este panorama de los medios como empresas capitalistas cuyo negocio era la transmisión de información sensacionalista y amarillista se empieza a modificar a partir de los intereses de la ciudadanía de ejercer sus derechos de comunicación e información. La ciudadanía experimenta un interés por involucrarse en las cosas que suceden en su entorno y realizar demandas, esto lo hacen a través de su participación en los medios de comunicación.

Los ciudadanos perciben a los medios como “fuentes clave de las informaciones que operan como marco de las conversaciones y debates cotidianos y la precaria fuente para conocer, para comprender y para actuar en el ámbito de lo público” (Córdoba, 2008: 86). Están conscientes del poder que tienen para configurar nuestra idea sobre el mundo y el entorno que nos rodea y en algunos casos nos ofrecen criterios que determinan cómo debemos pensar al mundo.

Ante el surgimiento de una ciudadanía comunicativa que reclama protagonismo en los medios, tienen la posibilidad de convertirse en actores conscientes de su deber y asumen un compromiso en la creación de espacios de visibilidad ciudadana en los cuales

se fomente la participación y deliberación. No solamente informan para mostrar la realidad tal cual es, proporcionan elementos de juicio que permitirán a cada ciudadano adoptar una posición frente a una postura discursiva coyuntural.

María Elena Hermosilla sostiene que

los medios de comunicación masiva pueden aportar en la constitución de ciudadanía estimulando la autonomía (social, política, económica y cultural) de los sujetos individuales y sociales para que estos puedan gestionar, construir y asumir su propio destino sobre la base del desarrollo y perfeccionamiento de sus condiciones de vida (Hermosilla, 1995: 180).

Uno de los principales papeles de los medios en la actualidad es ofrecer al ciudadano información enriquecida con la mayor cantidad de datos posibles, en donde se les permite desarrollar sus propias capacidades de percepción y aprendizaje de esa información y motivarlos a desarrollar sus habilidades para que puedan hacer uso efectivo y correcto de esa información.

“En la actualidad los medios juegan un papel prácticamente insustituible en la construcción y ejercicio de ciudadanía orientada a la consolidación de una sociedad democrática” (Camacho, 2007: 11). Se da una ciudadanía que reclama espacios en los cuales pueda participar, pide a los medios que les otorguen cabida para exigir demandas.

Los productores y realizadores de los programas han tomado en muchos casos las sugerencias de los ciudadanos e iniciaron modificaciones en la producción de sus contenidos. Así, por ejemplo, en EcuadorTv y Ecuavisa la información y la programación se torna cada vez más variada y apela a satisfacer las exigencias de la ciudadanía.

Algunos medios también empiezan a concientizar sobre su papel de educadores, destinan su programación más estratificada para sus públicos, se preocupan de las sugerencias que reciben por parte de los ciudadanos. Son espacios que fomentan el diálogo y lo más importante de todo, la información noticiosa que emiten tiene mejor tratamiento y realización, se procura contrastar fuentes.

Camacho (2007) manifiesta que en el campo de la ciudadanía y la comunicación se da una relación doble de correspondencia. Por un lado desde los medios hacia el ciudadano creando una nueva oferta mediática y por otro desde el ciudadano hacia los medios a través de su consumo cultural.

Enzo Pimentel (2007) habla de una oferta informativa con perspectiva ciudadana cuyo principal objetivo es entregar al ciudadano una información que se desarrolle de acuerdo a sus gustos, preferencias, demandas, intereses, necesidades para que pueda apropiarse del contenido y sentirse identificado con el mismo dentro del medio.

Hoy la mayoría de medios de comunicación comerciales tratan en sus coberturas periodísticas asuntos de interés cotidiano y colectivo que genera por parte del público una mejor atención hacia sus contenidos emitidos. Obteniendo una diada benéfica por parte del medio al obtener mayor atención del público y por parte del público al sentirse identificado en sus intereses de tratamiento de la información.

La oferta comunicativa es cada vez más selectiva, los mensajes y productos enviados a los receptores tienen grupos objetivos más reducidos y mejor caracterizados. El proceso de creación y emisión es el mismo pero se permiten procesos de retroalimentación del receptor en donde éste selecciona los mensajes que considere más relevantes de acuerdo a sus gustos o intereses de toda la gama puesta a su disposición por el medio, lo interiorizan y emiten respuesta, convirtiéndose en nuevos emisores. El trabajo de los medios dentro de su interés por hacer partícipe a la ciudadanía dentro de medios consistiría en

dar cuenta, aunque sea de manera general, de qué modo los ciudadanos se hacen visibles en el espacio mediático, de analizar cuáles son las representaciones que los medios construyen de la ciudadanía, y cómo se auto-representan en tanto espacios de ciudadanización, es decir, como espacios de visibilización y producción de derechos y deberes (Mata, 2006: 8).

Hoy los medios de comunicación parece que visibilizan más al ciudadano, en los noticieros de la comunidad lo hacen partícipe de sus producciones. Existen programas específicos que abordan sus necesidades como los noticieros de la comunidad que toman en sus emisiones hechos de interés cotidiano para los ciudadanos.

Las producciones de estos informativos en varios casos toman en cuenta las sugerencias de los ciudadanos emitidas a través de diversos medios virtuales y redes sociales para incorporarlas posteriormente a sus programas. Las audiencias a través de los mismos medios hacen sugerencias y pueden emitir comentarios para mejorar los programas.

No se trata ya de ciudadanías pasivas, indiferentes con los medios. Los medios están tratando con grupos de personas interesadas en su entorno, que demandan espacios de participación en los medios para conseguir cambios. Se trata de ciudadanías activas que exigen espacios de visibilización mediática para sentirse parte de una sociedad y para reconocer a los otros.

#### **1.4 Teoría de Agenda Setting**

La teoría de Agenda Setting propuesta por Maxwell McCombs en el año 1972 establece que los temas tratados por los medios de comunicación y la forma en la cual se lo haga influirán posteriormente en lo que piensen las personas sobre un hecho determinado.

La fijación de agenda es un proceso minuciosamente estudiado, establecer una serie de temas a tratar implica destacar unos y descartar otros que posiblemente no sean importantes. Los medios así determinan sobre qué se hablará en la sociedad. De esta forma, “la agenda mediática hace mucho más que influir en las imágenes que tenemos en la cabeza. Muchas veces, los medios de comunicación influyen en nuestras actitudes y opiniones, e incluso en nuestra conducta” (McCombs, 2004: 246)

“La premisa teórica es que la agenda mediática suele ser la fuente primaria de orientación, aquella a la que la gente se vuelve para reducir su incertidumbre” (McCombs, 2004: 125). Y es que lo que los medios traten será una de las principales fuentes de nuestro conocimiento y constituirá los temas sobre los cuales los ciudadanos debatirán. La importancia que tienen las agendas informativas consiste en el poder que tienen las mismas para visibilizar a ciertos temas y volverlos conversables para la sociedad.

La agenda informativa es el resultado de un proceso en el cual se decide a través de la producción de cada noticiero qué temas se tratarán. “El establecimiento de la agenda no es automático, es el producto de un trabajo de relevancia y de un espacio de visibilidad que un medio otorga. Pero no es exclusivamente el resultado de una selección de temáticas, sino que enmarca en la forma en que estas son recogidas” (McCombs, 2004: 230) el enfoque con el cual se tratarán, qué temas tratar en las noticias y a qué voceros visibilizar.

Los medios son las instituciones cuya labor está encaminada a constituir una guía como espacios de saber y colectivización que permiten la intervención y participación de

varios sectores sociales y de los ciudadanos en los medios. Los medios entregan datos, información y nociones que guían a la sociedad en su significación y representación de la realidad.

“Las personas sí que aprenden de los medios de difusión, aprenden una gran variedad de hechos, e incorporan muchos de ellos a sus imágenes y actitudes respecto a toda una diversidad de objetos” (McCombs, 2004: 98). Los ciudadanos incorporan lo que dicen los medios a su vida diaria, interiorizan los temas sobre los cuales tratan las agendas.

Además de transmitir ideas sobre el mundo y mostrarnos una visión sobre el mismo, los medios también venden una imagen de ellos a través de sus agendas informativas. Así por ejemplo la seriedad y profesionalismo con el cual sean tratados los temas en los informativos, por ejemplo, determinará la idea que nos formamos acerca de un determinado medio.

Los medios crean sobre sí mismos una

auto-representación de los medios masivos de comunicación como dispositivos de un espacio público ciudadano, es decir, como espacio de interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas en tanto brinda existencia pública a los individuos y grupos visibilizándolos ante los demás (Mata, 2006: 11).

Esta auto-representación creada por los medios es visible en la implementación de noticieros de la comunidad. Estos informativos se especializan en temática comunitaria ciudadana, están enfocados en temas locales y suelen ser distribuidos en diferentes emisiones dependiendo de la localidad a la cual están dirigidos.

En los noticieros de la comunidad la selección de la agenda informativa dependerá de los intereses que tengan los productores en mostrar como determinantes temas de mayor interés para la comunidad que ellos consideren más llamativos ante los espectadores.

Estos noticieros tratan en su mayoría información sobre un área geográfica en particular, en Ecuador, los noticieros cubren información sobre Quito y Guayaquil como ciudades principales. El resto de ciudades reciben información sobre ellas ya que no existen noticieros que traten sobre otros lugares.

La agenda informativa en los noticieros de la comunidad dependerá de los temas que se consideren más relevantes a tratar por parte de la producción. La agenda informativa en estos noticieros es el resultado de una postura en el tratamiento de la información, estos espacios se centran como su nombre lo dice en temáticas comunitarias con el afán de lograr mayor cercanía con las audiencias.

Los noticieros de la comunidad dentro de sus agendas informativas incluyen siempre noticias sobre el desarrollo de las localidades a las cuales están dirigidos. Sus noticias son específicas de la zona geográfica a la cual pertenece su audiencia. También es frecuente que muchos de ellos traten y en forma mayoritaria sobre demandas y denuncias para mejoras o consecución de servicios básicos.

Al establecer su agenda, realizan una pre-selección de la información que se transmitirá, esto es, imponen el orden sobre lo que gente hablará en días posteriores, este poder lo tienen los medios de comunicación como fijadores de los temas a tratar.

Los noticieros de la comunidad tratan temas de mayor interés cotidiano y su objetivo es constituirse como espacios de visibilización de los ciudadanos en el espacio público. De allí su idea de tratar temas más cercanos puesto que “cuando mayor es la necesidad de orientación de los individuos en el ámbito de los asuntos públicos, más probable es que presten atención a la agenda de los medios de comunicación” (McCombs, 2004: 116).

Los noticieros convencionales tratan temas de coyuntura política y social, deportes y entretenimiento de modo más general pues usualmente, en los medios comerciales, suelen ser transmitidos a nivel nacional. Mientras que los noticieros de la comunidad se enfocan más en la información de importancia suscitada en la comunidad a la cual están dirigidos.

La fijación de agenda en estos noticieros la marcan, entre otros factores, las coyunturas sociales y políticas que se desarrollen en la comunidad. Una particularidad que tienen estos informativos frente a los tradicionales es que reciben una gran cantidad de sugerencias de temas a tratar por parte de los ciudadanos que son parte de su audiencia a través de medios virtuales o páginas de redes sociales.

En muchas ocasiones, la agenda informativa de los noticieros de la comunidad se nutre precisamente de estas sugerencias que realiza el público. Y es que al servir a un grupo específico, el interés de las personas en mirar los informativos es incluso mayor que al observar noticieros nacionales.

A pesar de tratar temas comunes, “la experiencia personal puede crear un deseo de más información y la gente puede dirigirse a los medios de comunicación para una orientación adicional” (McCombs, 2004: 133).

Las definiciones de comunidad más actuales hacen énfasis en dos elementos claves: los estructurales y los funcionales, aunque hay otro grupo que combina ambos tipos. Los elementos estructurales se refieren a la consideración de la comunidad como un grupo geográficamente localizado regido por organizaciones o instituciones de carácter político, social y económico. Dentro de estas definiciones el criterio delimitativo es el más importante, al considerar como tal, un grupo, un barrio, una ciudad, una nación o un grupo de naciones, de acuerdo con los intereses de la clasificación, pues el tamaño de la comunidad depende de la existencia de una estructura potencial capaz de ejercer la función de cooperación y coordinación entre sus miembros (Causse, 2009: 15).

Los noticieros de la comunidad parecen proporcionar a los ciudadanos información más detallada acerca de los temas comunes y cotidianos.

Los noticieros de la comunidad se especializan en tratar temas de interés común. Temas que toda la población conoce fácilmente y le son más frecuentes dentro de su vida cotidiana. Estos temas son definidos temas “experienciales” que son aquellos que las personas experimentan día a día.

Los temas experienciales “son definidos como temas que intervienen en la vida diaria de las personas, la experiencia personal bastará en muchos casos para orientar a los individuos frente a la situación que se les presenta” (McCombs, 2004: 125). Son también aquellos que se encuentran más cercanos como temas al ciudadano.

También en muchos de estos espacios informativos se toman como fuentes informativas a los funcionarios gubernamentales que constituyen las fuentes oficiales de hecho, aportan con una versión directa y verídica del Gobierno.

Como la teoría lo dice, la selección de fuentes informativas es clave porque la selección de los involucrados como fuentes influencia de forma directa los temas que van

a tratarse en la agenda. Temas que no cuentan con suficientes fuentes o aquellos que no tienen fuentes oficiales en ocasiones son descartados de la agenda de los noticieros.

McCombs (2004) sostiene que, la concepción de la agenda informativa tiene que tomar en cuenta la diversidad de fuentes que se pueden implementar. Así la noticia tendrá más validez y contará en general con mejor calidad informativa. Es deber de los noticieros ofrecer a los ciudadanos información contrastada que tenga un buen contenido informativo.

Las agendas deben procurar en sus temas satisfacer los intereses de los ciudadanos, captar su atención y tomar en cuenta la participación de los ciudadanos en el proceso de construcción de la noticia.

Para Mata (2006) Un ideal de los ciudadanos a futuro es lograr la construcción de una agenda ciudadana que es aquella que parte como base constitutiva del interés de la gente, que a partir de la percepción común de lo que consideren importante determine temas y tratamientos que traten problemas sociales, que incorporen a fuentes que puedan contrastar la información y así enriquecerla para permitir al público tomar una postura.

## **1.5 Selección de temas en la agenda**

La información que manejan y pueden publicar los medios de comunicación es inconmensurable y los espacios para su difusión son reducidos. Los medios y especialmente la televisión como uno de los medios que registra mayor consumo y niveles de audiencia representan la realidad y nos dicen en ocasiones lo que debemos pensar y sobre qué tema.

Al contar con espacios reducidos de difusión, se hace imprescindible seleccionar la cantidad de contenido que se transmitirá. Y es importante también determinar bajo qué criterios se difundirá dicho contenido. Para realizar una correcta selección se emplean una serie de pautas para determinar lo más importante de acuerdo con los objetivos editoriales de cada medio.

