

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
EL SENSACIONALISMO EN LA TELEVISIÓN ECUATORIANA: EL CASO DE
EN CARNE PROPIA**

**AUTORA:
BELÉN NATALY CISNEROS ALMAGRO**

**TUTOR:
DIEGO DAVID CÓNDOR SAMBACHE**

Quito, mayo del 2016

Cesión de derechos de autor

Yo, Belén Nataly Cisneros Almagro, con documento de identificación N° 1723666564, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado intitulado: “El sensacionalismo en la televisión ecuatoriana: el caso de En Carne Propia”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: licenciada en comunicación social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....
Belén Cisneros
1723666564
Quito, 26 de abril de 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor

Yo, declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el Artículo Académico: “El sensacionalismo en la televisión ecuatoriana: el caso de En Carne Propia”, realizado por Belén Nataly Cisneros Almagro, obteniendo un trabajo que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, mayo de 2016

Atentamente:



Diego David Córdor Sambache

1724743752

Índice

Introducción	1
1. Antecedentes	1
1.1 Propósito general de la investigación.....	2
1.2 Propósitos específicos de la investigación	2
1.3 Motivo de la investigación	2
1.4 Articulados de la Ley Orgánica de Comunicación	3
1.5 Trabajos previos	6
2. Posicionamiento teórico	6
2.1 Historia y definición del sensacionalismo	8
2.2 La Manipulación	13
2.3 Tele basura	14
2.4 Los contenidos de “En Carne Propia”	16
3. Metodología	17
4. Resultados	21
4.1 Análisis de contenidos de los programas escogidos de “En Carne Propia”	21
4.2 “El negro hierba”	21
4.3 “La ex delincuente, la ex Chicago”	23
4.4 “Niño drogadicto está fuera de control”	25
4.5 “Familia vive colgada debajo de un puente”	28
4.6 Protagonistas de los reportajes:	30
4.7 Entrevista, periodista del medio Ecuador Tv	31
4.8 Entrevista, periodista del medio Canal Uno.....	31
4.9 Sanción de la SUPERCOM al programa “En Carne Propia”	32
4.10 Entrevista, coordinador de la SECOM.....	33
5. Medidor de Rating.....	35
6. Encuestas	38
6.1 Resultados de la Tabulación.....	39
Conclusiones	53
Referencias	58

Índice de figuras

Figura 1 Puntos de Rating del reportaje “El negro hierba”.....	35
Figura 2 Puntos de Rating del reportaje “La ex delincuente, la ex Chicago”	36
Figura 3 Puntos de Rating del reportaje “Niño drogadicto está fuera de control”.....	36
Figura 4 Puntos de Rating del reportaje“Familia vive colgada debajo de puente”.....	37

Índice de Tablas

Tabla 1. Es de su agrado el contenido presentado en el programa “En Carne Propia” ...	39
Tabla 2. ¿Considera usted que “En Carne Propia” presenta un trabajo periodístico dentro de su programa?	41
Tabla 3. Señale con una X la utilidad que genera el programa “En Carne Propia” a la sociedad.....	42
Tabla 4. ¿Considera usted que “En Carne Propia” genera influencias en el criterio de las personas en su diario vivir? ¿Por qué?	46
Tabla 5. ¿Considera usted que en el programa “¿En Carne Propia”, se utiliza en lenguaje adecuado para televisión?	47
Tabla 6. ¿Qué considera que le hace falta al programa?.....	49
Tabla 7. Escoja, bajo que estándar periodístico se maneja el programa “En Carne Propia”.....	51

Resumen

Esta investigación pretende demostrar que los contenidos vertidos en el programa “En Carne Propia” son sensacionalistas, tomando en cuenta el análisis de cuatro programas emitidos en horario estelar de 20:00 a 21:30, por la señal de Canal Uno. Mostrando cómo exponen los problemas sociales, adictivos y familiares de los protagonistas de cada reportaje, en los lugares urbanos o marginales, con altos índices de pobreza en la ciudad de Guayaquil. Con la finalidad de ganar *rating* a través de información sensacionalista, sin un adecuado trabajo investigativo.

Se mostrará las tablas del *rating* que ha obtenido los programas analizados, con los datos estadísticos alcanzados, explicando si son altos o bajos.

Se dará una breve explicación del significado sensacionalista y la manera en que afecta a la audiencia televisiva, al igual que los términos de manipulación y tele basura, para que facilite la comprensión de la investigación.

La contribución de este artículo es para con la sociedad, donde se les permitirá conocer la verdadera realidad, lo que hay detrás de una cámara, que no confundan la necesidad de consumir programas por gusto o entretenimiento, conociendo además lo que indica la Ley Orgánica de Comunicación, y los derechos que como televidentes tienen, de acceder a información con temáticas de educación y cultura.

Abstract

This research aims to demonstrate that the contents on the program "in the flesh" are sensational, taking into account the analysis of four programs broadcast in prime time from 20:00 to 21:30, by the signal Channel One. Showing how exposed social, addictive and relatives of the protagonists of each story, in urban or marginal areas with high poverty rates in the city of Guayaquil problems. In order to gain rating by sensational information without proper research work.

rating tables has obtained the programs analyzed, achieved with statistical data, without explaining high or low is displayed.

It is a brief explanation of the meaning and sensationalist way affects the television audience, as the terms of handling and trash TV, to facilitate understanding of research.

The contribution of this paper is to society, which will be allowed to know the true reality, which is behind a camera, that will not confuse the need to consume programs for fun or entertainment, also knowing indicating the Organic Law communication, and as viewers have rights of access to information with themes of education and culture.

Introducción

1. Antecedentes

El problema que se analizó, fue la distorsión de la realidad que realiza el programa “En Carne Propia”, al punto que trastoca los sentidos de la convivencia armónica entre los miembros de la familia y la comunidad, dado que llega a resaltar la violencia como un referente a seguir por parte de la audiencia. Alteración que se la realiza a través de un lenguaje muy cotidiano, que difícilmente educa a los televidentes que observan este programa, generando en las personas que asumen este tipo de expresiones el rechazo o que sean mal vistas al extremo de ser marginadas.

Cada reportaje que realiza el programa, son en los sectores considerados “populares” de Guayaquil. Entendiendo como identidad cultural y popular, lo que señala Barbero (2002):

De otra parte, la idea de identidad cultural se halla entre nosotros asociada predominantemente al espacio de las culturas populares tanto en el discurso político populista como en el de la crítica o la investigación. Lo que remite a la presencia en estas sociedades de diferencias culturales no reducibles a la disidencia contracultural o al museo, a la vigencia y pluralidad de lo popular señalando un espacio de conflictos profundos y una dinámica cultural insoslayable (pág. 136)

En relación a la teoría de la comunicación social, se propone abordar la siguiente interrogante ¿Qué elementos teóricos de la comunicación social pueden clarificar el

sensacionalismo en el programa “En Carne Propia”?; desde la perspectiva metodológica de la comunicación social me cuestiono: ¿Cómo se debe hacer un abordaje pertinente de los tópicos sociales que aborda el programa “En Carne Propia”?