Estas pautas son conocidas como valores noticia entendidos como “aquellos criterios que utilizan todos los días los medios para seleccionar y elegir los hechos que

serán conocidos por sus audiencias. Los valores noticia son filtros periodísticos que hacen que ciertos acontecimientos lleguen a publicarse” (Gallur , 2015: 2)

Los temas a tratar en los medios de comunicación y en los noticieros de la comunidad específicamente, deben competir con una gran cantidad de información sobre diversos sucesos de interés colectivo que también son actuales, novedosos y de interés.

Pero este tipo de informativos pone énfasis en la atención sobre noticias de la localidad. Su selección la determinan en función de la información que consideran más cercana a la gente, que se desarrolla diariamente y forma parte de la cotidianidad.

La selección de la información que será visualizada en el noticiero depende de una serie de criterios conocidos como valores noticia, además de los tradicionales, los criterios se apoyan en una serie más de factores de noticiabilidad para la clasificación de la información. Esto porque el tratamiento de la temática de los noticieros de la comunidad corresponde directamente con intereses locales referidos a una comunidad en concreto.

En este aspecto hablamos de un posible “cambio de paradigma de noticiabilidad que permite visibilizar la realidad local de forma estructural y no como una simple amalgama de situaciones coyunturales derivadas de la necesidad de informar inmediatamente en un contexto informativo global” (Gallur , 2015: 6).

Los ciudadanos se convierten en protagonistas directos de la noticia, también son considerados como fuentes primarias a las cuales recurrir para narrar la historia. Con esto se devuelve su voz a las personas que antes no tenían cabida en los medios, se les permite contar su propia versión de los hechos e incluso se llega a contrastarla con el apoyo de fuentes gubernamentales o fuentes secundarias. Los valores de las noticias tradicionales y aquellos bajo los cuales rigen la información seleccionada dentro de los noticieros informativos son:

- 1.- *Actualidad*: constituye todo lo reciente y lo cercano a un futuro próximo.
- 2.- *Simultaneidad*: coincidencia de la noticia con la emisión en directo de la misma.
- 3.- *Novedad*: conocimiento cercano que el público tiene sobre un hecho.

4.- *Importancia*: es subjetiva y selectiva en cada medio y depende en muchas ocasiones del impacto en la zona de difusión, la notoriedad de los implicados, las fuentes o actores involucrados.

Para Gallur los factores noticia también se determinan de acuerdo a los intereses de la audiencia a la cual están dirigidos y ese sentido podemos afirmar que los más importantes o de intereses mayoritarios son:

1.- *Proximidad geográfica*: hace referencia a si la información tiene relación con la zona en la cual se habita.

2.- *Proximidad social*: se refiere al tipo de información dirigida para un determinado grupo social o target.

3.- *Lo de interés cotidiano*: hace referencia a sucesos que se desarrollen de forma diaria o un frecuente lapso de periodicidad.

4.- *Lo de interés humano*: se refieren a notas sobre personas, colectivos, en general que generan sentimientos o emociones.

Los noticieros de la comunidad están destinados a mostrar intencionalmente una pequeña parte de la realidad que acepta el medio y también la sociedad. Estos informativos fueron creados para tratar temáticas comunitarias locales que tratan problemáticas de una zona específica de la ciudad.

Habíamos mencionado anteriormente que la selección de los valores noticia estaba también apoyada por una serie de factores de noticiabilidad que según Gallur (2015) servían de soporte y selección más precisa de la información a ser transmitida. Estos factores tomados como apoyo son:

1.- Seleccionar temáticas relacionadas con tendencias sociales. (McCombs, 2004)

2.- Dar voz a los protagonistas de las situaciones, independientemente del cargo o posición social de la persona.

3.- Priorizar la utilización como fuentes de las víctimas de las situaciones, problemas y conflictos, independientemente de su posición socioeconómica.

4.- Los sujetos con algo que decir sobre el tema deben ser considerados como fuentes, sin discriminación.

Estos factores de noticiabilidad complementarios son una estructura definida y pensada para cambiar el panorama informativo de los medios, incluyendo temáticas que antes no eran contempladas en los informativos tradicionales.

Algunas de las prioridades periodísticas de los editores y productores es que se tengan fuentes primarias que apoyen la información. En el caso de los noticieros de la comunidad, los moradores son las fuentes primarias a las cuales se acude de manera inmediata. Pero también se acude a funcionarios municipales para obtener las dos versiones de las historias justificando para el medio la pluralidad y objetividad como valores claves de la profesión periodística.

La mayor parte de los criterios y rutinas profesionales mencionadas pueden explicarse por la concepción de la información como un producto y la necesidad de ahorrar costes en su producción, para lo cual la previsibilidad del pseudo-acontecimiento, la bipolaridad de los actores políticos, el recurso a las fuentes oficiales o solventes o el tratamiento de temas sencillos y superficiales son fundamentales (Candón, 2012:681).

Los medios de comunicación privados son empresas cuyo producto a comercializarse en el mercado es la información. Al ser empresas mediáticas tienen intereses políticos, económicos y comerciales que determinan la calidad de la información, puesto que la selección de la misma se determina en gran parte por los intereses comerciales y publicitarios que tiene cada medio.

La información que se emite en los medios de comunicación hoy está dirigida bajo diversos formatos. Las noticias van más allá de la retransmisión en pantalla. Se ofrecen versiones en internet y redes sociales en diversos formatos. Las noticias se complementan con videos y los ciudadanos tienen la oportunidad de interactuar con el medio comentando sobre la noticia.

Las nuevas fórmulas de visibilización del ciudadano en los medios según García (2014) generan tres acciones claves en el proceso: componer, se caracteriza en la posibilidad que tiene el ciudadano de crear contenido para enviarlo al medio y ser transmitido posteriormente; compartir, consiste en difundir la información publicada por el medio y lograr con ello una mayor expansión de su alcance; participar, nueva

alternativa que tiene el ciudadano de comentar o sugerir contenidos para ser tratados por el medio.

El internet y sus facilidades de acceso y cantidad de información es una de las principales herramientas que ofrece las condiciones para facilitar la interacción de los ciudadanos con los medios. Los medios digitales han permitido al ciudadano sentirse escuchado, tomado en cuenta, lo hace pensar que su voz tiene eco.

Situación que parece haber modificado en parte el ejercicio de rutinas periodísticas puesto que los reporteros y realizadores de los informativos de la comunidad deben tomar en cuenta las sugerencias realizadas por los ciudadanos pero deben también contrastarlas, verificar si son verdaderas y si cumplen con los valores noticia y los criterios de selección para hacer de esas sugerencias temas a tratar en los informativos.

La intención de los medios siempre es otorgar al público información verídica que resulte interesante y real, que determina los intereses y exigencias de los ciudadanos en el proceso informativo pero que también los haga partícipes en la medida de lo posible para sentirse identificados con el medio.

## CAPÍTULO II NOTICIERO TELEVISTAZO EN LA COMUNIDAD

### 2.1 Medios Audiovisuales Comerciales

Los grandes medios de comunicación en Ecuador son grandes emporios comerciales cuyo ejercicio está condicionado por las exigencias del mercado, tienen alineaciones estratégicas a intereses ideológicos y políticos de clases dominantes y grupos económicamente poderosos en el país.

Según la Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL (2012) en Ecuador existen 494 canales de televisión abierta, siendo 9 los canales privados más importantes a nivel nacional y 6 públicos. El resto de frecuencias está repartida entre canales regionales y comunitarios locales.

En Ecuador, los medios audiovisuales ya sean públicos o privados manejan sus líneas de producción motivados por una determinada ideología. Los canales de televisión son empresas cuyo negocio es la comunicación y “transitan hacia una estructura tecnológica única en correspondencia con la necesidad de homogeneizar los soportes de la producción y el consumo de ese primer recurso público que constituye la información” (Valqui y Pastor, 2009: 190).

Los canales de televisión responden a los intereses ideológicos de sus dueños, al ser empresas cuyo negocio es la información, esta constituye una mercancía más que es ofertada al público. La programación que manejan los principales canales nacionales es miscelánea y se constituye de una variedad de programas como matinales tele-revistas, informativos, programas de opinión política, dibujos animados para niños, películas, telenovelas, realities y programas deportivos.

Los diversos medios se encuentran en constante competencia unos con otros, siendo los horarios matinales y *prime time* los más peleados en las franjas de *rating* al ser los horarios que registran mayores niveles de audiencia.

Los noticieros informativos constituyen espacios de responsabilidad y credibilidad del canal. Los noticieros son los programas más formales y con estructuras más rígidas dentro de toda la programación.

Al ser canales privados, su programación y producción es financiada por empresas auspiciantes de los programas. En muchos casos, la información emitida por los canales selecciona su información de modo que no afecte los intereses de sus auspiciantes y los propios de la empresa. Uno de los canales con mayores niveles de *rating* y con mayor aceptación por parte del público es Ecuavisa un canal privado con gran trayectoria desde su constitución.

## **2.2 Canal 8 Ecuavisa**

El canal privado Ecuavisa<sup>1</sup> aparece oficialmente como medio de comunicación audiovisual el 1 de marzo de 1967 de la mano de su fundador Xavier Alvarado Roca. Inicialmente transmitía señal exclusiva para Guayaquil y se ubicó en el Cerro del Carmen por tratarse de un sitio estratégico en cuanto a cobertura.

Para el año 1970 inaugura su señal nacional y asume su transmisión en Quito conocido como Canal 8 pues es la numeración que lleva en la frecuencia asignada. Las experiencias y profesionalismo, según la página oficial de Ecuavisa (2016) “El apoyo y la experiencia de Canal 7 de Miami, que dirigía el señor Sydney Ansin hicieron posible enrumbar a la nueva empresa con producción propia y buena programación internacional”, es por ello que las personas contratadas fueron fundamentales para hacer de Ecuavisa uno de los canales más importantes en la pantalla nacional.

El canal siempre apostó a la producción nacional, siendo uno de los canales pioneros en registrar mayores programas producidos enteramente en el país. Tal es el caso de sus noticieros informativos que significaron los primeros programas de este tipo en trabajar con equipos de reporteros, camarógrafos y presentadores ecuatorianos además de lograr toda la información producida y editada desde el territorio.

También cuenta con una señal internacional dirigida a los migrantes ecuatorianos en Estados Unidos y Europa. Ecuavisa Internacional inicia sus transmisiones vía satélite un 27 de septiembre del 2004. Su señal también puede ser sintonizada en el país por UHF, canal 22 para Guayaquil y 42 en Quito.

La estación televisiva llega a más de dos millones y medio de hogares en Estados Unidos por DirecTV, Qwest, Cablevisión y RCN. En España, Ecuavisa

---

<sup>1</sup> <http://www.ecuavisa.com/>

Internacional es transmitido por Digitalplus y Red Ono. Recientemente, la televisora llega a más de 500.000 usuarios a través de los celulares (TSN, 20081).

### **2.3 Contextualización Noticieros de la Comunidad**

Los medios masivos de comunicación son espacios que configuran la relación entre la gente y el mundo que la rodea. “En Latinoamérica se da el fenómeno de los noticieros de la comunidad como un espacio participativo, el cual busca elevar el nivel de audiencia con el protagonismo de la gente. Estos noticieros de la televisión contemporánea ofrecen un verdadero acercamiento al presente, a través de la emisión en directo que permite dar más realismo a la información” (Gómez, 2012: 26).

Los noticieros de la comunidad se crearon en el Ecuador en año 2008, en un inicio se plantearon dentro de los noticieros tradicionales como segmentos que trataban temáticas de la comunidad. Al tener tan favorable acogida se hizo necesaria la creación de noticieros completos especializados en esta temática.

Los noticieros de la comunidad están orientados a generar información sobre una comunidad específica, construyen sus agendas informativas junto a la comunidad a la cual pertenecen. Son espacios destinados a resolver problemas para mejorar la calidad de vida de todos los moradores.

Los noticieros de la comunidad están modificando y reajustado sus estilos para satisfacer más las necesidades de sus públicos. Las audiencias exigen participar de forma más activa en los noticieros de la comunidad. Dichos espacios fortalecieron e implementaron nuevas experiencias de intervención comunicativa centradas en el ciudadano ya que “se transitó de un modelo de sujeto enteramente dominado por los medios y el poder a un sujeto con capacidad de impugnación y transformación permanente” (Córdoba, 2008: 81). Es así que los medios modificaron las formas de participación y se implementaron estrategias como llamadas telefónicas, foros en red, comentarios y sugerencias en redes sociales.

Los noticieros de la comunidad tratan de concebir a la ciudadanía como un conjunto de actores que tiene derecho a la participación activa “pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que los emocione” (Orozco , 1997: 27).

Los noticieros de la comunidad están orientados a generar información sobre una comunidad específica, y algunos construyen sus agendas informativas en conjunto con las sugerencias de la comunidad a la cual pertenecen. “Surgen como respuesta a demandas sociales por visibilizarse y hacerse eco principalmente de problemáticas parroquiales, barriales, comunales, etc. De sectores que antes no eran tomados en cuenta, pero que ahora son prioridad a la hora de emitir los noticieros diarios” (Espinoza, 2013: 73).

Estos noticieros fueron creados con el objetivo de captar la mayor atención del público, involucrándolo dentro de su programación al tratar temáticas que le resulten familiares y cotidianas. Los noticieros de la comunidad tratan primordialmente noticias de mejoramiento en un barrio o la consecución de algún servicio.

Las sugerencias temáticas y denuncias ciudadanas son tomadas en cuenta en algunas ocasiones por la producción dentro de sus criterios de selección de temas o dentro de los atributos informativos. El reportero Mario Guayasamín comentaba que las agendas de los noticieros se nutren en ocasiones de las sugerencias que hace la gente “quisiera decir que la agenda la ponen los vecinos, nosotros estamos muy a la espera de lo que ellos nos pueden comentar” (McCombs, 2004: 246).

En algunos otros casos, la participación del público se realiza a través de microondas directas en diferentes comunidades. La tecnología ha sido bien aprovechada por los productores y realizadores de los canales, la utilización de nuevas redes como Facebook o Twitter permite que el ciudadano se relacione directamente con el noticiero y así se horizontaliza la relación con el mismo.

## **2.4 Objeto de estudio**

El estudio pretende analizar noticieros de la comunidad de los nueve principales canales de televisión privada en Ecuador. En Ecuador existen 4 noticieros de la comunidad en los medios masivos: DespiérTC de TC Televisión, La Noticia en la Comunidad de RTS, 24 horas con la Comunidad de Teleamazonas y Televistazo en la Comunidad de Ecuavisa.

El noticiero seleccionado es Contacto en la Comunidad de Ecuavisa, bajo el método de estudio de caso que “consiste en el abordaje de lo particular priorizando el caso único, donde la efectividad de la particularización reemplaza la validez de la generalización”. (Stake, 1995, pág. 220).

Televistazo en la Comunidad es el primer noticiero comunitario que se creó en los medios de comunicación comerciales en Ecuador en el año 1994. El noticiero tiene altos niveles de audiencia y por sus años de transmisión al aire se ha ganado cierto grado de credibilidad ante los espectadores.

Las preguntas que surgen para el análisis de este noticiero y sobre los objetivos de esta investigación son:

- ✓ ¿Qué formas de la ciudadanía se representan en el noticiero?
- ✓ ¿Qué tipo de visibilidad mediática tienen los ciudadanos dentro del noticiero?
- ✓ ¿Cómo son presentados los ciudadanos a través de la inclusión de temas en la agenda informativa y la selección de voceros?
- ✓ ¿Incide la participación ciudadana en la selección de temas en la agenda informativa?
- ✓ ¿Incide la participación ciudadana en la selección de voceros en la agenda informativa?

## **2.5 Noticiero Televistazo en la Comunidad**

### *Origen del programa*

“Televistazo en la Comunidad” nace en el año de 1994 con el nombre de “Contacto en la Comunidad”, fue un segmento que se transmitía dentro del noticiero nacional. Posteriormente el segmento pasa a transmitirse en el programa de noticias y opiniones políticas denominado Contacto Directo y tenía señales diferentes para Quito y Guayaquil.

Es a partir del año 2009 que el segmento pasa a constituirse un noticiero como tal con estructura y autonomía temática propia. Mario Duque, Director de emisión del informativo sobre su origen comenta

Estoy seguro de que fuimos el primer medio que introdujo los espacios de la comunidad acá, ahora hay en todos los canales pero aquí fue un proceso muy largo en el cual yo estoy 15 años al mando ..., hoy tenemos una estructura completa del noticiero, es la misma estructura del noticiero nacional, tenemos periodistas propios dedicados a comunidad, tenemos toda una infraestructura con recursos, tenemos camarógrafos, cámaras y equipos, gente de producción y dirección que nos dedicamos netamente a comunidad (Duque, 2015: 4).

Televistazo en la Comunidad es un noticiero de información local destinado a la comunidad quiteña que se crea como un espacio refrescante y menos formal que el resto de informativos del canal. El noticiero tiene señales separadas y se transmite en Quito en horario matutino de 7:45 a 8:30 de forma semanal.

Su programación se centra en la transmisión de denuncias locales, pone en evidencia los problemas que atraviesan los barrios en la capital e intenta resaltar las noticias positivas que realizan colectivos o actores individuales en la ciudad de Quito.

### *Caracterización del programa*

Televistazo en la Comunidad es un informativo local que trata temáticas desarrolladas en la ciudad de Quito. El noticiero es un nexo para conectar los problemas y denuncias que tiene la población con las autoridades municipales pertinentes con el objetivo de dar soluciones a dichos inconvenientes. El informativo “es un noticiero que busca estar más cerca de la comunidad, de los vecinos, de la sociedad civil, con la necesidad de buscar temas que le den más pertinencia, más cercanía a los televidentes” (Duque, 2015: 1).

Televistazo en la Comunidad muestra los problemas de los barrios y moradores de la capital pero también destaca los logros y actividades positivas conseguidas por los ciudadanos. “Es un noticiero de información local al que hemos cambiado de esquema, le hemos dado un cambio bastante fuerte que ventajosamente nos ha funcionado” (Guayasamín , 2012: 3).

La intención es ser un puente entre los ciudadanos y las autoridades para intentar resolver los diversos problemas que les aquejan. Los productores del noticiero tienen en claro que como medio de comunicación no pueden resolver los problemas que receptan de los ciudadanos pero hacen visibles sus peticiones y participan con ellos en las solicitudes realizadas a las diversas autoridades gubernamentales.

Sobre la propuesta del informativo Duque, director de emisión, comenta que lo importante es que los ciudadanos se vean reflejados en los temas que son tratados en el noticiero, su voz es el elemento primordial que guía el espacio y entre los objetivos está el poder ser mediadores entre las autoridades y las denuncias y necesidades ciudadanas.

Para los realizadores, la ciudadanía es entendida “como nuestros televidentes, como los partícipes de nuestro noticiero y la sociedad, les tenemos como nuestros vecinos, como nuestros amigos, como nuestros familiares” (Duque, 2015: 1).

### *Segmentos del programa*

#### *1.- Noticias locales*

Es el segmento más extenso del programa y constituye una serie de informaciones acerca de sucesos dados en Quito. Son alrededor de 5 o 6 noticias las que se difunden día a día en este segmento, todas ellas realizadas previamente por un equipo de redactores y escritores. En algunas ocasiones, existen también noticias muy trascendentales de interés nacional que de ser necesario son transmitidas con prioridad y varias microondas.

#### *2.- Vías de vida*

Es un segmento creado para dar educación vial tanto a conductores como peatones. El segmento se transmite una vez por semana. El presentador actual, Guillermo Abad hace una introducción al tema y presenta un reportaje sobre el mismo. Finalmente hace recomendaciones y recuerda la importancia de cumplir correctamente con las normas.

#### *3.- Televistazo en la tecnología*

Este segmento tiene como objetivo mostrar los avances y nuevos inventos en el campo de la tecnología en computación y telefonía móvil. “Televistazo en la tecnología” es realizado por José Rivera quien es el encargado de realizar un reportaje sobre un tema a tratar una vez por semana.

#### *4.- Mundo mascota*

Emilia Endara es la encargada de realizar dicho segmento que tiene como objetivo ayudar a animales de la calle a encontrar hogar. El espacio hace una recopilación de albergues y promociona la adopción de diversos animales. Se realiza también una vez por semana y ofrece la dirección de correo electrónico del noticiero para que las personas se contacten con ellos en caso de estar interesados por algún caso en particular.

### *5.- Pásala bien*

Este segmento se transmite específicamente los días viernes, lo realiza María José Hidalgo y es una especie de agenda cultural en donde se da información detallada de todos los eventos tanto gratuitos como privados que se van a realizar en la ciudad durante el fin de semana.

### *6.- Otros*

En determinadas temporadas del año el noticiero presenta concursos realizados de forma anual vinculados con proyectos específicos, tal es el caso del Intercolegial de Bandas Estudiantiles “Viva la Paz” realizado durante los meses de abril a junio vinculado con el proyecto de recuperación de la cultura y cuyo objetivo es incentivar a las bandas estudiantiles de los planteles de educación básica a participar con coreografías musicales y comparsas para demostrar el talento de la juventud.

También se encuentra el concurso denominado “Baila Comunidad” el cual está vinculado al proyecto de recuperación de la salud de los habitantes de la capital y cuyo objetivo es poner en movimiento a los diversos barrios capitalinos llevando una caravana de baile a distintos lugares con instructores profesionales y haciendo del proyecto una verdadera fiesta de bienestar.

### *Estructura del noticiero*

Televistazo en la Comunidad tiene una duración de cuarenta y cinco minutos es transmitido en horario matutino entre las 7:45 y 8:30. El noticiero está estructurado en 5 bloques informativos.

En el primer bloque se realiza la presentación del espacio por parte de María Isabel Carminiani y Denisse Molina, se presentan los titulares y se desarrolla el segmento de noticias locales.

Un segundo bloque informativo está destinado a transmitir diferentes segmentos del noticiero y en él finaliza también el bloque de noticias. Este segundo tiene una duración de 8 minutos al menos.

El tercer bloque está destinado a la microonda que se realiza todos los días desde algún lugar de la urbe ya sea para realizar alguna denuncia, petición o para informar sobre alguna actividad positiva a destacarse de un ciudadano o grupos organizados.

En el cuarto bloque se realiza la segunda microonda del noticiero en donde también se realizan denuncias o se reciben peticiones con los moradores de algún barrio de la capital.

Finalmente un cuarto bloque informativo, que es siempre el más corto es aquel en donde se emite una noticia más y las presentadoras despiden el noticiero recordando siempre a los ciudadanos algún punto positivo a destacarse.

## **2.6 Formas con las cuales tratan la información**

Los noticieros de la comunidad en la televisión ecuatoriana están destinados a la transmisión de información sobre demandas ciudadanas, conocimiento sobre microempresas, ayuda social, salud, etc. Se denominan a sí mismos como noticieros destinados a las comunidades.

Para estos espacios informativos, las noticias sobre temas políticos, coyunturales o deportivos no son relevantes ni primordiales en la agenda. “En lo mínimo intentamos incluir la actividad política, nuestros noticieros de la comunidad no vinculan el tema político” (Duque, 2015: 2) aunque noticias de gran trascendencia política para el país son transmitidas cuando la población tiene mucho interés por informarse sobre ellas.

El enfoque que se da a la agenda depende de la línea editorial del medio y de la concepción del noticiero. El informativo “Televistazo en la Comunidad” es un espacio de un canal privado, Ecuavisa. Investigando sobre la historia y surgimiento de informativo, el objetivo bajo el cual se crea el noticiero fue de constituir un espacio destinado a peticiones ciudadanas, que informa sobre noticias acontecidas en la ciudad de Quito.

En “Televistazo en la Comunidad” se priorizan noticias sobre desarrollo y emprendimientos ciudadanos, peticiones colectivas lo asegura Mario Duque director de emisión del espacio.

Priorizamos los temas de más interés para la comunidad, sean estos infraestructura, seguridad, movilidad, en temas económicos el empleo, emprendimiento que es para

nosotros muy importante en actualidad damos bastante acogida en nuestra agenda a temas de inclusión social a nivel de todo movimiento y también mucha apertura a temas de personas con discapacidad (Duque, 2015: 2).

El ex reportero del noticiero y especialista en temas de la comunidad Mario Guayasamín afirma “el único requisito que podemos decirlo así que se prevé [...] es que sean temas de interés colectivo, que implique a varias familias y que sea tratamiento de cuestiones de barrio pero que no sean aspectos individuales, es lo que nosotros solicitamos” (Guayasamín , 2012: 2).

El objetivo fue crear un noticiero más atractivo para la gente, más acorde y familiar. Un espacio que tratara temas de la cotidianidad de las personas. Y para ello, “cuando las agendas [...] de los medios incorporan tonos afectivos, esas imágenes de los objetos en las informaciones pueden transmitir fuertes emociones y sentimientos” (McCombs, 2004: 230) asegurando audiencias más fieles a un determinado programa.

Por ello los enfoques con los cuales tratan la información están destinados a hacerla información entretenida, fresca, que motive emociones y evoque sentimientos, que llamen la atención de los ciudadanos.

Televistazo en la Comunidad tiene siempre segmentos que resaltan aspectos positivos de la ciudad, de sus habitantes o de sus negocios y espacios turísticos. Procurando encontrar lo particular y bueno dentro de la cotidianidad y sus diversos problemas.

## **2.7 Temas para la agenda**

Las agendas creadas por los noticieros de la comunidad van más allá de una tradicional transmisión sobre la información. Son “agendas entendidas no solo en su sentido original como fijación de los puntos importantes, sino también agendas de los posicionamientos adecuados para pensar y vincularse a ellos” (Orozco, 2001: 16).

Son agendas para vincular a sus audiencias, espacios para acercarlos hacia el medio.

McCombs asegura que la agenda informativa está definida como un conjunto de cuestiones comunicadas, en función de una determinada jerarquía. La selección de temas constituye básicamente una gran máquina de clasificación de los contenidos del mundo.

Una vez destinado el enfoque sobre información comunitaria local los temas corresponderán a temáticas relacionadas directamente.

Los temas que se tratan en el noticiero “Televistazo en la Comunidad” a través de una observación inicial parecen corresponder a denuncias locales sobre la ciudad de Quito, a denuncias sobre peticiones de servicios básicos y demandas ciudadanas en general.

Dentro de las noticias sobre la localidad se abarcan todo tipo de temáticas como políticas públicas, mejora de calles, nuevas entidades municipales. En cuanto a temas sobre denuncias se encuentran principalmente aquellos sobre alcantarillado, luz eléctrica, peticiones de espacios verdes, reclamos de mejoras de infraestructura y demás.

También se priorizan temas de emprendimiento ciudadano individual y colectivo, de programas y mejoras institucionales, temas de ayuda social. El noticiero tiene como objetivo involucrar temas positivos que se desarrollan dentro de la urbe. Sobre los temas incluidos en la agenda del noticiero el director de emisión comenta:

Un rubro importante de nuestra agenda y de nuestra planificación es la interactividad de la ciudadanía en temas que le proponemos nosotros como concursos de rescate cultural como el Intercolegial de Bandas de Paz, o actividad deportiva con un proyecto que ejecutamos en vacaciones llamado Baila Comunidad como temas para incentivar a la juventud y a la paz, damos mucho empeño y planificación al tema gastronómico con el sabor de los quiteños (Duque, 2015: 2).

El proceso de selección de temas para la agenda del noticiero afirma Duque que inicia con base a la pertinencia, a la cercanía de los temas hacia los ciudadanos en la ciudad de Quito. Los temas seleccionados concuerdan entonces con los criterios de selección planteados en el primer capítulo que comprenden la proximidad geográfica y social; los intereses cotidianos y humanos.

Los temas a tratarse constituyen principalmente “inquietudes ciudadanas, denuncias, comentarios, temas que plantea la gente, problemas, temas positivos” que se desarrollan en los distintos lugares de la ciudad. (Duque, 2015: 2).

La agenda se nutre por varias vías, mayoritariamente se receptan denuncias y peticiones a través de las redes sociales y la dirección de correo electrónico. También se receptan temas a través de llamadas telefónicas o visitas ciudadanas en el canal. Dentro

del equipo de producción existen personas encargadas de monitorear todo el tiempo tanto lo receptado a través de internet como las llamadas.

Otra de las vías bajo las cuales la agenda se nutre de temas es a través de las propuestas realizadas por los reporteros quienes tienen fuentes comunitarias y están en la búsqueda constante de nuevos temas y que puedan ser abordados en el noticiero, ellos trabajan principalmente en temas de movilidad, o inseguridad.

El trabajo que realiza la productora de contenido es primordial en la construcción de agenda también pues es la persona encargada de realizar invitaciones oficiales mediante cartas u oficios a los diferentes organismos y autoridades municipales mayoritariamente, es la encargada de realizar intervenciones en vivo en el set o de invitar a grupos culturales.

El establecimiento de la agenda se da entonces por un conjunto de acciones y se nutre de diversas vías para la realización de todo lo que se visualiza día a día en la pantalla. “La agenda la construimos en base a inquietudes ciudadanas, en base a requerimientos ciudadanos que nos envían a través de las redes, del correo, por teléfono o incluso de gente que viene acá al canal” (Duque, 2015: 2).