1.1 Propósito general de la investigación

Analizar el sensacionalismo en los contenidos desarrollados dentro del programa “En Carne Propia”.

1.2 Propósitos específicos de la investigación

Indagar en qué medida la transmisión del programa ha provocado aceptación por parte de la audiencia.

Conocer si el programa aporta información veraz a la audiencia.

Establecer si el programa responde a los requerimientos de la Ley Orgánica de Comunicación.

1.3 Motivo de la investigación

Con la presente investigación se pretende analizar el sensacionalismo del programa “En Carne Propia”, debido a que causa confusión en la audiencia que mira este tipo de programación, al punto que puede llegar a influenciarlos.

En Carne Propia, es un programa televisivo, transmitido por la señal de Canal Uno, se maneja bajo el formato de reportajes. En la página oficial de Facebook, “En Carne Propia”, indica ser “un programa investigativo que muestra la otra cara de Guayaquil”; el mismo que goza de aceptación por parte del público, incluso José Delgado, quien es presentador del programa, maneja un estilo periodístico considerado como “único” y “peculiar”, así lo indican las redes sociales.

Razón por la cual se analiza el sensacionalismo que se maneja y la forma en cómo atrapa al televidente, con el fin de entretener y ganar *rating*. En cada programa se presenta la cotidianidad de los moradores de la ciudad de Guayaquil, mostrando una realidad un tanto exagerada y cruel de hogares disfuncionales, con problemáticas sociales como: drogadicción, delincuencia, pobreza, maltrato, entre otros; generando en el espectador burla, pena, e incluso discriminación.

1.4 Articulados de la Ley Orgánica de Comunicación

Por otra parte, la ley Orgánica de Comunicación (LOC), indica en el tercer Suplemento del Registro Oficial N° 22 (2013), indica lo siguiente:

Art. 8. Prevalencia en la difusión de contenidos

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 17. Derecho a la libertad de expresión y opinión

Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 32. Protección integral de las niñas, niños y adolescentes

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

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

La revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 61. Contenido discriminatorio

Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales

de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 67. Prohibición

Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso. Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Los artículos presentados contribuyen a la investigación, pues en los programas analizados, se infringe lo estipulado en la ley, debido a que se han manifestado sanciones por parte de la SUPERCOM (Superintendencia de la Información y Comunicación). Articulado que es mandatario para todos y cada uno de los ciudadanos ecuatorianos, por lo tanto, deben ser considerados para la emisión de la programación de los medios de comunicación masiva.

1.5 Trabajos previos

A continuación, se muestra una serie de trabajos realizados que recogen semejanza con la investigación presente.

En el año 2007, se realizó una investigación sobre: “La prensa sensacionalista. Libertad de expresión. Sólo al servicio de los terratenientes”, en Bolivia, por un autor Anónimo.

Posteriormente existe un estudio de María Paula Albán y Paula Medina, de: “El ojo amarillo. La prensa sensacionalista en Bogotá desde la mirada del lector, un análisis de recepción”, en la Pontificia Universidad Javeriana, del año 2009, en la ciudad de Bogotá.

En el año 2011, Marta Redondo, realizó una investigación sobre: “El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español”, en la Universidad de Valladolid.

En el año 2012, Sara Barberi y Diana Viveros realizaron: “Estudio del contenido y la sintonía de los programas televisivos: En Carne Propia, Sorprendente y Ecuador Insólito que se transmiten en señal abierta en sectores urbanos de la ciudad de Guayaquil”; en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

2. Posicionamiento teórico

Para entender de mejor manera el sensacionalismo presentado en la televisión es necesario mencionar a Jesús Martín Barbero, que en su capítulo del tele-ver y sus interferencias explica brevemente cómo funciona la programación televisiva. Barbero (2002):

En el caso de la TV la falta de un entorno ritual, su ubicación en el ámbito de lo familiar-cotidiano, refuerza esa situación y actitud de no recelo de “simpatía”. Puesto que forma parte de la familia, la pantalla encendida pierde todo carácter de agresor y se convierte en la gran compañera (...) (pág. 101).

Por otro lado, la autora Marta Redondo García en un estudio de “El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español”, nos da un punto de vista diferente acerca del sensacionalismo en la televisión. Redondo (2011):

(...) El discurso televisivo se basaría en la convención de que la imagen no miente: la imagen televisiva se certificaría a sí misma, puesto que refiere lo que muestra; cuenta y evidencia a la vez, marcando que lo que narra, realmente tuvo lugar. Por tanto, el mensaje televisivo se viste de veracidad y credibilidad. Un planteamiento que ya ha entrado en crisis pero que se ha mantenido durante décadas (págs. 148-149).

Por su parte Ten A. Van Dijk, en relación al análisis del discurso periodístico en su trabajo denominado “La Noticia como discurso”, expresa lo siguiente. Van Dijk (1990): “Una explicación empírica completa del discurso se debe incluir una descripción de procesos cognitivos de la producción del discurso y el entendimiento, y de las interacciones sociales en las situaciones socioculturales” (pág. 52).

Criterios que permiten entrever que el discurso periodístico en cualquiera de sus modalidades en general como del sensacionalismo en particular, inciden en la formación y educación de las personas, dado que determinan de cierta manera el comportamiento y conocimiento respecto de un determinado aspecto de la vida.

2.1 Historia y definición del sensacionalismo

La palabra sensacionalismo viene del vocablo sensacional, la RAE (Real Academia de la Lengua), lo define como “la tendencia de producir emoción, sensación o impresión de sucesos o noticias”. Es necesario conocer una breve historia de cómo apareció el sensacionalismo y sus características, para entender la presente investigación. Torrico (2008), nos dice que la primera manifestación de sensacionalismo impreso fue con las “gacetas francesas y alemanas”, que hablaban de “chismes de la nobleza, dramas familiares y crímenes” y que apenas a mediados del siglo XIX, a estos impresos se los consideró como una forma distinta de hacer periodismo.

Por otro lado, Imbert (1995), menciona que el sensacionalismo es la “visibilización excesiva de la realidad y dramatización del relato, es decir, exacerbación a la vez descriptiva y narrativa” (pág. 54).

Y finalmente Redondo (2011) nos dice:

El sensacionalismo de fondo o de contenido radicaría en presentar materias que exploran “las bajas pasiones y los intereses menos nobles del público” y detalla algunas de sus vetas estilísticas y temáticas: “se

alimenta de exageraciones en los títulos (falseando el contenido de la noticia que sigue), en los textos, explorando temas pornográficos, el sadismo, el crimen, jugando con la buena fe de los lectores al asegurarles el descubrimiento de remedios para enfermedades incurables, haciendo incursiones en la vida privada de personajes públicos y aireando sus descubrimientos”. (pág. 131)

Así podemos ver cómo distintos autores asumen una concepción casi similar acerca del sensacionalismo, desde su apareamiento como definición. Los medios informativos sea prensa, radio o televisión, presentan notas matizando lo más llamativo o escandaloso, que genera sensaciones en la audiencia impactando en sus sentidos e influyendo en su objetividad.

Una vez entendido el significado de sensacionalismo, es necesario asociar este término con el periodismo, allí Pedroso (1994) menciona que:

El periodismo sensacionalista es una actividad de identificación y exacerbación del carácter singular de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social. (pág. 146).

Según el Departamento de Comunicación del Consejo Episcopal Latinoamericano (1988) mencionan que “el sensacionalismo es un periodismo poco objetivo, que exagera con titulares, fotografías o textos las noticias de escándalos, sucesos sangrientos o morbosos y noticias de interés humano” (1988, pág. 168).

Sousa (1981) tipo de contenidos; su principal objetivo que es informar ha cambiado, pasando a interesarse solamente en transmitir noticias con más imágenes violentas o sangrientas. La audiencia tiene derecho a ser informada sin ningún tipo de censura a la información, es cierto, pero se necesita observar lo que manda la Ley Orgánica de Comunicación, que establece las maneras de hacerlo.

Torrice (2008), cita a José Martínez de Sousa (1981), al decir:

El sensacionalismo es la tendencia de cierto tipo de periodismo a publicar noticias sensacionales” y explica que ella puede traducirse en una versión “de fondo”, en que las materias presentadas “exploran las bajas pasiones y los intereses menos nobles del público”, y otra “formal”, que se funda en un manejo llamativo de los elementos exteriores de una publicación (pág. 473)

En la programación televisiva ecuatoriana, encontramos varios formatos, como: noticieros, *realitys*, novelas, farándula, series, entre otros, que se ofrecen diariamente, con el fin de entretener al público.

En todo programa de televisión siempre se debe utilizar la investigación, e ir más allá, profundizando en los contenidos, García (2015) cita a Armentia y Caminos (2003) al definir que:

El reportaje de investigación suele ser una de las formas más habituales que adoptan los textos producto del periodismo de investigación. Se caracteriza porque desconfía de las fuentes oficiales, escarba los datos más allá de la simple apariencia de las cosas, se especializa en sacar a la luz temas que personas públicas o privadas e instituciones desean mantener ocultos. El reportaje de investigación es eminentemente informativo. (pág. 13)

Hay que tener en cuenta que al televidente le interesa conocer todo, por ello el objetivo de un programa va a ser cautivarlo con información que interese. Un claro ejemplo de esta investigación es lo que realiza el programa “La Televisión”, con un sinnúmero de reportajes y trabajo periodístico, ofrece a la audiencia un programa de calidad y sobre todo informa.

Pero como todo es medido por el *rating*, los canales de televisión tienen como objetivo primordial ganar mayor audiencia con su programación.

Es por ello que se genera una especie de competitividad, por ver que es lo que genera más *rating*, creando programas que no responden a un ejercicio periodístico, mucho menos a lo que exige la Ley de Comunicación.

García (2015) cita a Elórtégui (2009) al decir que: “El mundo actual está dominado por un temor a ser aburrido que desemboca en el afán de divertir a cualquier precio” (pág.

203). Este es el claro ejemplo del programa “En Carne Propia”, donde la investigación es escasa.

La programación televisiva ha ido cambiando significativamente, conforme ha evolucionado la tecnología. Se han generado nuevos formatos y tendencias dentro de su contenido, además la estrecha vinculación del periodismo que se presenta dentro de un programa televisivo se ha vuelto esencial para determinar si un programa es de calidad, es decir que genere aspectos positivos dentro de la sociedad. Es por ello que la participación del periodista juega un papel substancial al instante de informar al televidente, pues debe conocer cómo se genera la noticia y cuál es el impacto que tiene al momento de ser presentada.

Ser periodista comprende un arduo trabajo, se debe ser ingenioso y objetivo para llegar al público y captar su atención. Los formatos televisivos más utilizados son: la noticia, la entrevista, la crónica, el reportaje y el comentario. En este caso el formato que más maneja el programa “En Carne Propia” es el reportaje.

2.2 La Manipulación

La manipulación es el poder de influencia negativamente. “El manipulador muestra las imágenes sin contenido y resaltan lo superficial o banal y nunca dan lugar a la razón o reflexión. El periodista manipulador repite mentiras como si fueran verdaderas” (Universidad de Monterrey, 2007, pág. 13).

A un programa sensacionalista lo único que le interesa es atrapar a los televidentes, a través de historias acontecidas en un sector que ha sido marginalizado en una sociedad. Mostrando una cruda realidad desde un punto no periodístico, con el único fin de incrementar *rating*, lo que se traduce en ganar más publicidad que paute en el programa y aumentar de este modo sus réditos económicos.

Pontón (2008), explica por qué la información vertida en los medios tiene impacto en la sociedad:

En las sociedades mediatizadas como la ecuatoriana las personas conocemos de los acontecimientos locales, nacionales y mundiales a través de lo que difunde la industria de la comunicación, cada vez más dependemos de este recurso para conectamos con la coyuntura social. De esta manera, el consumo de productos más mediáticos se ha convertido en una necesidad que permite estar al tanto de la realidad, por lo que el tipo de información transmitida tiene gran repercusión en la sociedad. (pág. 70)

La programación de la televisión en la mayoría de los casos manipula a la audiencia con información que puede influenciar en las decisiones de su diario vivir; o manipular la información contada, directa o indirectamente, omitiendo hechos y cayendo en la suposición, sin una investigación.

Para la audiencia esta decodificación es fácil, si salió en televisión es cierto y acogen la información dependiendo de la noticia que se transmita y si no salió en televisión pues no lo creen. Sin saber que uno de sus puntos débiles más significativos ante la televisión es su ingenuidad y conformarse con lo que ven como verdad absoluta.

El programa “En Carne Propia”, se relaciona lo mencionado, pues da a conocer problemas sociales de la ciudad de Guayaquil, pero la forma en que lo muestran se considera no es la apropiada.

2.3 Tele basura

Se entiende que telebasura es la programación televisiva que comprende contenido: sensacionalista, morboso, sexoso; entre otros, y de baja calidad. Se explica en qué consiste y la aceptación de la audiencia por este tipo de contenidos.

Es que el público aprendió a convivir y recibir “basuras”. Incluso nos gusta la telebasura (y hablo por la mayoría). Todavía quedamos algunos a los que no nos gustan estos programas, pero nunca se nos ha pasado por la cabeza prohibirlos ni obstruirlos, ni decir lo que hay que ver o lo que

no hay que ver en televisión. Nos gusta la telebasura (Universidad de Monterrey, 2007, pág. 40).