## **2.8 Seguimiento de temas**

Uno de los principales objetivos del noticiero Televistazo en la Comunidad es realizar un seguimiento a todas las noticias transmitidas en el noticiero en donde se hayan solicitado reparaciones o mejora de obras a las autoridades municipales. Mario Duque, director de emisión menciona que las noticias tienen un seguimiento de hasta cinco años o por el tiempo que sea necesario hasta que se haya logrado la consecución de la obra.

Nosotros damos seguimiento a todas las noticias, no nos olvidamos del criterio de ayudar a la comunidad y puede ser un simple hoyo que está afectando a la comunidad nosotros estamos ahí hasta que la autoridad lo vea y lo solucione o hasta que la propia comunidad haga autogestión y lo solucione el problema (Duque, 2015: 2).

Para los productores del informativo, la consecución de una obra es clave dentro del desarrollo de las noticias, su seguimiento se realiza todos los días a través del equipo de producción pero también se dan a conocer avances a través de las microondas diarias que se realizan en cada emisión del noticiero.

Si bien no todas las peticiones son resueltas por las diversas autoridades, los ciudadanos junto con la ayuda del noticiero hacen las peticiones hasta tres veces pues como expresa el Director no quieren quedarse en la mera denuncia. En el caso de peticiones no resueltas por las autoridades pertinentes, los ciudadanos hacen autogestión y consiguen a través de diversas actividades la reparación o adecuación del servicio que demandaban.

El trabajo del noticiero en estos casos es difundir las actividades a realizarse e invitar al resto de la ciudadanía para contribuir con el barrio o sector que está requiriendo un mejoramiento.

Sea cualquiera el caso “damos seguimiento y ese es nuestro nivel de preocupación y de estar con la comunidad aunque hay casos en los cuales la misma comunidad abandona el problema o denuncia y cuando no hay interesados en el tema tampoco nosotros insistimos” (Duque, 2015: 2).

El seguimiento de temas está fundamentado en la idea de no dejar sola a la ciudadanía, de ser acompañantes de ellos, facilitadores como lo expresaba el Director. El seguimiento de casos asegura también material futuro para las emisiones en la medida en que se realizan dos o tres visitas posteriores a la denuncia o petición realizadas en un principio.

## **2.9 Incidencia del ciudadano en la construcción de agenda**

Los noticieros de la comunidad surgieron como espacios informativos que motiven el interés de los ciudadanos, bajo esta concepción la participación e interactividad de la ciudadanía debería ser clave en el proceso de creación de la información.

Puesto que son ellos quienes conocen los problemas de primera mano, las sugerencias que puedan proporcionar son importantes en la medida en que pueden ser incorporadas a la agenda informativa. El tomar en cuenta sus sugerencias también permite visualizar el grado de importancia y objetividad de la transmisión aunque la producción siempre realiza un filtro sobre ciertos contenidos.

Sobre la incidencia que tienen los ciudadanos y su aporte en la construcción de la noticia en el noticiero “Televistazo en Comunidad” el director del espacio afirma que es

importante, “prioritaria, tenemos una gran cantidad de temas que nos da la ciudadanía, para nosotros es prioridad eso porque los temas salen de ahí y hay mucha participación de la comunidad” (Duque, 2015: 3).

Los ciudadanos tienen incidencia directa en la creación de agenda para el noticiero pues son ellos los que alimentan esta agenda, los que sugieren y proponen los temas que son luego analizados por los reporteros y posteriormente mostrados al aire.

El Director menciona que tienen una agenda ciudadana participativa con los ciudadanos, son ellos quienes mayoritariamente nutren de temas. Son sus demandas a través de redes sociales (mayoritamente) llamadas telefónicas o visitas al medio las que proporcionan los temas que se tratarán día tras día.

Los noticieros de la comunidad son de la gente y en ese sentido la interactividad con los ciudadanos en los distintos barrios es clave para los realizadores del espacio que cuentan con bases de datos sobre las organizaciones en cada barrio, sobre directivas y representantes.

“Televistazo en la Comunidad” se denomina como un noticiero de la gente, la interactividad y participación de la misma es clave para lograr reflejar dicha denominación.

Los ciudadanos participan en el noticiero “a través de las redes sociales para hacer la agenda, participan en microondas, participan en reportajes, elaboramos notas en distintos formatos en donde participa la gente, participa en nuestros proyectos que son elaborados anualmente” (Duque, 2015: 4).

## **2.10 Voceros y fuentes entrevistadas**

Dentro del periodismo y la información las fuentes entrevistadas son claves para dar peso a la noticia. Las fuentes son representantes institucionales o sociales encargados de contar los hechos desde su visión. Dependiendo del tema de la información las fuentes pueden ser oficiales o no oficiales. Para contrastar correctamente la información, lo correcto es dar espacio a los dos protagonistas de una historia.

Los sistemas tradicionales de difusión [...] de TV, ensamblados con las prácticas de ciudadanía desarrolladas durante el siglo XX, están reconfigurándose junto a nuevas redes que permiten otros ejercicios de vinculación horizontal y vertical” de las audiencias (De Charras et al., 2014: 21).

Para complementar la agenda informativa, un segmento importante son los voceros. Considerados como las fuentes informativas a las cuales se recurre para validar la información sobre una noticia. Las fuentes informativas y voceros no son necesariamente figuras públicas, representantes gubernamentales, municipales o autoridades. Una fuente puede ser también un ciudadano común que presencié un hecho de primera mano.

En este sentido, la participación de los ciudadanos en los medios evidencia “la necesidad de dar cuenta, aunque sea de manera general, de qué modo los ciudadanos se hacen visibles en el espacio mediático, de analizar cuáles son las representaciones que los medios construyen y cómo se autorepresentan en tanto espacios de ciudadanización” (Mata , 2006: 8).

Las “fuentes dependen del espacio que obtienen en las agendas informativas para difundir sus acciones y son, al mismo tiempo, un insumo fundamental del proceso de producción de las noticias” (Aruguete y Zunino, 2013: 2). Una noticia tiene más validez si está confirmada por una fuente.

“Televistazo en la Comunidad” acude a dos tipos de fuentes, las autoridades y los ciudadanos de base. Las primeras las constituyen representantes municipales que figuran como las figuras de las diversas instituciones municipales a quienes se dirigen en su mayoría por la petición del cumplimiento y satisfacción de alguna necesidad de la población.

Los ciudadanos de base, aquellos que viven de modo permanente en los diversos sectores son fuentes de base, conocen de primera mano el lugar y sus requerimientos, son ellos las personas o grupos consultados al momento de realizar un reclamo o petición sobre servicios básicos por ejemplo.

Mientras más voceros ciudadanos se incluyan puede “estimular una agenda ciudadana desde la televisión que lleve la intención explícita, y eventualmente consensuada entre representantes de los diversos sectores ciudadanos, para influir, orientar y detonar posicionamientos” (Martínez, 2001: 6) sobre temas a tratar en los noticieros.

## **2.11. Criterios de selección**

Los criterios de selección de las noticias tienen relación con el carácter de noticiabilidad de un hecho. Entre los más distinguidos en el campo del periodismo están la inmediatez, la magnitud, espectacularidad, proximidad, el interés humano.

Los temas a ser transmitidos en noticias dentro del noticiero *Televistazo* en la comunidad cumplen con los criterios de proximidad al tratar temas enfocados en la ciudad de Quito. Cumplen también con el criterio de inmediatez puesto que los hechos son transmitidos en el mismo instante en el que ocurren, en el caso de las noticias y microondas informativas. Mientras que los reportajes son realizados con más tiempo. Cumplen con el criterio de interés humano, puesto que se trabaja en algunos casos con temáticas sugeridas por las audiencias.

### *Formatos*

El formato corresponde a la clasificación bajo la cual se encuentra el programa. *Televistazo* en la Comunidad es un formato de noticiero televisivo.

Un noticiero televisivo es un programa destinado a la transmisión de noticias, tiene una periodicidad, se transmite en un mismo horario, se organiza en diversos segmentos que tratan temas específicos de información. Rincón define a un noticiero como “un programa de noticias diseñado como un todo, ¿qué tiene un ritmo, una estructura, un estilo para el relato total. El telenoticiero no consiste en la colección de fragmentos de la realidad sin ninguna conexión, es un conjunto que muestra una representación de lo público”. (Rincón y Estrella, 2001: 58).

“*Televistazo* en la Comunidad” tiene 5 bloques informativos en los cuales abarcan los segmentos de noticias de la comunidad, microonda en los barrios de Quito, salud, desarrollo y agenda cultural. Tiene siempre en estudios dos presentadoras y realiza microondas con varios reporteros ubicados en diversos sectores dependiendo de los temas a tratarse de acuerdo a cada día.

## *Géneros*

Los géneros son formas de narrar los acontecimientos, su utilización depende de la finalidad con la cual se transmita la información y el objetivo que se desea conseguir con la misma.

El noticiero se realiza bajo el género periodístico cuyo objetivo es dar cuenta de la realidad con un lenguaje directo y objetivo. Transmite datos y hechos de interés para el público sin opiniones personales ni juicios de valor.

Los subgéneros desarrollados dentro de este campo y trabajados de forma particular en Televistazo en la Comunidad son: la noticia, el reportaje y la entrevista.

La noticia es el género emblema del conjunto periodístico, es el más breve también pues ofrece información detallada de los hechos y los narra en orden de importancia (en teoría) de cómo sucedieron.

Se hacen reportajes pero en mayor medida y las entrevistas son muy comunes especialmente en las salidas que se realizan en las microondas ya sea para cubrir denuncias ciudadanas o para reforzar la información noticiosa.

## *Pauta comercial*

La pauta comercial no es más que el espacio que se destina dentro del noticiero a los auspiciantes comerciales que financian el espacio. Un noticiero por lo general tiene una duración de una hora. Pero su programación se reduce a cuarenta y cinco minutos o menos y el tiempo restante se designa a la pauta comercial.

Depende de la producción determinar qué empresas y marcas pueden pautar. Televistazo en la Comunidad tiene como principales auspiciantes a DirecTV, Claro y Movistar.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DEL CIUDADANO EN EL NOTICIERO TELEVISTAZO EN LA COMUNIDAD**

#### **3.1 Metodología**

##### *Paradigma*

El paradigma de investigación bajo el cual se sustenta este trabajo es el paradigma cuantitativo con miras a conocer una realidad con un caso determinado de estudio para interpretar una realidad empírica y darle un sustento en la teoría. En investigaciones cuantitativas, los datos ayudan a hacer interpretaciones de ellos para que mediante esto el investigador pueda llegar a hacer una conclusión adecuada de los mismos.

##### *Tipo de investigación*

Es de tipo descriptivo - transversal, porque se lo hará en un momento específico del tiempo con miras a observar el fenómeno para sustentarlo en la teoría que lo explique. El período de tiempo seleccionado para el estudio serán los meses de abril, mayo y junio del año 2015 por ser una etapa sin hitos coyunturales en donde se puede observar el trabajo cotidiano del noticiero.

Descriptiva porque “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2010: 80). Será de carácter transversal puesto que se los datos se obtendrán en un período de tiempo determinado.

##### *Metodología de la investigación – Estudio de Caso*

La presente investigación constituye un estudio sobre un determinado tema, el cual es “una metodología dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, que busca expandir la información específica sobre el fenómeno de estudio” (Yapu et al., 2006: 201), mediante la combinación de distintos métodos con el fin de describir, o generar una teoría.

Las investigaciones en Ciencias Sociales apuntan sus metodologías actuales a los estudios de caso que analizan perspectivas vinculadas con la tradición cualitativa aunque

en los últimos años las investigaciones se desarrollan también desde el ámbito cuantitativo. Neiman y Guaranta manifiestan que “los primeros antecedentes de investigación empírica cualitativa de los hechos sociales se asocian con las preocupaciones surgidas en torno a la cuestión social” (Yapu et al., 2006: 214). Los investigadores de la Escuela de Chicago fueron aquellos que institucionalizaron la utilización de métodos cuantitativos en la investigación sociológica.

El estudio de caso “consiste en el abordaje de lo particular priorizando el caso único, donde la efectividad de la particularización reemplaza la validez de la generalización” (Yapu et al., 2006: 219).

Dentro de esta metodología el caso se selecciona bajo la temática de interés del investigador que constituye la parte primordial del proceso.

la elección del caso busca maximizar las posibilidades y la capacidad que las condiciones y características del caso presentan para desarrollar conocimiento a partir de su estudio (...) El caso es definido como un sistema delimitado en tiempo y espacio de actores, relaciones e instituciones sociales donde se busca dar cuenta de la particularidad del mismo en el marco de su complejidad (Yapu et al., 2006: 220).

El caso es seleccionado para el presente estudio es el programa “Televistazo en la Comunidad” de Ecuavisa.

“Televistazo en la Comunidad” es el informativo comunitario del canal 8 Ecuavisa. El slogan del espacio es “Televistazo en la Comunidad, más cerca de ti”. El noticiero se realiza desde Quito y Guayaquil y se transmite en las mañanas en horario de 7:45 a 8:30. Televistazo en la Comunidad es un noticiero que recorre los barrios locales y busca poner en evidencia las situaciones difíciles por las que pasa la ciudadanía en su barrio, intentado abarcar cada vez más sectores de la población. Las noticias son transmitidas directamente por los ciudadanos en cada barrio, interesándose más por los problemas locales.

El noticiero fue seleccionado como un aporte favorable de análisis en el campo académico por constituirse el informativo con mayor tiempo al aire en la temática comunitaria, por sentar el precedente para desarrollar este tipo de programas además de encontrarse retransmitido por uno de los canales comerciales más importantes en el país.

La importancia y el poder que aporta esta metodología de investigación en el campo social radican en la posibilidad de mezclar un sinnúmero de técnicas para facilitar la comprensión del fenómeno abordado en relación con los sujetos y el entorno que lo constituyen.

Esta metodología de investigación considera al caso como primordial en la investigación y deja las técnicas de recolección de datos como secundarias. Permite la utilización de una variedad de fuentes de información para captar de mejor manera y de ser posible a cabalidad la complejidad de fenómeno abordado para su estudio.

#### *Técnicas de recolección de datos*

1.- lectura visual de las emisiones del noticiero

#### *Técnicas de análisis de datos*

La información se procesará a través de análisis de contenido que “es la técnica que permite investigar el contenido de las "comunicaciones" mediante la clasificación en "categorías" de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje” (Yapu et al., 2006: 4). El análisis de contenido es una técnica de cuantitativa de análisis textos, ya sean escritos, grabaos, pintados o filmados.

También se define como una técnica "de investigación [que utiliza un conjunto de procedimientos] para hacer inferencias reproducibles y válidas a partir de un texto (de los datos al contexto de los mismos)" (Krippendorff, 1980: 21).

El análisis de contenido “es una técnica de investigación en Ciencias Sociales cuyo objetivo es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de un producto comunicacional” (Berelson, 2012: 2).

En el análisis de contenido, la cuantificación es una pieza clave y la razón de ser de la técnica ya que consiste en “formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto” (Andréu, 2009: 3).

El análisis de contenido es una técnica que se origina en Suecia en 1640 con la cuantificación de 90 himnos religiosos en donde se identificaba la censura a la iglesia

oficial sueca. Se registra como un hito histórico de este tipo de análisis el efectuado en 1892 por el francés B. Bourbon que analizó El Exodo para clasificar los tipos de palabras.

Para el estudio se realizará una matriz de análisis. Se procederá también a realizar un análisis de agenda a través de la metodología de diseño transversal que “estudia la relación entre unidades de análisis en un punto del tiempo” (Petrono, 2012: 5).

### 3.2 Cuaderno de codificación

**V1: N.Noticia:** detalla el número de cada una de las noticias sobre la comunidad analizadas.

**V2: FechaEmisiónNoticiero:** registra el día en el cual se realizó la emisión de cada noticia.

**V3: MesEmisión:** mes en el cual se realizó la emisión.

**V4: TemaNoticiaComunidad:** detalla los temas sobre los cuales tratan las noticias de la comunidad.

- **1= Demanda por creación de servicios básicos:** se refiere a las noticias que tratan únicamente el tema de denuncias por la petición de servicios básicos.
- **2= Denuncia por destrucción de espacios públicos:** recoge las inquietudes y quejas en torno al tema de la destrucción de espacios públicos colectivos.
- **3= Robo o delincuencia:** noticias que tratan sobre robos a los ciudadanos como particulares o a la comunidad en grupo.
- **4= Denuncia por vías en mal estado:** recoge las quejas por el mal estado de las vías en la ciudad de Quito.
- **5= Ayuda social:** son noticias referentes a temas de ayuda económica, social a personas que padezcan alguna enfermedad catastrófica o hayan sufrido una calamidad.
- **6= Emprendimiento ciudadano colectivo:** hace referencia a las iniciativas logradas por la comunidad en conjunto como su propia autogestión para mejorar sus condiciones de vida.

- **7= Emprendimiento ciudadano individual:** trata de temas relacionados con reconocimientos o casos ejemplares de personas que han salido adelante en aspectos profesionales, empresariales y económicos a pesar de diversas adversidades.
- **8= Suspensión de servicios básicos:** son noticias alertando sobre la suspensión de algún servicio básico en distintos sectores.
- **9= Programas institucionales y municipales:** hace referencia a los programas y propuestas que hacen organismos de gobierno para el desarrollo y crecimiento de la ciudadanía.
- **10= Respuesta de autoridades:** son las soluciones que se han brindado por parte de las autoridades gubernamentales ante peticiones de los ciudadanos.
- **99= No se trataron temas de la comunidad:** puntualiza que en el día no se emitió ninguna noticia que tratase temas de la comunidad y que el noticiero fue enfocado hacia otros aspectos.

**V5: Entrevista Al Ciudadano:** Detalla en qué forma se realizó la entrevista.

- **1= individual:** hace referencia a si la entrevista se realizó a un solo ciudadano.
- **2= colectivo:** se refiere a cuando la entrevista se ha realizado a varios ciudadanos reunidos en grupo.
- **9= no aparece entrevista al ciudadano:** hace referencia a cuando la noticia es emitida sin entrevista a ninguna persona o grupo.

**V6: Representación:** en esta variable se identifica bajo qué forma de representación se muestra a los ciudadanos en las noticias referentes a los temas de la comunidad.

- **1= como sujeto de necesidad:** es representado como el ciudadano cuyos derechos no se están respetando y al cual las autoridades deben ayudar.
- **2= como sujeto de demandas:** es un sujeto activo que hace escuchar su voz para pedir atención al Estado.

- **3= como sujeto de decisión:** es un sujeto con representatividad en la comunidad que tiene la facultad de tomar decisiones y ejecutar acciones para crear planes que cambien las condiciones de vida de un sector.
- **4= como sujeto emprendedor:** es identificado como aquel ciudadano que toma las riendas de su camino y forja solo un porvenir a pesar de encontrarse con adversidades.

### 3.3 Análisis de noticias sobre comunidad

Los meses de análisis están comprendidos entre las emisiones de mayo, junio y julio de 2015. Los meses fueron elegidos por tratarse de una época del año en donde no se desarrollaba ningún hecho trascendental o coyuntural que modificara la cantidad de la información puesto que en otros meses del año el noticiero Televistazo en la Comunidad desarrolla concursos y programaciones especiales por navidad o vacaciones y la cantidad de información específica de la comunidad varía.

**Tabla 1:** Noticias de la Comunidad

| <b>Noticias de la Comunidad</b> |                   |                   |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Meses</b>                    | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Mayo                            | 52                | 31,1              |
| Junio                           | 57                | 34,1              |
| Julio                           | 58                | 34,7              |
| <b>Total</b>                    | <b>167</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Elaboración propia

Del total de 167 noticias de la comunidad, que se entienden a aquellas que vinculan directamente a los ciudadanos, el registro mayoritario se emite en el mes de julio con un casi 35% de la información. El número de noticias de la comunidad es parejo y se mantiene bajo las mismas cifras durante los meses de análisis.

**Tabla 2:** Mes de Mayo

| <b>Día de emisión</b> | <b>N. Total Noticias</b> | <b>N. Noticias de la Comunidad</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------|--------------------------|------------------------------------|-------------------|
| 01-may-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 04-may-15             | 6                        | 3                                  | 1,8               |
| 05-may-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 06-may-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 07-may-15             | 5                        | 1                                  | ,6                |
| 08-may-15             | 5                        | 0                                  | ,6                |
| 11-may-15             | 8                        | 4                                  | 2,4               |
| 12-may-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 13-may-15             | 9                        | 2                                  | 1,2               |
| 14-may-15             | 5                        | 2                                  | 1,2               |
| 15-may-15             | 6                        | 3                                  | 1,8               |
| 18-may-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 19-may-15             | 8                        | 3                                  | 1,8               |
| 20-may-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 21-may-15             | 5                        | 2                                  | 1,2               |
| 22-may-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 25-may-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 26-may-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 27-may-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 28-may-15             | 5                        | 1                                  | ,6                |
| 29-may-15             | 6                        | 1                                  | ,6                |
| <b>TOTAL</b>          | <b>153</b>               | <b>52</b>                          | <b>31,1</b>       |

**Fuente:** Elaboración propia

Durante el mes de mayo se emitieron un total de 153 noticias de las cuales solamente 52 con un 31% son correspondieron a noticias de la comunidad. Un acontecimiento particular durante el transcurso de este mes es que se realizó un concurso anual denominado Intercolegial de Bandas de la Paz, dicho concurso inició el día jueves 7 de mayo con un programa especial dedicado a dicho acontecimiento. El concurso continuó desarrollándose por el mes e inicio de junio siendo los días jueves y viernes en donde se registran menos noticias de la comunidad como el día 8 en donde no se emitió ninguna noticia o los días 28 y 29 en donde solamente se transmitió una noticia cada día.

**Tabla 3:** Mes de Junio

| <b>Día de emisión</b> | <b>N. Total Noticias</b> | <b>N. Noticias de la Comunidad</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------|--------------------------|------------------------------------|-------------------|
| 01-jun-15             | 7                        | 2                                  | 1,2               |
| 02-jun-15             | 8                        | 5                                  | 3,0               |
| 03-jun-15             | 9                        | 7                                  | 4,2               |
| 04-jun-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 05-jun-15             | 7                        | 1                                  | ,6                |
| 08-jun-15             | 8                        | 0                                  | ,6                |
| 09-jun-15             | 9                        | 2                                  | 1,2               |
| 10-jun-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 11-jun-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 12-jun-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 15-jun-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 16-jun-15             | 9                        | 1                                  | ,6                |
| 17-jun-15             | 9                        | 2                                  | 1,2               |
| 18-jun-15             | 3                        | 0                                  | ,6                |
| 19-jun-15             | 9                        | 1                                  | ,6                |
| 22-jun-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 23-jun-15             | 9                        | 2                                  | 1,2               |
| 24-jun-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 25-jun-15             | 9                        | 2                                  | 1,2               |
| 26-jun-15             | 9                        | 0                                  | ,6                |
| 29-jun-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 30-jun-15             | 8                        | 4                                  | 2,4               |
| <b>TOTAL</b>          | <b>184</b>               | <b>57</b>                          | <b>34,1</b>       |

**Fuente:** Elaboración propia

En lo que respecta al mes de junio se emitieron un total de 184 noticias de las cuales 54 correspondieron a noticias de la comunidad. Durante este mes los días jueves y viernes se emitieron menos noticias de la comunidad pues aún continuaba llevándose a cabo el Intercolegial de Bandas de Paz el mismo que finalizó el día 18 con un programa especial de dos horas. El noticiero le dio más importancia al concurso que a las noticias de la comunidad. El día 26 tampoco se registraron noticias de la comunidad pues se realizó un informativo especial dedicado a los preparativos de la visita del Papa.

**Tabla 4:** Mes de Julio

| <b>Mes Julio</b>      |                          |                                    |                   |
|-----------------------|--------------------------|------------------------------------|-------------------|
| <b>Mes de emisión</b> | <b>N. Total Noticias</b> | <b>N. Noticias de la Comunidad</b> | <b>Porcentaje</b> |
| 01-jul-15             | 8                        | 3                                  | 1,8               |
| 02-jul-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 03-jul-15             | 9                        | 0                                  | ,6                |
| 06-jul-15             | 8                        | 0                                  | ,6                |
| 07-jul-15             | 8                        | 0                                  | ,6                |
| 08-jul-15             | 8                        | 0                                  | ,6                |
| 09-jul-15             | 8                        | 4                                  | 2,4               |
| 10-jul-15             | 8                        | 1                                  | ,6                |
| 13-jul-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 14-jul-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 15-jul-15             | 9                        | 2                                  | 1,2               |
| 16-jul-15             | 8                        | 4                                  | 2,4               |
| 17-jul-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 20-jul-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 21-jul-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 22-jul-15             | 9                        | 4                                  | 2,4               |
| 23-jul-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 24-jul-15             | 8                        | 1                                  | ,6                |
| 27-jul-15             | 9                        | 3                                  | 1,8               |
| 28-jul-15             | 8                        | 4                                  | 2,4               |
| 29-jul-15             | 8                        | 2                                  | 1,2               |
| 30-jul-15             | 8                        | 3                                  | 1,8               |
| 31-jul-15             | 8                        | 3                                  | 1,8               |
| <b>TOTAL</b>          | <b>193</b>               | <b>58</b>                          | <b>34.7</b>       |

**Fuente:** Elaboración propia

En el mes de julio se registran dos particularidades. Inicialmente en los días 3,6,7 y 8 no se registran noticias de la comunidad, el noticiero no se emitió debido a una cobertura especial realizada por el canal para cubrir la visita del Papa Francisco en el país. Durante este mes se registraron un total de 193 noticias emitidas de las cuales solo 54 fueron noticias de la comunidad. El día viernes 10 de julio se reportó solamente una noticia puesto que se dio inicio a un concurso anual realizado durante los meses de julio y agosto

llamado Baila Comunidad el cual tiene objetivo mejorar la salud de la ciudadanía a través de bailoterapia.

Como noticias de la comunidad se entienden las que vinculan directamente a los ciudadanos y a través de una clasificación propia que se realizó mirando el noticiero y determinado los temas que tratan, se clasifican en 10 temas que son:

*Demanda por creación de servicios básicos:* se refiera las noticias que tratan únicamente el tema de denuncias por la petición de servicios básicos.

*Denuncia por destrucción de espacios públicos:* recoge las inquietudes y quejas en torno al tema de la destrucción de espacios públicos colectivos.

*Robo o delincuencia:* noticias que tratan sobre robos a los ciudadanos como particulares o a la comunidad en grupo.

*Denuncia por vías en mal estado:* recoge las quejas por el mal estado de las vías en la ciudad de Quito.

*Ayuda social:* son noticias referentes a temas de ayuda económica, social a personas que padezcan alguna enfermedad catastrófica o hayan sufrido una calamidad.

*Emprendimiento ciudadano colectivo:* hace referencia a las iniciativas logradas por la comunidad en conjunto como su propia autogestión para mejorar sus condiciones de vida.

*Emprendimiento ciudadano individual:* trata de temas relacionados con reconocimientos o casos ejemplares de personas que han salido adelante a pesar de diversas adversidades.

*Suspensión de servicios básicos:* son noticias alertando sobre la suspensión de algún servicio básico en distintos sectores.

*Programas institucionales y municipales:* hace referencia a los programas y propuestas que hacen organismos de gobierno para el desarrollo y crecimiento de la ciudadanía.

*Respuesta de autoridades:* son las soluciones que se han brindado por parte de las autoridades gubernamentales ante peticiones de los ciudadanos.

**Tabla 5:** Temas Noticias de la Comunidad

| <b>Temas Noticias de la Comunidad</b>         |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|
|   | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Demanda por creación de servicios básicos     | 25                | 15                |
| Respuesta de autoridades                      | 10                | 6                 |
| Denuncia por destrucción de espacios públicos | 22                | 13,2              |
| Robo y delincuencia                           | 26                | 15,6              |
| Denuncia por vías en mal estado               | 8                 | 4,8               |
| Ayuda social                                  | 12                | 7,2               |
| Emprendimiento ciudadano colectivo            | 14                | 8,4               |
| Emprendimiento ciudadano individual           | 6                 | 3,6               |
| Suspensión de servicios básicos               | 10                | 6                 |
| Programas institucionales y municipales       | 26                | 15,6              |
| No se trataron temas de comunidad             | 8                 | 4,8               |
| <b>Total</b>                                  | <b>167</b>        | <b>100</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

Del total de noticias de la comunidad (167) solo en ocho ocasiones no se emitieron temas algunos de la temática comunitaria debido a programas especiales por los concursos vigentes en aquellos meses.

En el informativo, un 15,6% de los temas abordados corresponde a robo o delincuencia junto con programas institucionales y municipales. Los resultados arrojados tras la investigación muestran que para el noticiero los temas sobre denuncia ciudadana (18%) superan a las propuestas de autoridades del gobierno (6%), que son noticias en donde se pretende satisfacer las necesidades o peticiones previamente hechas por los ciudadanos.

Como otro de los temas fundamentales de tratamiento en el noticiero se encuentran las denuncias por destrucción de espacios públicos con un casi 14% lo cual nos permite observar que los temas de denuncia colectiva son tratados como prioritarios dentro de las emisiones.

Los temas menos abordados por otro lado son la respuesta de autoridades o soluciones concretas hacia diversas peticiones y la suspensión de servicios básicos con un 6% cada una.