Gustavo Bueno (2002) hace una breve comparación entre los conceptos de televisión basura:

Telebasura fabricada es aquella que tiene su origen en el mismo proceso de producción de los contenidos televisados. Es hasta cierto punto indiferente que el «creador» de telebasura se haya propuesto (finisoperantis) fabricarla como tal, deliberadamente, o bien se haya propuesto crear un programa limpio o normal si éste resulta ser (finisoperis) sucio, basura. No pinta el que quiere, sino el que puede. Por lo demás, el proyecto deliberado de «crear telebasura» tiene su propia racionalidad: la racionalidad económica (para otros, política) de quienes ven en un programa telebasura un medio para atraer grandes audiencias; o la racionalidad social de la elite que ve con buenos ojos la promoción de la telebasura para el consumo del «público municipal y espeso» (...) (pág. 5).

Luego de hacer una breve aproximación a las definiciones de sensacionalismo como una exageración de la realidad, de la manipulación como un manejo superficial y banal de los contenidos, y por último de la telebasura como una forma de exacerbar el morbo de la gente ante situaciones de crisis que vive la gente de un determinado sector de la

sociedad, se considera que están dados los criterios para caracterizar al programa “En Carne Propia” como un caso de sensacionalismo en la televisión ecuatoriana.

2.4 Los contenidos de “En Carne Propia”

El formato que presenta “En Carne Propia” son reportajes, los que se tomaron en cuenta fueron:

“El negro hierba”.

“La exdelincuente, la Chicago”.

“Niño drogadicto está fuera de control”.

“Familia vive colgada debajo de puente”.

En cada nota antes de ser presentada, José Delgado, da una breve introducción de la problemática suscitada y manda el reportaje. Estos son temas que engloban problemas sociales como: drogadicción, delincuencia, crisis familiares. El programa no se divide en segmentos, el reportaje se lo transmite hasta el final; las únicas interrupciones que tiene son los espacios publicitarios, donde se ofrecen productos como: big cola, productos femeninos Nosotras, supermercados Tía, electrodomésticos Artefacta, almacenes la Ganga, entre otros.

La sociedad actual tiende a ser influenciable por lo que ve o escucha en los medios, en este caso la televisión. A veces la audiencia adopta las mismas actitudes que mira, o piensa que lo que ve es correcto y lo acoge en su diario vivir. “(...) pues este medio audiovisual tiene un gran impacto en nuestra sociedad, pero con la desventaja de que

últimamente nos está influenciando de mala manera” (Universidad de Monterrey, 2007, pág. 11).

3. Metodología

Esta investigación es deductiva, pues parte de ubicar como problema: “El sensacionalismo en la televisión ecuatoriana: el caso de En Carne Propia”, razón por la cual se plantea como hipótesis la aplicación de criterios éticos profesionales y jurídicos en comunicación, que contribuirán a una mejor transmisión de contenidos.

Entonces, se llega a deducir resultados en favor de la audiencia a través de una reflexión crítica, misma que es contrastada con opiniones a través de entrevistas a dos periodistas de reconocidos medios y encuestas dirigidas al menos a dos grupos humanos que permitan confirmar la suposición planteada y finalmente se la pueda asumir como valedera.

También es importante resaltar que este trabajo se apoya en la investigación documental o bibliográfica para la búsqueda de información de diversos tipos de documentos que ha permitido desarrollar el posicionamiento teórico y metodológico para contextualizar el programa “En Carne Propia”. Este proceso de investigación lo hemos desarrollado en las siguientes fases:

Para empezar con la primera fase de esta investigación, hubo un periodo de tiempo de 4 meses, para recolectar todos los datos necesarios acerca de los contenidos sensacionalistas tratados en el programa “En Carne Propia”. Se analizó los programas evidenciando el lenguaje empleado por el presentador, el trabajo investigativo que realizado, la redacción en cada nota, el enriquecimiento audiovisual como: la

ambientación, la musicalización, los efectos en cada toma o imagen y finalmente el nivel de audiencia.

El programa de “En Carne Propia” se lo transmite de lunes a viernes de 20h:00 a 21h:30 y sábados en emisión estelar a las 20h:30 a 22h:00.

Los períodos de observación de los programas son los siguientes:

En marzo del 2011, con el reportaje denominado: “El negro hierba”.

En agosto del 2013, con el reportaje denominado: “La exdelincuente, la chicago”.

En octubre del 2014, con el reportaje denominado: “Niño drogadicto está fuera de control”.

En enero del 2015, con el reportaje denominado: “Familia vive colgada debajo de puente”.

Para ello se formuló un estado de arte para evidenciar y contrastar lo que varios autores manifiestan acerca del sensacionalismo en la televisión y el trabajo periodístico, a través de libros, artículos académicos publicados en la web, notas en periódicos, revistas científicas, la Ley Orgánica de Comunicación. Es así como esta investigación se enfoca en el análisis de discurso, apoyándose también es un medidor de rating.

De la misma forma se hace un análisis del rating, de la programación, con el fin de que este medidor de cifras, nos permita definir el incremento o disminución al momento de preferir este programa, así lo indica García (2015):

(...) En diferentes países del mundo el rating es calculado por medio de un receptor denominado People Meter que es instalado en los domicilios de algunas familias. Su funcionamiento consiste en que cada individuo debe ingresar un código cada vez que enciende su televisor o sintoniza un canal, esto permite determinar las características de cada miembro de la familia e inmediatamente ingresan a una base de datos. (pág. 35)

En la segunda fase de esta investigación se recurre a fuentes humanas, realizando entrevistas a expertos en el tema, empezando por profesionales del periodismo que se encuentran laborando en un medio televisivo y tienen un conocimiento mucho más amplio del trabajo que realizan como medio.

Se empezó con un canal del Estado, Ecuador Tv, interrogando si “En Carne Propia”, es un programa que responden a la necesidad de la audiencia, si cumple con lo que se establece en la ley, si la manera de brindar entretenimiento es la más adecuada y como ven la importancia del rating en la programación.

Luego se contrastó con una entrevista en el medio donde se transmite el programa, Canal Uno, conociendo los argumentos por el cual el programa sigue al aire.

Finalmente se realizó una entrevista en la SECOM (Secretaría de Comunicación), a su coordinador, profundizando en el tema de sanciones y el porqué de ellas de acuerdo en los artículos trabajados de la Ley Orgánica de Comunicación.

Se empezará con:

Fabricio Cevallos: periodista y jefe de Noticias del medio Ecuador TV.

Romel López: periodista y jefe de noticias de Canal Uno.

Christian Hernández: coordinador de la SECOM.

En la tercera fase de la investigación se realizaron encuestas, con el fin de conocer si el público tiene gusto por este programa televisivo, sobre todo saber si influye de alguna manera sobre ellos y si es visto con gran frecuencia.

La encuesta es una de las herramientas cuantitativas que, dentro de la investigación, se la emplea con el objetivo de realizar un análisis contrastado de la opinión los televidentes. Para establecer los resultados, se planteó un total de 10 preguntas, abiertas y cerradas, empleando también la escala de Likert.

Se aplicaron 100 encuestas, realizadas en dos sectores muy conocidos de Quito, uno es la Plaza Grande, que comprende a un sector popular de clase media hacia abajo. El otro lugar fue Cumbayá que responde a una población con un status económico más alto. El procedimiento consistió en realizar 100 encuestas, de las cuales, 50 fueron en la Plaza Grande, 25 para mujeres y 25 para hombres, y finalmente los 50 sobrantes para el paseo San Francisco, de la misma manera 25 dirigido a mujeres y 25 dirigido a hombres. Esta contrastación de género permitió diferenciar las distintas percepciones y gustos que tiene la audiencia.

Con la información recolectada durante el proceso de aplicación de la encuesta, se realizó el proceso de tabulación, el mismo que permitió detallar los datos cuantitativos obtenidos.

4. Resultados

4.1 Análisis de contenidos de los programas escogidos de “En Carne Propia”

Lo que se analiza es la distorsión de la realidad, el trastocamiento de los sentidos, la convivencia armónica entre los miembros de la familia y la comunidad. Allí se resalta la violencia, a través de un lenguaje común difícilmente educa a los televidentes y existe un rechazo para las personas que asumen estas expresiones.

4.2 “El negro hierba”

Redacción

El 22 de marzo del 2011, se presentó un reportaje denominado “El negro hierba, acaba de salir de la penitenciaría”, cuya redacción como se puede ver es despectiva, teniendo en cuenta que es una persona de color, se le nombra como “negro”, donde directa o indirectamente se da una señal de racismo y se utiliza además un adjetivo calificativo como “hierba”. Se emite un juicio de valor en la redacción del reportaje.

Trabajo investigativo

Para realizar el reportaje, el reportero se guía de varias tomas de “ojo de águila”, observando las veces que el entrevistado consumía estupefacientes y delinquía. Acompañó al reportaje con una entrevista al sujeto del conflicto, sin revelar su identidad, e hizo tres entrevistas a los moradores, quienes preferían que este personaje siga bajo prisión; pues lo consideraban loco por tanta droga que consumía y que en cualquier momento podría asesinar a cualquier morador. Sin embargo, se pudo haber manejado de

mejor manera el tema investigativo, guiándose con entrevistas a expertos que explicaran el contexto del problema, las soluciones que han dado para mejorar este tipo de situaciones, por ejemplo, a un sociólogo, psicólogo o policía.

El reportaje tuvo la duración de 24 minutos con 20 segundos, en donde la armonía de la comunidad se vio afectada ante las amenazas de un ex convicto. La violencia por parte del sujeto en conflicto primó en todo el reportaje, por las expresiones verbales y actitudes de irrespeto hacia todos los moradores. Esto provocó el rechazo por parte de la comunidad hacia este personaje, por un lado, estaba el temor e inseguridad que sentían, y por otro la burla, debido a que se pararon alrededor del sujeto observando su conducta.

Lenguaje empleado por el presentador

El reportero empleó términos propios de la costa ecuatoriana, utilizando seudónimos y adjetivos como: “hierbita”, “compinches”, “el negro Hernán”, “el tatuado”, “casi linchan a hierba”.

Lenguaje empleado por el entrevistado y entrevistados

Existen amenazas continuas: “voy a matar a ese man”, “yo si vendo mi hierba”, “mira como cargo los dedos por la hierba”, “me fumo un pipaso”, “está bien trequeado”, “no le tiembla matar a nadie”. Se silencia veces continuas términos vulgares y soeces.

Art. 67. Prohibición

Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual,

apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso. Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

El contenido de este reportaje infringe lo estipulado en la ley, pues se transmitieron imágenes violentas de un personaje con un problema adictivo. Además, no se empleó el lenguaje correcto al denominar el reportaje con el nombre de “el negro hierba” y no revelar su nombre real, hubo un detonante de racismo.

4.3 “La ex delincuente, la ex Chicago”

Redacción

El 2 de agosto del 2013, se presentó un reportaje con el nombre “La historia de la Chicago”, sin presentar el nombre real del personaje.

Trabajo investigativo

En todo el reportaje se contó con una sola entrevista de la persona implicada, quien manifestó cómo había sido su vida de delincuencia y consumo de estupefacientes.

Recalcando que el rechazo por parte de la sociedad ha sido inhumano y que lo más duro no ha sido dejar sus vicios y la mala vida, sino más bien la aceptación por parte de la comunidad.

El reportaje duró 12 minutos con 50 segundos, el cual mostró escenas violentas de reportajes pasados del mismo personaje, donde se ven otras condiciones tanto físicas como mentales, con un testimonio más agresivo. De la misma manera muestra varias partes de su cuerpo con las cicatrices de bala y heridas por objetos corta punzantes que había tenido.

Lenguaje empleado por el presentador

El presentador utiliza los siguientes términos: "buscada hasta por debajo de las piedras", "se enfrentó tiro a tiro con los uniformados", "malhechores", "darse bala", "no le templo la mano al momento de matar". Términos utilizados para desarrollar el reportaje.

Lenguaje empleado por la entrevistada

La entrevistada utiliza un lenguaje que es muy común. Utilizó palabras como: "yo arranchaba", "cartuchaso", "cada cuchillo apuñaleaba", "lo coronó", "fue sin querer queriendo", "la más templada".

Imagen

Se muestra a la entrevistada entre escenas anteriores, con una postura agresiva, de la misma manera muestra partes de su cuerpo con tatuajes y heridas de bala.

Art. 8. Prevalencia en la difusión de contenidos

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Este programa no obedece a lo que indica la ley, pues su objetivo principal no fue un tema cultural ni educativo, sino solamente informar y poner en evidencia a un personaje con una problemática social y adictiva que se sentía rechazada por parte de la sociedad, no protege los derechos que como ciudadana demanda.

4.4 “Niño drogadicto está fuera de control”

Redacción en cada nota

El 13 de octubre del 2014, se presentó un reportaje denominado “Niño drogadicto está fuera de control”, el mismo que carecía de una redacción adecuada.

Trabajo investigativo

El reportaje fue denominado como: “Un niño atacó a sus familiares con un puñal, al verse dominado por la droga”. Se realizó una entrevista a Johnny Vera, el padre del niño, y a la madre. El resto del reportaje se desarrolló por una dramática escena donde Alejandro (niño que estaba bajo el efecto de la droga), con un cuchillo amenazaba a cualquiera que se le acerque, debido a que lo internarían al hospital de “Neurociencias”,

un centro de rehabilitación. Se hizo presente un policía para calmar al niño, e incluso el camarógrafo tuvo que intervenir, mientras seguía grabando.