**Tabla 6:** Entrevista al Ciudadano

| <b>Entrevista al Ciudadano</b>     |                   |                          |
|------------------------------------|-------------------|--------------------------|
| <b>Entrevistado</b>                | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido</b> |
| Individual                         | 68                | 42,8                     |
| Colectivo                          | 81                | 50,9                     |
| No aparece entrevista al ciudadano | 10                | 6,3                      |
| <b>Total</b>                       | <b>159</b>        | <b>100,0</b>             |
| No tratan temas de la comunidad    | 8                 |                          |

**Fuente:** Elaboración propia

En los que respecta a cómo se entrevista al ciudadano dentro del noticiero, un 50,9% de las entrevistas son realizadas en colectivo, es decir, un grupo organizado que reúne para hacer una petición. Mientras que un 43% de las entrevistas son realizadas a los ciudadanos de forma individual y solo un 6,3% de las noticias no tienen entrevista alguna y son informaciones leídas por los presentadores.

Relacionando estos datos con los obtenidos en la tabla anterior, podemos pensar que el noticiero prioriza la versión del ciudadano como un colectivo y ofrece mayor espacio a los temas en los cuales se evidencien del tal modo como en el tema de denuncia por destrucción de espacios públicos que cubre un 14% de la información.

**Tabla 7:** Representación del Ciudadano

| <b>Representación del Ciudadano</b> |                   |                   |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|
|                                     | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| No tratan temas de la comunidad     | 18                | 10,8              |
| Como sujeto de necesidad            | 38                | 22,8              |
| Como sujeto de demandas             | 55                | 32,9              |
| Como sujeto de decisión             | 36                | 21,6              |
| Como sujeto emprendedor             | 20                | 12,0              |
| <b>Total</b>                        | <b>167</b>        | <b>100,0</b>      |

**Fuente:** Elaboración propia

Sobre la representación del ciudadano se analizaron 4 categorías bajo las cuales los medios de comunicación y especialmente los noticieros de la comunidad muestran a los ciudadanos a través de sus pantallas. Estas categorías corresponden al ciudadano como sujeto de necesidad, como sujeto de demandas, como sujeto de decisión y como sujeto emprendedor, explicadas con anterioridad.

En el presente análisis, el ciudadano aparece representado mayoritariamente con un 33% como un sujeto de demandas, dato que tiene total relación a la forma en la cual se entrevista al ciudadano en donde las entrevistas son colectivas con un porcentaje mayor al 50%. El ciudadano es visibilizado mayoritariamente como un actor colectivo que demanda mejoras para sus condiciones de vida ante las autoridades.

Minoritariamente el ciudadano aparece representado como un sujeto emprendedor con un porcentaje de 12% y es justamente en este tipo de representación que las noticias que lo evidencian como tal son aquellas relacionadas al tema de emprendimiento ciudadano individual que es tratado dentro del noticiero con en 3,6%.

**Tabla 8:** Relación mes y tema de la noticia

| Tema de la Noticia de la Comunidad            | Mes de Emisión |              |              | Total         |
|---|----------------|--------------|--------------|---------------|
|   | Mayo           | Junio        | Julio        |               |
| Demanda por creación de servicios básicos     | 5<br>9,6%      | 9<br>15,8%   | 11<br>19,0%  | 25<br>15,0%   |
| Respuesta de autoridades                      | 2<br>3,8%      | 5<br>8,8%    | 3<br>5,2%    | 10<br>6,0%    |
| Denuncia por destrucción de espacios públicos | 7<br>13,5%     | 7<br>12,3%   | 8<br>13,8%   | 22<br>13,2%   |
| Robo y delincuencia                           | 9<br>17,3%     | 7<br>12,3%   | 10<br>17,2%  | 26<br>15,6%   |
| Denuncia por vías en mal estado               | 7<br>13,5%     | 1<br>1,8%    | 0<br>0,0%    | 8<br>4,8%     |
| Ayuda social                                  | 4<br>7,7%      | 6<br>10,5%   | 2<br>3,4%    | 12<br>7,2%    |
| Emprendimiento ciudadano colectivo            | 5<br>9,6%      | 5<br>8,8%    | 4<br>6,9%    | 14<br>8,4%    |
| Emprendimiento ciudadano individual           | 3<br>5,8%      | 0<br>0,0%    | 3<br>5,2%    | 6<br>3,6%     |
| Suspensión de servicios básicos               | 1<br>1,9%      | 6<br>10,5%   | 3<br>5,2%    | 10<br>6,0%    |
| Programas institucionales y municipales       | 8<br>15,4%     | 8<br>14,0%   | 10<br>17,2%  | 26<br>15,6%   |
| No se trataron temas de comunidad             | 1<br>1,9%      | 3<br>5,3%    | 4<br>6,9%    | 8<br>4,8%     |
| <b>Total</b>                                  | 52<br>100,0%   | 57<br>100,0% | 58<br>100,0% | 167<br>100,0% |

**Fuente:** Elaboración propia

En relación a los temas de la comunidad tratados de acuerdo a los meses de análisis los resultados arrojan que durante el mes de julio se registró el mayor porcentaje de días en los cuales no se trataron temas de comunidad con un 7%, esto se debe al inicio del concurso Baila tu barrio realizado durante vacaciones.

Los temas más tratados dentro del noticiero son: demanda por creación de servicios básicos con un alto porcentaje de 19% en el mes de julio; robo y delincuencia con porcentajes iguales de 17% en los meses de mayo y julio; programas institucionales con un 17%. Estos constituyen la mayor parte de llamadas y denuncias que hicieron los ciudadanos por ello son mayoritarios en el noticiero.

Los temas menos tratados dentro del noticiero son: respuestas de autoridades que registra porcentajes bajos durante los tres meses de análisis pero mayoritariamente el mes de mayo con un 4%; en el tema de denuncias por vías en mal estado se registran varios casos en el mes de mayo pero el porcentaje va decreciendo hasta el mes de julio hasta desaparecer. En el tema de emprendimiento ciudadano individual se registra 0% de información en el mes de junio; en suspensión de servicios básicos solo se registra un 2% de información en el mes de mayo pero el porcentaje crece hacia el mes de julio.

En el noticiero existen temas que se tratan de forma similar en cantidad durante todos los meses con esos resultados suponemos que son temas que pueden ser claves y bases dentro de la base de la agenda del noticiero.

Entre los temas con tratamiento permanente se encuentran: denuncia por destrucción de espacios públicos con porcentajes parejos de 14, 12 y 14% en los meses de mayo, junio y julio respectivamente; robo y delincuencia con 17, 12 y 17%; emprendimiento ciudadano colectivo con 9, 9 y 7%; y programas institucionales y municipales con registros de 15, 14 y 17%.

Estos resultados arrojan que los temas que se mantienen dentro de la agenda de forma permanente son precisamente aquellos que priorizan la visibilidad del ciudadano como colectivo como se evidencia en la tabla N.7 en donde las entrevistas en colectivo constituyen un 51%.

Uno de los temas menos tratados dentro del informativo es de emprendimiento ciudadano individual con apenas un 5% de información, evidenciando que los temas en donde se evidencia al ciudadano como individuo, solo son minoritarios como en la tabla N.7 en donde las entrevistas solas constituyen un 43% de la información.

Con los resultados arrojados nos atrevemos a suponer que los temas en los cuales se visibiliza al ciudadano como colectivo son más importantes para los realizadores del noticiero y que los temas en los cuales se lo observa como un sujeto individual son

tratados en menor cantidad. Esto refuerza la idea de una comunidad organizada, numerosa, solicitante.

**Tabla 9:** Relación Mes y Representación del Ciudadano

| Representación                       | Mes de Emisión             |                            |                            | Total                       |
|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
|                                      | Mayo                       | Junio                      | Julio                      |                             |
| No se trataron temas de la comunidad | 2<br>3,8%                  | 9<br>15,8%                 | 7<br>12,1%                 | 18<br>10,8%                 |
| como sujeto de necesidad             | 12<br>23,1%                | 15<br>26,3%                | 11<br>19,0%                | 38<br>22,8%                 |
| como sujeto de demandas              | 20<br>38,5%                | 15<br>26,3%                | 20<br>34,5%                | 55<br>32,9%                 |
| como sujeto de decisión              | 10<br>19,2%                | 13<br>22,8%                | 13<br>22,4%                | 36<br>21,6%                 |
| como sujeto emprendedor              | 8<br>15,4%                 | 5<br>8,8%                  | 7<br>12,1%                 | 20<br>12,0%                 |
| <b>Total</b>                         | <b>52</b><br><b>100,0%</b> | <b>57</b><br><b>100,0%</b> | <b>58</b><br><b>100,0%</b> | <b>167</b><br><b>100,0%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

En cuanto a la representación del ciudadano mayoritariamente se lo representa como sujeto de demandas con un 39% en el mes de mayo valor que se mantiene de modo similar con un 34% en el me julio.

Una segunda representación del ciudadano lo muestra como sujeto de necesidad con un 26%. Estas representaciones tienen relación directa con la forma en la cual se entrevista a los ciudadanos ya en cuanto al ciudadano como demandante o peticionario se tratan temas mayoritariamente colectivos como lo evidencia la tabla N.9 en donde los temas mayoritarios son demanda por creación de servicios básicos con un de 19% y robo y delincuencia con 17%.

El ciudadano como sujeto emprendedor es poco visibilizado con un 9% lo cual guarda relación con la tabla N. 7 en donde el ciudadano como actor individual es entrevistado en un 43%.

La tabla guarda también relación con que los temas en los cuales se evidencia al ciudadano como emprendedor es minoritario dentro del tratamiento informativo en agenda con temas como emprendimiento ciudadano individual con un ninguna de información en el mes de junio y respuesta de las autoridades con un 4% en el mes de mayo reflejados en la tabla N. 9.

**Tabla 10:** Relación tema de la noticia y tipo de entrevista

| Entrevista al ciudadano            | Temas Noticias Comunidad                  |                            |   |                            |                                 |                            |                                    |                                     |                                 |   | Total                       |
|------------------------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---|-----------------------------|
|                                    | Demanda por creación de servicios básicos | Respuesta de autoridades   | Denuncia por destrucción de espacios públicos | Robo y delincuencia        | Denuncia por vías en mal estado | Ayuda social               | Emprendimiento ciudadano colectivo | Emprendimiento ciudadano individual | Suspensión de servicios básicos | Programas institucionales y municipales |                             |
| Individual                         | 0<br>0,0%                                 | 10<br>100,0%               | 3<br>13,6%                                    | 9<br>34,6%                 | 2<br>25,0%                      | 12<br>100,0%               | 0<br>0,0%                          | 6<br>100,0%                         | 0<br>0,0%                       | 26<br>100,0%                            | 68<br>42,8%                 |
| colectivo                          | 25<br>100,0%                              | 0<br>0,0%                  | 19<br>86,4%                                   | 17<br>65,4%                | 6<br>75,0%                      | 0<br>0,0%                  | 14<br>100,0%                       | 0<br>0,0%                           | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                               | 81<br>50,9%                 |
| No aparece entrevista al ciudadano | 0<br>0,0%                                 | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                                     | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                          | 0<br>0,0%                           | 10<br>100,0%                    | 0<br>0,0%                               | 10<br>6,3%                  |
| <b>Total</b>                       | <b>25</b><br><b>100,0%</b>                | <b>10</b><br><b>100,0%</b> | <b>22</b><br><b>100,0%</b>                    | <b>26</b><br><b>100,0%</b> | <b>8</b><br><b>100,0%</b>       | <b>12</b><br><b>100,0%</b> | <b>14</b><br><b>100,0%</b>         | <b>6</b><br><b>100,0%</b>           | <b>10</b><br><b>100,0%</b>      | <b>26</b><br><b>100,0%</b>              | <b>159</b><br><b>100,0%</b> |

Fuente: Elaboración propia

En los temas que tratan suspensión de servicios básicos ninguno de los casos registra entrevistas al ciudadano. En los que respecta temas de denuncia por destrucción de espacios públicos un 86% de las entrevistas al ciudadano se realizaron en forma colectiva, dato que se relaciona con que la mayor participación de los ciudadanos dentro del noticiero es de modo colectivo como lo muestra en la tabla N. 7 en donde lo colectivo es mayoría con un 51%. El tema de denuncia por destrucción de espacios públicos no solo muestra el mayor protagonismo colectivo, es también uno de los temas permanentes en la agenda del noticiero con un 14% como se muestra en la tabla N. 9.

Los temas de emprendimiento ciudadano colectivo todos se realizan con la participación de los ciudadanos como un colectivo y el tema de emprendimiento ciudadano individual se realiza con la entrevista a un ciudadano como actor individual los dos registrando porcentajes del 100%.

El 75% de las denuncias por vías en mal estado se realizan de forma colectiva, seguido por el tema de robo y delincuencia seguido por un 65%. Con los datos analizados se evidencia que los temas en los cuales se realizan demandas o denuncias ciudadanas se realizan con entrevistas a los ciudadanos en forma colectiva, siendo la forma de participación mayoritaria.

Los temas en los cuales el ciudadano se entrevista como actor individual son principalmente ayuda social con 12 casos registrando un 100% seguido del tema de robo y delincuencia con un 35% y finalmente robo y delincuencia que registra un 25%.

**Tabla 11:** Relación Tema de la noticia y Representación del ciudadano

| <b>Tema Noticia de la Comunidad</b> |   |                            |   |                            |                                 |                            |                                    |                                     |                                 |   |                                   | <b>Total</b>  |
|-------------------------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---|-----------------------------------|---------------|
| <b>Representación</b>               | Demanda por creación de servicios básicos | Respuesta de autoridades   | Denuncia por destrucción de espacios públicos | Robo y delincuencia        | Denuncia por vías en mal estado | Ayuda social               | Emprendimiento ciudadano colectivo | Emprendimiento ciudadano individual | Suspensión de servicios básicos | Programas institucionales y municipales | No se trataron temas de comunidad |               |
| Noticias sin entrevistas            | 0<br>0,0%                                 | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                                     | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                          | 0<br>0,0%                           | 10<br>100,0%                    | 0<br>0,0%                               | 8<br>100,0%                       | 18<br>10,8%   |
| como sujeto de necesidad            | 24<br>96,0%                               | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                                     | 0<br>0,0%                  | 4<br>50,0%                      | 10<br>83,3%                | 0<br>0,0%                          | 0<br>0,0%                           | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                               | 0<br>0,0%                         | 38<br>22,8%   |
| como sujeto de demandas             | 1<br>4,0%                                 | 0<br>0,0%                  | 22<br>100,0%                                  | 26<br>100,0%               | 4<br>50,0%                      | 2<br>16,7%                 | 0<br>0,0%                          | 0<br>0,0%                           | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                               | 0<br>0,0%                         | 55<br>32,9%   |
| como sujeto de decisión             | 0<br>0,0%                                 | 10<br>100,0%               | 0<br>0,0%                                     | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                          | 0<br>0,0%                           | 0<br>0,0%                       | 26<br>100,0%                            | 0<br>0,0%                         | 36<br>21,6%   |
| como sujeto emprendedor             | 0<br>0,0%                                 | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                                     | 0<br>0,0%                  | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                  | 14<br>100,0%                       | 6<br>100,0%                         | 0<br>0,0%                       | 0<br>0,0%                               | 0<br>0,0%                         | 20<br>12,0%   |
| <b>Total</b>                        | <b>25</b><br><b>100,0%</b>                | <b>10</b><br><b>100,0%</b> | <b>22</b><br><b>100,0%</b>                    | <b>26</b><br><b>100,0%</b> | <b>8</b><br><b>100,0%</b>       | <b>12</b><br><b>100,0%</b> | <b>14</b><br><b>100,0%</b>         | <b>6</b><br><b>100,0%</b>           | <b>10</b><br><b>100,0%</b>      | <b>26</b><br><b>100,0%</b>              | <b>8</b><br><b>100,0%</b>         | 167<br>100,0% |

**Fuente:** Elaboración propia

El ciudadano aparece representado como sujeto de necesidad en las noticias que tratan el tema de demanda por creación de servicios básicos con un 96% y en el tema de ayuda social con un 83%. Como sujeto de demandas aparece representado mayoritariamente en las noticias que tratan sobre temas de denuncia por destrucción de espacios públicos con un 100% y robo y delincuencia con el mismo porcentaje, también aparece en el tema de demanda por vías en mal estado con un 50%.