Se rompió con la armonía de la familia, al presenciar esta escena de violencia y mostrarla en televisión.

Lenguaje empleado por el presentador

En este caso el reportero empleó un lenguaje más rebuscado para narrar la nota. Durante la entrevista no intervino de mayor forma.

Lenguaje empleado por el entrevistado y entrevistados

Durante el reportaje se silenció términos soeces empleados por el niño, pasando por alto otras palabras que no las silenciaron. Del mismo modo se utilizaron términos como: “allá está, ese negrito es”, horrendo visaje que hace”, “ya me estás haciendo arrechar”.

Imagen

Se mostró escenas en televisión sin ningún tipo de censura, como Andrés (niño, bajo los efectos de la droga), con un objeto corto punzante, amenazando con matar a quien se acerque. De la misma manera se mostró un polvo blanco, estupefaciente denominado “H”.

Siloé (2005), expone la falta de escrúpulos de un medio, al transmitir casos violentos y degradantes a la audiencia:

La televisión actual, en su lucha por la audiencia, no tiene reparo en degradar a los telespectadores con programas progresivamente más violentos y pornográficos, que reclaman a quienes se asoman a ellos la renuncia a la dignidad personal. Falto del impulso creador, los conjuntos humanos degeneran en meras colectividades, son reducidos fácilmente a la condición amorfa de masas y quedan a la merced de los profesionales de la violencia (pág. 131).

Art. 32. Protección integral de las niñas, niños y adolescentes

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

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

La revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Claramente podemos ver como este programa no cumple con lo estipulado en la ley, de protección integral a los adolescentes de la violencia psicológica e intrafamiliar, a pesar de que el rostro del niño fue cubierto y no se lo evidenció, se expuso en televisión nacional el problema adictivo y de comportamiento social por el que atravesaba sin respetar su integridad y sus derechos.

4.5 “Familia vive colgada debajo de un puente”

Redacción

El 3 de enero del 2015, se transmitió el reportaje denominado: “Viven debajo del puente”. En el cual se dio publicidad a las redes sociales del presentador José Delgado.

Trabajo investigativo

El reportaje giró en torno a dos entrevistas realizadas a la pareja de esposos, Betty y Fernando. Explicando su calamidad tras vivir debajo del puente por más de ocho años y la situación por la que vivían sus hijos; dando a conocer la pobreza de la familia y las condiciones infrahumanas en las que sobreviven.

Se sienten excluidos y rechazados por la sociedad e incluso por su propia familia y les da vergüenza evidenciar la forma en la que viven, pero su necesidad de pedir ayuda es más grande que cualquier tapujo.

Fue necesario profundizar el tema, por ejemplo, con una entrevista al alcalde o un concejal del sector, permitiendo así brindar algún tipo de solución e informar a las autoridades pertinentes de la condición infrahumana en la que vivía una familia.

Lenguaje empleado por el presentador

El lenguaje del presentador fue claro, se entendió cada palabra, no emitió juicios de valor y no intervino de mayor forma durante la entrevista.

Lenguaje empleado por el entrevistado y entrevistados

Se emplearon términos comunes y de fácil comprensión. En esta ocasión, no se silenció ninguna palabra.

Imagen

Se mostró la pobreza y la condición infrahumana de una familia, con sus pocos objetos de vivienda en su hogar, y bajo un puente.

Art. 17.Derecho a la libertad de expresión y opinión

Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Este artículo sí se cumplió, pues se dio la oportunidad a dos ciudadanos de la ciudad de Guayaquil a expresarse cumpliendo su derecho a opinar libremente, bajo su responsabilidad. A pesar de que el manejo de información no fue el indicado.

Finalmente podemos ver dentro de este análisis, que el objetivo principal ha sido el sensacionalismo presentado, las vivencias y problemas sociales de Guayaquil, exhibiendo problemas familiares y calamidades domésticas debido a que como se ha

evidenciado se fragmenta la mayoría de articulados que buscan garantizar el derecho a una comunicación de calidad.

4.6 Protagonistas de los reportajes:

“El negro hierba”.

Ana Belén (“la chicagó”).

Alejandro Vera, (niño “drogadicto”)

Betty y Fernando (“familia vive colgada debajo de un puente”).

Son personajes vulnerables, los cuales ante una calamidad que responde a un problema social o familiar, buscan ser escuchados y obtener la ayuda que necesitan a través de una cámara, ignorando a lo que se exponen. Por parte del programa no hubo una investigación a fondo de la problemática, se ve una ausencia de autoridades como alcaldes, concejales, policía nacional, peor aún profesionales de las áreas sociales, expertos en la problemática social. A ellos se debió acudir principalmente para las entrevistas. Tal vez de ese modo se hubiera dado algún tipo de dimensión y solución a todas las problemáticas presentadas. Así se deja entrever que el programa en vez de explicar los sucesos dados en la realidad con una tendencia hacia la objetividad, únicamente busca impactar a la audiencia.

Por estos contenidos sensacionalistas el periodismo ha sido desprestigiado, así lo indica Berlanga (2007): (...) “el periodismo ha sido considerado como un género menor y desdeñado, reducido a una situación ridícula por la falta de credibilidad absoluta” (pág. 765).

Los medios de comunicación, en este caso la televisión, solamente quieren responder a un interés y es el de ganancia, desean ganar audiencia a través del rating, alimentando al público del “morbo”, que según la Real Academia Española (RAE), lo define como “Interés malsano por personas o cosas” y “atracción hacia acontecimientos desagradables”.

4.7 Entrevista, periodista del medio Ecuador Tv

Este planteamiento de igual manera lo sostiene Fabricio Cevallos (2015), periodista de Ecuador Tv: “El morbo es un recurso que los medios de comunicación televisivos han optado para ganar audiencia, es una lógica que funciona en los medios privados, buscan generar ese tipo de contenidos con el propósito de tener audiencia y mayores réditos económicos”.

El fin que tienen los programas sensacionalistas es tener audiencia masiva y que en ese espacio se pueda pautar publicidad, a pesar de que no haya una valoración justa de qué tipo de contenidos se está ofreciendo a la sociedad. No se preguntan si son contenidos que puedan aportar a construir una mejor sociedad, que generen opinión pública, o simplemente se está alimentando audiencias como si fueran caníbales de la información que cause morbo. Estos contenidos no se ajustan a las necesidades reales de la sociedad.

4.8 Entrevista, periodista del medio Canal Uno

El director de noticias de Canal Uno Rommel López (2015) afirma: “estos programas dan *rating* y depende mucho de cómo la traten, es parte de nuestra sociedad, a cada

momento vemos asesinatos, delincuencia conflictos sociales, pero a veces es mejor no verlos”. Anteriormente en el espacio se pasaba el programa de “Discovery Chanel”, aportaba enormemente a la cultura general, pero no llegaba ni a 1 punto de rating, José Delgado llega alcanzar los 12 puntos de *rating* dentro del horario estelar.