Justamente estos temas son aquellos que priorizan las entrevistas de los ciudadanos como colectivo como se observa en la tabla N. 11 en donde el mismo tema aparece con una entrevista colectiva en un 100% junto con el tema robo y delincuencia que representa al ciudadano como colectivo en un 65%.

Estos resultados nos permiten suponer que el ciudadano es representado mayoritariamente como un ciudadano colectivo demandante o sujeto a necesidades.

El ciudadano como sujeto de decisión es representado en los temas de respuesta de autoridades y programas institucionales y municipales con un 100% en los 2 casos. Los totales de cien se obtienen desde números bajos puesto que el total de casos es de 167.

Como sujeto emprendedor se muestra únicamente en los casos de emprendimiento ciudadano colectivo y emprendimiento ciudadano individual con 100%.

## CONCLUSIONES

La mayor participación de los ciudadanos en la sociedad se da desde su concepción como un ciudadanía comunicativa que se define por la capacidad de interlocución que tengan sus miembros por el consumo de información, conocimientos y comunicación.

Los ciudadanos de acuerdo con la investigación realizada, en Quito, están más interesados por los sucesos que suceden a su alrededor, demandan incremento en la entrega de información que les permita una participación en la sociedad. Por ello muestran un interés por los noticieros de la comunidad como Televistazo en la Comunidad, que tratan temas de carácter cotidiano para ellos.

El ciudadano busca sentirse parte de su sociedad y genera según Demo una auto-representación centrada en la satisfacción de sus necesidades estimulando su capacidad de iniciativa tanto a nivel individual como de acción colectiva.

Los ciudadanos son representados en los medios de comunicación bajo 4 formas y en el noticiero “Televistazo en la Comunidad” a través del análisis a las emisiones en los meses de junio, julio y agosto pudimos determinar que el ciudadano es representados de la siguiente manera según los datos arrojados por la tabla N.8 sobre la representación.

El ciudadano aparece representado mayoritariamente con un 33% como un sujeto de demandas que es aquella persona que lucha por sus derechos, busca visibilizar y hacer escuchar su voz ante sus exigencias de atención ya sea por parte del Estado o instancias menos importantes como municipios o instituciones. El ciudadano sujeto de demandas es un sujeto activo que pide siempre una remuneración y atención de sus peticiones.

El ciudadano como sujeto de demandas es aquella persona que exige alguna mejora en su sector o lugar de residencia. Para los noticieros de la comunidad, este tipo de actor no es únicamente un actor individual, en muchas ocasiones consiste en un grupo de ciudadanos organizados, no como una institución o conjunto legal específicamente, pero sí como un grupo con objetivos comunes como la consecución de alguna obra de mejora para un determinado barrio.

Y como se observa en la tabla N.7 entrevista al ciudadano, un 50,9% de las entrevistas son realizadas en colectivo, es decir, un grupo organizado que reúne para hacer una petición.

El ciudadano como sujeto de necesidad es representado dentro del noticiero en un 23% este individuo se caracteriza por el ser pobre al cual las autoridades o medios deben ayudar, prima aún en determinadas coberturas informativas, principalmente en aquellas en donde el gobierno es el salvador de los desvalidos. Usualmente el ciudadano sujeto de necesidad es aquel evidenciado en los informativos de la comunidad como el sujeto que no tiene derechos, es el sinónimo y la representación de la no-ciudadanía en los medios.

El ciudadano como sujeto de decisión se representa dentro del noticiero con un 22%. Este tipo de ciudadano se describe como un sujeto inteligente y educado mediáticamente, que tuvo información variada de diversas fuentes y posicionamientos políticos que le permiten discernir entre diversas posturas para tomar una propia en contraposición o respaldo a las emitidas por los medios. Este tipo de ciudadano también cuenta con alguna autoridad en la ciudadanía, es aquel individuo que tiene la facultad de tomar decisiones y ejecutar acciones para crear planes o programas que cambien las condiciones de vida de un sector.

Minoritariamente el ciudadano aparece representado como un sujeto emprendedor con un porcentaje de 12% y es justamente en este tipo de representación que las noticias que lo evidencian como tal son aquellas relacionadas al tema de emprendimiento ciudadano individual que es tratado dentro del noticiero con en 3,6%

El ciudadano como sujeto emprendedor es visto como un ser humano que sale adelante a pesar de las dificultades que se le presentan en la vida. Usualmente estos sujetos son personas con algún tipo de discapacidad que han logrado desenvolver con éxito en ámbitos en los cuales tradicionalmente no podrían por sus condiciones. Los medios representan a este tipo de ciudadano como un héroe que sale adelante a pesar de las distintas adversidades.

Dentro del noticiero “Televistazo en la Comunidad” el ciudadano es representado mayoritariamente como un ciudadano de demandas y decisión lo cual lo muestra como un actor determinante de su realidad, participativo de la misma.

Los medios de comunicación son los entes encargados de brindar información al ciudadano pero tienen también el deber de permitirle participar, de generar espacios de visibilización de estos ciudadanos que les permitan identificarse y reconocerse como miembros de un determinado grupo social.

En una sociedad en donde existe ciudadanía comunicativa, el ciudadano se visibiliza en los medios y lo hace caracterizado por su capacidad de constituirse en sujetos de demandas o propuestas.

El ciudadano busca sentirse parte de una sociedad, busca una visibilidad para ser reconocido como parte de un grupo y para auto identificarse consigo mismo. Al sentirse parte de un grupo y constituirse como miembro se acrecienta también su capacidad de iniciativa tanto a nivel individual como de acción colectiva.

En los noticieros de la comunidad, como se precisará más adelante, el ciudadano parece ser identificado como un actor directo de la noticia, al menos aparenta tener mayor protagonismo que en los noticieros tradicionales.

Es el protagonista oficial, en la mayoría de los casos, constituye la fuente primaria de investigación y consulta en los momentos de realizar entrevistas, notas y reportajes para el informativo. Al tratar temáticas comunitarias, su atención está centrada en los problemas cotidianos que atraviesan las personas en sus labores diarias. Al ser el ciudadano el protagonista principal de los noticieros de la comunidad y de “Televistazo en la Comunidad” específicamente, aparece visibilizado como actor individual o se muestra al ciudadano como actor colectivo y dependiendo del tema de la noticia en la cual se lo muestra tiene mayor o menor protagonismo.

“Televistazo en la Comunidad” representa al ciudadano como un actor colectivo en un 59%, las entrevistas se realizan a grupos es decir, un grupo organizado que reúne para hacer una petición. En los que respecta temas de denuncia por destrucción de espacios públicos un 86% de las entrevistas al ciudadano se realizaron en forma colectiva, dato que se relaciona con que la mayor participación de los ciudadanos dentro del noticiero es de modo colectivo.

En un 43% en cambio se representa al ciudadano como un actor individual. Los temas de emprendimiento ciudadano colectivo todos se realizan con la participación de los ciudadanos como un colectivo y el tema de emprendimiento ciudadano individual se realiza con la entrevista a un ciudadano como actor individual.

En el noticiero “Televistazo en la Comunidad” se visibiliza al ciudadano como un colectivo y ofrece mayor espacio a los temas en los cuales se evidencien del tal modo

como en los temas de demandas o denuncias ciudadanas se realizan en donde se los observa como grupo siendo la forma de visibilización mayoritaria.

Los medios de comunicación y los noticieros de la comunidad determinan agendas informativas para ordenar los temas a tratar. El objetivo a largo plazo, de los medios, no es solo crear agendas que cumplan con los intereses que tienen las comunidades y sociedades, se pretende también crear espacios en donde se logre diálogo y comunicación definida en parámetros en los cuales los ciudadanos puedan participar como iguales, en donde se visibilicen y plasmen sus intereses.

Los medios empiezan a crear determinados espacios donde el ciudadano tiene mayor protagonismo e intervención al menos en el aspecto de sugerir temas a tratar, este es el caso de los noticieros de la comunidad.

El noticiero “Televistazo en la Comunidad” se tratan temas seleccionados a través de determinados valores noticia planteados por Gallur, y esos valores son: proximidad geográfica, proximidad social, lo de interés cotidiano y lo de interés humano.

Los noticieros de la comunidad están destinados a mostrar intencionalmente una pequeña parte de la realidad que acepta el medio y también la sociedad. Estos informativos fueron creados para tratar temáticas comunitarias locales que tratan problemáticas de una zona específica de la ciudad.

La agenda creada por el noticiero va más allá de una tradicional transmisión sobre la información. Para Gómez (2001) es una agenda entendida más allá de una fijación de puntos, es una agenda de posicionamientos adecuados para vincularse con los ciudadanos.

El proceso de selección de temas para la agenda del noticiero como lo afirma Duque inicia con base a la pertinencia, a la cercanía de los temas hacia los ciudadanos. El noticiero “Televistazo en la Comunidad” transmite información sobre demandas ciudadanas, conocimiento sobre microempresas, ayuda social, salud, etc.

En el informativo, un 15,6% de los temas abordados corresponde a robo o delincuencia junto con programas institucionales y municipales. Los resultados arrojados tras la investigación es que para el noticiero tiene la misma importancia mostrar temas sobre denuncia ciudadana como las propuesta de autoridades del gobierno pretendiendo satisfacer esas necesidades o peticiones.

Como otro de los temas fundamentales de tratamiento en el noticiero se encuentran las denuncias por destrucción de espacios públicos con un casi 14% lo cual nos permite observar que los temas de denuncia colectiva son tratados como prioritarios dentro de las emisiones.

Los temas menos abordados por otro lado son la respuesta de autoridades o soluciones concretas hacia diversas peticiones y la suspensión de servicios básicos con un 6% cada una.

Según los resultados de la tabla N. 9 en el noticiero existen temas que se tratan de forma similar en cantidad durante todos los meses con esos resultados suponemos que son temas que pueden ser claves y bases dentro de la base de la agenda del noticiero.

Entre los temas con tratamiento permanente se encuentran: denuncia por destrucción de espacios públicos con porcentajes parejos de 14, 12 y 14% en los meses de mayo, junio y julio respectivamente; robo y delincuencia con 17, 12 y 17%; emprendimiento ciudadano colectivo con 9, 9 y 7%; y programas institucionales y municipales con registros de 15, 14 y 17%.

Los temas tratados concuerdan entonces con los criterios de selección planteados por Gallur que comprenden la proximidad geográfica y social; los intereses cotidianos y humanos. En “Televistazo en la Comunidad” se priorizan temas de interés colectivo antes que personal.

La incidencia de los ciudadanos dentro de la creación de la agenda informativa del noticiero parece ser significativa. A pesar de que no se encuentran presentes en las mesas de redacciones y reuniones de planificación de temáticas es gracias a su sugerencia que se toma la decisión sobre la aplicación de ciertos temas.

Además de participar como actores clave en la creación de agenda informativa también interactúan con los creadores del programa al involucrarse periódicamente en la participación de concursos y programas especiales que se realiza “Televistazo en la Comunidad”.

Los ciudadanos se convierten en protagonistas directos de la noticia, también son considerados como fuentes primarias a las cuales recurrir para narrar la historia. El objetivo del informativo es dar voz a los que no la tienen en los medios, se les permite

contar su propia versión de los hechos e incluso se llega a contrastarla con el apoyo de fuentes gubernamentales o fuentes secundarias.

Los ciudadanos ayudan a nutrir las agendas de los noticieros. Las conexiones de los reporteros con dirigentes barriales y representantes de colectivos en la ciudad aportan también para completar agendas. Los reporteros son las personas que en muchos de los casos transiten las inquietudes ciudadanas y las sugieren como temas para cubrir en el noticiero.

Un rubro significativo de la agenda del noticiero se nutre de las sugerencias, demandas y denuncias ciudadanas. Es a través de las peticiones diarias que la agenda se organiza y se nutre. Adicionalmente los temas no solo son expuestos en denuncia sino que posterior a ellos se realiza un seguimiento del tema por lo cual una denuncia ofrece material para algunas notas informativas.

La información nacional e internacional forma también parte de la agenda cuando trata temas trascendentales e importantes. La incidencia de los ciudadanos en la contribución de temas para la agenda del noticiero es significativa puesto que sin sus sugerencias no tendrían mayor cantidad de temas para el informativo.

Es a través de su participación por redes sociales, correo electrónico, llamadas telefónicas y visitas al medio que se recepta el material que constituye parte de la agenda informativa del noticiero. A través de las redes sociales y llamadas telefónicas es en donde se registran mayores denuncias y sugerencias.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro , R. (2009). *¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en comunicación popular*. Lima .
- Andréu Abela, J. (2009). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*.
- Aruguete , N., & Zunino, E. (2013). *La agenda de los medios y las fuentes de información*. Buenos Aires .
- Aruguete, N. (2012). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la Comunicación*, 11 - 38.
- Borja Garzón, P. E. (2010). *Diseño e implementación del centro multimedia virtual en el centro de comunicación social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra*. Ibarra: PUCE.
- Camacho Azurduy, C. (2003). América Latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa. *Probidad*(24), 21.
- Camacho Azurduy, C. (2007). *Cultura de transparencia. El derecho humano a la información en el desarrollo de la ciudadanía comunicativa en Bolivia* (1era edición ed.). La Paz, Bolivia: Hebrón Impresiones.
- Candón, M. (2012). Ciudadanía en red: poder y contrapoder en los medios de comunicación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(2), 679 - 687.
- Causse Cathcart, M. (2009). *El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-Histórico-Cultural- Lingüístico*. Cuba.
- Córdoba, M. (2008). Democracia comunicativa: nuevas formas para la intervención ciudadana. *Anagramas*, 6(12), 79 - 91.
- de Charras , D., Lozano, L., & Rossi , D. (s.f.). *Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación* . Recuperado el 6 de diciembre de 2014, de Academia: [http://www.academia.edu/7561750/Ciudadan%C3%ADa\\_s\\_y\\_derecho\\_s\\_a\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://www.academia.edu/7561750/Ciudadan%C3%ADa_s_y_derecho_s_a_la_comunicaci%C3%B3n)
- Duque, M. (29 de julio de 2015). Selección de temas para la agenda del noticiero Televistazo en la Comunidad. *Televistazo en la Comunidad*. (P. Castillo, Entrevistador) Ecuavisa 8. Quito.
- Ecuavisa. (2016). *Historia*. Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/contenido/historia>
- Enciclopedia Británica. (s.f). Obtenido de [www.clubestrella.com/Club\\_Estrella/CE\\_CV\\_Experience/0,1778,1-95-24,00.htm](http://www.clubestrella.com/Club_Estrella/CE_CV_Experience/0,1778,1-95-24,00.htm)
- Escudero , L., & García , C. (2007). *Democracias de opinión. Medios y comunicación política* (primera edición ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía ediciones.