Las notas pueden estar bien o mal contadas, quien define al final es la audiencia, depende del criterio de cada uno, si “En Carne Propia” no fuera visto simplemente el programa sale del aire; pero si la gente lo ve, es porque le gusta y el programa va a seguir; todo debido al morbo que nace en la gente. El periodista López está convencido que, si se “refina” a José Delgado y lo hace con un lenguaje diferente, puede que a la gente no le guste, porque ya se acostumbró a ello y porque no sentirían cierta identificación. Si está bien o mal contado es algo subjetivo.

4.9 Sanción de la SUPERCOM al programa “En Carne Propia”

El programa “En Carne Propia” ya ha sido llamado la atención por sensacionalista. “El Diario”, periódico manabita de libre pensamiento, el 5 de octubre del 2015 publicó un artículo, con el siguiente titular: *Supercom sanciona a Canal Uno por programa de "En carne propia"*: La Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom) sancionó a Canal Uno por difundir contenidos que incitan a la violencia a través del programa "En carne propia". La multa por parte de la Supercom fue de cinco salarios básicos, comprendidos en \$1.770 dólares, el mismo que debió ser pagado en 72 horas.

La ley Orgánica de Comunicación (LOC), en su artículo 67 prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación, todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia. El reglamento señala que: “El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por

la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación".

Ante esto el periodista Romel López de Canal Uno respondió:

Ha habido sanciones y amonestaciones al programa, pero ¿quién vigila esto?, ¿Por qué, la Ley de Comunicación no fue diseñada ni hecha para que sea justa para todos?, la Ley de Comunicación no tendrá mucho tiempo de vida bajo los parámetros que están estipulados.

Bajo las demandas de una televisión educativa se dio la propuesta de Educa Tv, pero que aun así no es del gusto de la audiencia. El espacio no está bien manejado, siempre se compara nuestra educación con la de Finlandia y la tratan de imitar, pero no les funciona porque son otras medidas de enseñanza, donde el profesor no obliga a que le estudiante aprenda sino más bien lo conquistan y hace que despierte el deseo de aprender. Si nos obligan a ver el contenido que nos imponen a ver obviamente no se lo hará. Deben lograr cautivar al público porque si no la audiencia va a ser mala, hay distintas formas de hacer que la gente se culturice.

Como se puede notar, el periodista evade la pregunta haciendo una crítica a la Ley Orgánica de Comunicación y a las autoridades, lo cual se considera lo hace para no tocar a su programa estrella.

4.10 Entrevista, coordinador de la SECOM

Por otro lado Christian Hernández, (2016), coordinador de la SECOM, manifestó que si bien es cierto la SUPERCOM (Superintendencia de la Información y Comunicación), es el organismo controlador, juzgador y sancionador de los medios que infringen los

ordenamientos la ley, pero para que estas sanciones no ocurran se establecen franjas de horarios acordes al público, es decir, si es apto para todo público, si es solo para adultos y para niños con supervisión de adultos, mucho depende de la responsabilidad que como audiencia tengamos sobre la programación que por parte de los medios está respondiendo a la franja de horarios televisivos . En cuanto a su contenido, no es un programa cultural, ni que eduque a la sociedad, pero aun así transmite casos reales. Los ecuatorianos tienen un derecho constitucional a recibir información de interés general sin censura previa. Si el programa es nocivo deben verlo personas con criterio formado. Sensacionalista o no, es un programa que informa la realidad de una ciudad, pero si existe una ley y que estén de acuerdo o no con ella, es muy aparte, deben cumplir con los parámetros que exige.

El coordinador tiene una postura equilibrada, es decir no defiende ni al programa ni a la SUPERCOM, que ha sancionado al medio. Da a conocer la realidad de las dos entidades y a lo que debe sujetarse.

5. Medidor de Rating

El *rating* es medido por el People Meter, un medidor de la cantidad de personas que observan determinado programa televisivo, cuyos datos se los lleva al IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística), una multinacional de Brasil encargada de la medición de la audiencia en 13 países de Latinoamérica, incluido Ecuador. El mismo que tiene un control remoto en las familias, quienes identifican sus datos a través de un código, señalando el programa televisivo que están observando. Esto numéricamente se traduce en: si el porcentaje de 100.000 representa el 100% y un canal de televisión con su programación llega a 1000, esto representa 1 punto de *rating* y sucesivamente de esta forma son medidas cada escala de *rating*.

El programa “En Carne Propia”, con el reportaje “El negro hierba”, transmitido el 22 de marzo del 2011, de 20h00 a 22h00, tuvo 8.0 puntos de rating.

Puntos de rating del reportaje “El negro hierba”

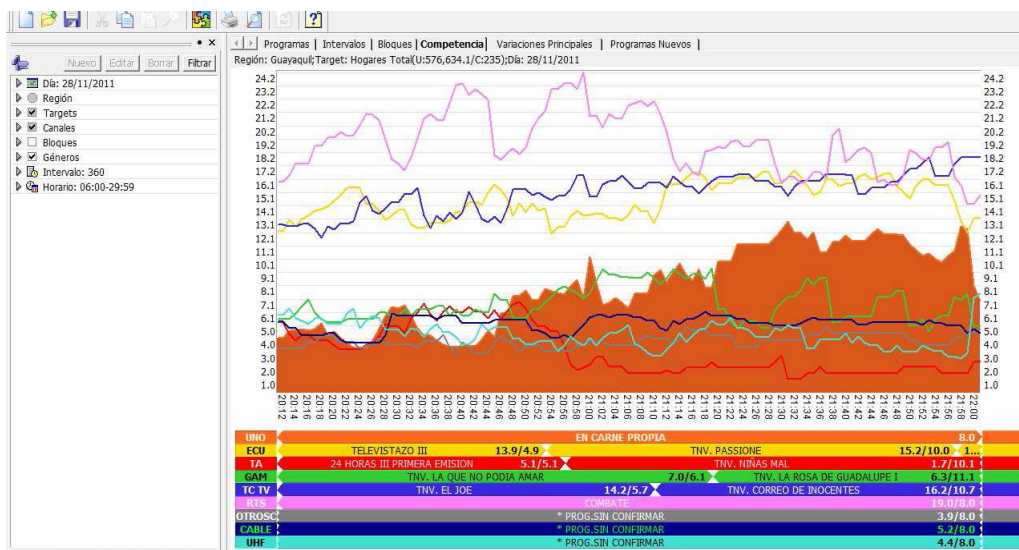


Figura 1. El programa “En Carne Propia”, con el reportaje “El negro hierba”, transmitido el 22 de marzo del 2011, de 20h00 a 22h00, tuvo 8.0 puntos de rating.