- Espinoza, E. (2013). Comunicación, televisión y noticieros comunitarios. Análisis comunicacional de los noticieros de la comunidad de Quito . Quito, Ecuador .
- Gallur , S. (2015). *Cimac y la cobertura del feminicidio en Ciuda Juárez. Un cuestionamiento del paradigma tradicional de la noticiabilidad y los valores noticia*. Recuperado el 13 de Marzo de 2015, de <http://www.eumed.net/rev/24/valores-noticia.html>
- García , M., & Valdivia, A. (2014). Prosumidores mediáticos. *Comunicar*, XXII(43), 10 - 13.
- García, M., del Hoyo , M., & Fernández , C. (2014 ). Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, 22, 35 - 43 .
- Guayasamín , M. (20 de octubre de 2012). Periodismo Comunitario. *Contacto en la Comunidad*. (P. Castillo, Entrevistador) Ecuavisa. Quito.
- Hermosilla, M. (1995). La educación que viene de los medios: el aporte de los estudios de recepción. En *Los medios, nuevas plazas para la democracia* (págs. 179 - 186). Lima, Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Hopenhayn, M. (2001). Viejas y nuevas formas de ciudadanía. *Revista de la Cepal*.
- Lopez Vigil, J. I. (2004). *Ciudadanía Radio El poder del periodismo de intermediación*. Quito: Copyleft.
- Luchessi, L. (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos* (primera edición ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Martínez, E. (2001). La participación de las audiencias desde distintos enfoques evaluativos - algunas consideraciones éticas y. *Redalyc. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*(20), 1 - 18.
- Mata , M. (2006). Públicos y ciudadanía comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada.
- Mata , M., & otros. (2007). *Comunicación y ciudadanía: conocimientos, prácticas y expectativas en la escena cordobesa*. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Mata, M. (2006). Comunicación y ciudadanía. *Revista Fronteiras*.
- Mata, M. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras* (VIII), 15.
- McCombs, M. (1968). Estableciendo la agenda . Buenos Aires: Paidós.
- McCombs, M. (2004). *Establecimiento de la agenda*.
- Orozco , G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*(8), 25 - 30.

- Orozco Gómez, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la <<televidencia>> y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*, 155 - 175.
- Rincón, O. (2008). No más audiencias, todos devenimos productores. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, XV(30), 93 - 98.
- Segura, M. (2005). Comunicación y ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación. 13.
- Segura, M. (2007). Comunicación y ciudadanía en los estudios latinoamericanos de comunicación.
- Televisión Satelital News*. (2 de noviembre de 2008). Recuperado el abril de 2015, de <http://megadigitalnews24.blogspot.com/2008/11/la-historia-de-la-television-en-ecuador.html>
- Valqui Cachi, C., & Pastor Bazán, C. (2009). *Capital, poder y medios de comunicación; una crítica epistémica*. Perú: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Yapu, M., Arnold, D., Spedding, A., & Pereira, R. (2006). *Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas*. La Paz, Bolivia : D.R. FUNDACIÓN PIEB.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1: Entrevista a Mario Duque**

#### **Periodista**

#### **Director de Emisión del Noticiero Televistazo en la Comunidad**

El día de hoy miércoles 29 de julio del 2015 siendo las 11:00 a.m. nos encontramos con el señor Mario Duque, Director de emisión del noticiero Televistazo en la Comunidad de Ecuavisa con quien charlaremos acerca del tema de la selección de temas para el noticiero y la participación de los ciudadanos en la misma.

#### **1.- Sr. Duque, ¿Qué es Televistazo en la Comunidad?**

Televistazo en la comunidad es un noticiero que busca estar más cerca de la comunidad, de los vecinos, de la sociedad civil, es un noticiero construido desde hace 18 años precisamente con la necesidad de buscar temas que le den más pertinencia, más cercanía a los televidentes, es un noticiero que se rige bajo la línea general del Ecuavisa que es básicamente el respeto a la ley, a las normas constituidas, el respeto a los ciudadanos y especialmente respetando los valores éticos

#### **2.- ¿Cuál es la propuesta informativa del noticiero?**

La propuesta informativa del noticiero es tener temas que más le interesen a la comunidad, la comunidad debe verse reflejada en los noticieros, en los noticieros de la comunidad siempre debe verse reflejada la voz del ciudadano no solo de las autoridades sino que principalmente y prioridad nuestra son los ciudadanos.

#### **3.- ¿Cómo entienden ustedes a la comunidad como tal?**

A la comunidad le entendemos primero no simplemente como nuestros televidentes, a la comunidad le entendemos como los partícipes de nuestro noticiero y la sociedad, son los que hacen la sociedad, les tenemos como nuestros vecinos, como nuestros amigos, como nuestros familiares, nosotros intentamos ser facilitadores de ellos, esto quiere decir que buscamos ser un puente entre los vecinos, entre la comunidad y las autoridades que tienen que resolverles sus problemas. Nosotros tenemos claro que no resolvemos los problemas de la comunidad pero participamos con ellos en busca de la solución.

#### **4.- ¿Cuál es el proceso de selección de temas para la agenda?**

El proceso de selección de temas para la agenda empieza en base a la pertinencia, en base a la cercanía nosotros ahora empleamos algunos instrumentos primero las redes sociales, nosotros tenemos direcciones electrónicas en Facebook, Twitter y correo electrónico desde donde receptamos todas las inquietudes ciudadanas, denuncias, comentarios, temas que nos plantea la gente, problemas, temas positivos, ese en la actualidad viene a ser uno de los elementos más importantes para nuestra agenda sin descuidar y pensando en la gente que todavía no accede a estos medios electrónicos tenemos una línea telefónica y otra de las fuentes son nuestros reporteros, nosotros tenemos en el noticiero 3 reporteros dedicados a comunidad esos reporteros manejan fuentes comunitarias entonces un reportero maneja barrios, zona norte, otros sur, otros centros a más de otros temas de interés que pueden ser movilidad, inseguridad, ya temas de ciudad entonces también ellos alimentan nuestra agenda. Entonces la agenda la construimos en base a inquietudes ciudadanas, en base a requerimientos ciudadanos que nos envían a través reitero de las redes, del correo, por teléfono o incluso de gente que viene acá al canal a presentar sus quejas y combinamos con los temas que manejan los reporteros, esa es una agenda ciudadana la que nosotros manejamos, a más de eso tenemos un equipo de producción y una productora de contenido que maneja temas de ciudad con invitaciones y correos de la parte oficial de invitaciones a autoridades esa realmente es una mínima parte del noticiero pero que es muy importante porque son temas que le interesan a la ciudadanía.

#### **5.- ¿Qué temáticas se priorizan y cuales son rechazadas dentro de los intereses informativos del noticiero?**

Priorizamos los temas de más interés de la comunidad, sean estos infraestructura, seguridad, movilidad, temas económicos el empleo, emprendimiento que es para nosotros muy importante en actualidad damos bastante acogida en nuestra agenda a temas de inclusión social a nivel de todo movimiento y también mucha apertura a temas con discapacidad, esa es la base de nuestra agenda. En lo mínimo la actividad política, nuestros noticieros de la comunidad no vinculan el tema político más bien el tema social de ayuda, un rubro importante de nuestra agenda y de nuestra planificación es la interactividad de la ciudadanía o en temas que le proponemos nosotros como concursos de rescate cultural como el Intercolegial de Bandas de Paz, o actividad deportiva con un proyecto que ejecutamos en vacaciones llamado Baila Comunidad como temas de incentivar a la juventud y a la paz, damos mucho empeño y planificación al tema

gastronómico con el sabor de los quiteños, básicamente hacia allá está orientada nuestra actividad.

#### **6.- ¿Desde dónde se nutre principalmente la agenda del espacio informativo?**

La agenda del noticiero se nutre de las redes sociales, a través del teléfono, a través del correo electrónico que son las inquietudes de la comunidad las que nutren nuestra agenda, ellos llaman a denunciar sobre una obra inconclusa o sobre la necesidad de un barrio entonces nosotros evaluamos cómo está la situación vemos quiénes están fallando en eso y lo hacemos público obviamente respetando la Ley de Comunicación y otras normas legales que ahora rigen a los medios y el valor ético de cada periodista y de nuestro noticiero. Nosotros no damos cabida a rumores a denuncias que involucren a terceros sin que estos estén confirmados pues la comunidad llama a hacer denuncias de todo tipo como temas legales que no está en las manos de un medio de comunicación tratarlos entonces procuramos hacer lo que le interese a la comunidad y en cuanto a temas de denuncias que sean confirmadas.

#### **7.- En cuanto a peticiones, ¿todas las noticias tienen seguimiento hasta conseguir la respuesta de la autoridad gubernamental a la cual se le ha realizado el pedido?**

Nosotros damos seguimiento a todas las noticias, ese es uno de los objetivos de nuestro noticiero, no nos olvidamos del criterio de ayudar a la comunidad y puede ser un simple hoyo que está afectando a la comunidad nosotros estamos ahí hasta que la autoridad lo vea y lo solucione o hasta que la propia comunidad haga autogestión y lo solucione el problema. Por eso estamos siempre nosotros saliendo en vivo, destinamos muchos recursos en los noticieros de la comunidad, diariamente cada noticiero tiene dos microondas entonces todos esos recursos enfocados a dar solución al conflicto, tampoco nos quedamos en la mera denuncia.

#### **8.- En el caso de que no todas las noticias que han transmitido tengan respuesta, ¿aun así tienen seguimiento?**

Sí damos seguimiento y ese es nuestro nivel de preocupación y de estar con la comunidad aunque hay casos en los cuales la misma comunidad abandona el problema o denuncia y cuando no hay interesados en el tema tampoco nosotros insistimos pero cuando está afectando el conflicto a la comunidad nosotros le damos mucho seguimiento hasta que haya o no la respuesta de la autoridad.

**9.- ¿Cómo valoraría la incidencia que tiene la comunidad dentro de la creación de temas para la agenda?**

Prioritaria, tenemos una gran cantidad de temas que nos da la ciudadanía, para nosotros es prioridad eso porque los temas salen de ahí y hay mucha participación de la comunidad, tenemos una base de datos de los barrios muy amplia igual y tenemos mucha interactividad con los vecinos, con los barrios. Nosotros igual tenemos una regla que al barrio que esté en conflictos legales o en pugnas de directivas allá no vamos porque son intereses entre los vecinos, siempre vamos a donde el barrio quiere hacer algo por su comunidad.

**10.- ¿Las denuncias realizadas en forma individual también son receptadas?**

Todos los días nos escribe individualmente cada ciudadano, no necesariamente de una organización barrial o un comité pro mejoras, casi el 100% son temas individuales y ahí evaluamos, buscamos el barrio a cuánta gente está afectando y lo hacemos.

**11.- Considera usted que ¿la ciudadanía ha retomado cierta visibilización mediática a través del noticiero Televistazo en la Comunidad?**

Yo creo que sí, esto no es un trabajo de hoy, en el caso de Televistazo en la Comunidad viene un proceso de 18 años, yo estoy seguro de que fuimos el primer medio que introdujo los espacios de la comunidad acá, ahora hay en todos los canales pero aquí fue un proceso muy largo en el cual yo estoy 15 años al mando y cuando yo llegué a este canal el espacio de comunidad era un relleno del noticiero, salían 1 o 2 notas cuando le faltaba material al noticiero nacional, teníamos incluso en términos fijos una oficina que yo llamaba la zapatería en donde empezamos a trabajar, hoy tenemos una estructura completa del noticiero, es la misma estructura del noticiero nacional, tenemos periodistas propios dedicados a comunidad, tenemos toda una infraestructura con recursos, tenemos camarógrafos, cámaras y equipos, gente de producción y dirección que nos dedicamos netamente a comunidad, tenemos nuestra propia estructura, aquí no es un espacio más de noticiero, contribuimos y actuamos en conjunto con el noticiero nacional, llevamos la misma línea editorial, tenemos el mismo director nacional pero es un noticiero netamente dedicado a la comunidad y que en sí ha logrado dar espacio a la gente para que sean actores de la noticia.

## **12.- ¿Bajo qué modalidades participan los ciudadanos en el informativo?**

Participan a través de las redes sociales para hacer la agenda, participan en microondas, nosotros vamos a los barrios en donde tienen inquietudes, problemas, soluciones, buenas y malas noticias ahí participan directamente los ciudadanos, participan en reportajes nosotros elaboramos reportajes, elaboramos notas en distintos formatos en donde participa la gente, participa en nuestros proyectos que son elaborados anualmente y tienen una participación directa en nuestro noticiero. Como política mía todo reportaje tiene que tener entrevista con los vecinos o la persona afectada siempre tiene que estar ahí, a lo mejor el tema de la autoridad puede estar en un boletín, en una decisión o en una ordenanza pero los actores de nuestros reportajes son la gente.

## **13.- Como productores y realizadores del noticiero ¿Cómo representan ustedes a los ciudadanos ante la sociedad?**

Nosotros los representamos como uno de ellos, yo vengo de los vecinos, venimos del pueblo, vivimos las mismas necesidades que la comunidad, no somos sus representantes, somos sus amigos, sus colaboradores, nosotros somos sus facilitadores no sus representantes porque a nosotros ellos nos dicen que ayudemos a difundir tal o cual cosa y lo hacemos con ellos.

## **14.- ¿Cuál es su valoración en cuanto a espacios como Televistazo en la Comunidad que se generan para dar voz a la ciudadanía?**

Es muy importante, nosotros tenemos 2 noticieros diarios en la mañana destinados a la comunidad ese espacio es de la gente claro que también tenemos otros temas que los ponemos porque son los más importantes que se dan en la víspera que también le interesa a la gente estar informado de noticias nacionales pero esos espacios son de la gente. Ese espacio que se ha ganado es muy importante porque antes eran minutos que se les daba a la comunidad y en los noticieros nacionales también ponemos material de comunidad.