Fuente: <http://docplayer.es/3176695-Estudio-del-contenido-y-la-sintonia-de-los-programas-televisivos-en-carne-propia-sorprendente-y-ecuador-insolito.html>

Segundo cuadro de los resultados del medidor de rating

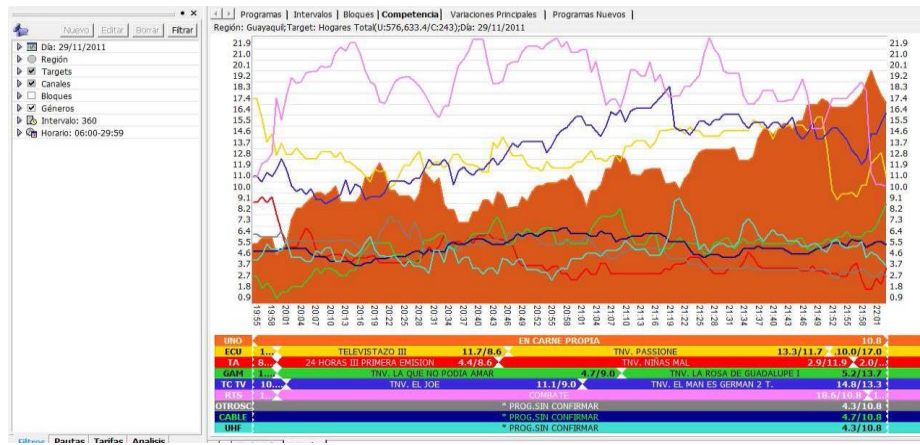


Figura 2. El viernes 2 de agosto del 2013, con el reportaje “La ex delincuente, la ex Chicago”, alcanzó un rating del 10.8

Fuente:<http://docplayer.es/3176695-Estudio-del-contenido-y-la-sintonia-de-los-programas-televisivos-en-carne-propia-sorprendente-y-ecuador-insolito.html>

Tercer cuadro de los resultados del medidor de rating

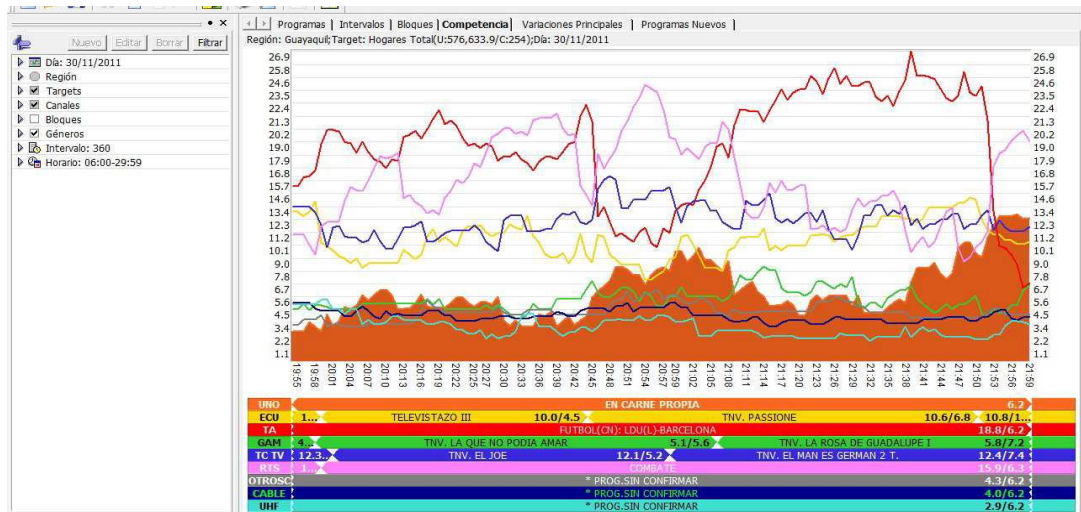


Figura 3 El 13 de octubre de 2014, el reportaje: “Niño drogadicto está fuera de control”, alcanzó el 6.2 de rating.

Fuente:<http://docplayer.es/3176695-Estudio-del-contenido-y-la-sintonia-de-los-programas-televisivos-en-carne-propia-sorprendente-y-ecuador-insolito.html>

Cuarto cuadro de los resultados del medidor de rating

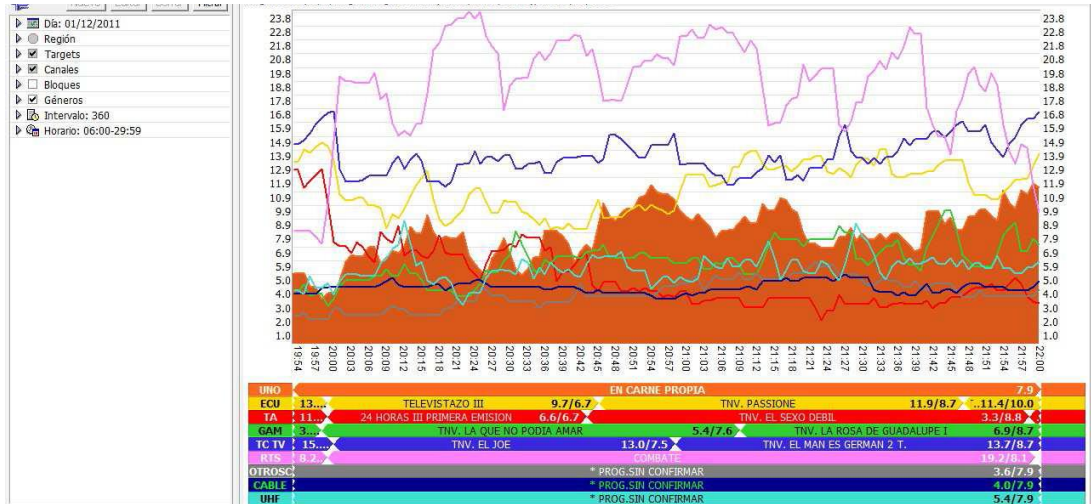


Figura4. El sábado 3 de enero de 2015 con el reportaje: “Familia vive colgada debajo de puente”, de 20h:00 a 22h:00, alcanzó un rating de 7.9.

Fuente:<http://docplayer.es/3176695-Estudio-del-contenido-y-la-sintonia-de-los-programas-televisivos-en-carne-propia-sorprendente-y-ecuador-insolito.html>

En sí podemos ver como el programa que más rating capto fue el de Ana Belén, con un rango de 10.8 puntos, que representa una cantidad alta dentro de la programación ecuatoriana. En los informes de la Ibope, el programa que más alto se ha mantenido ha sido Combate con 15 puntos de *rating*.

Por lo tanto “En Carne Propia”, maneja un rating alto en cuanto a su programación, debido a que se mantuvo en un rango casi similar de: 8.0, 7.9, 10.8, 6.2, altos puntos de *rating* en la sintonía ecuatoriana, lo que se traduce en mayores ingresos para el medio televisivo. Por lo tanto, se entiende el motivo para mantener este tipo de programación.

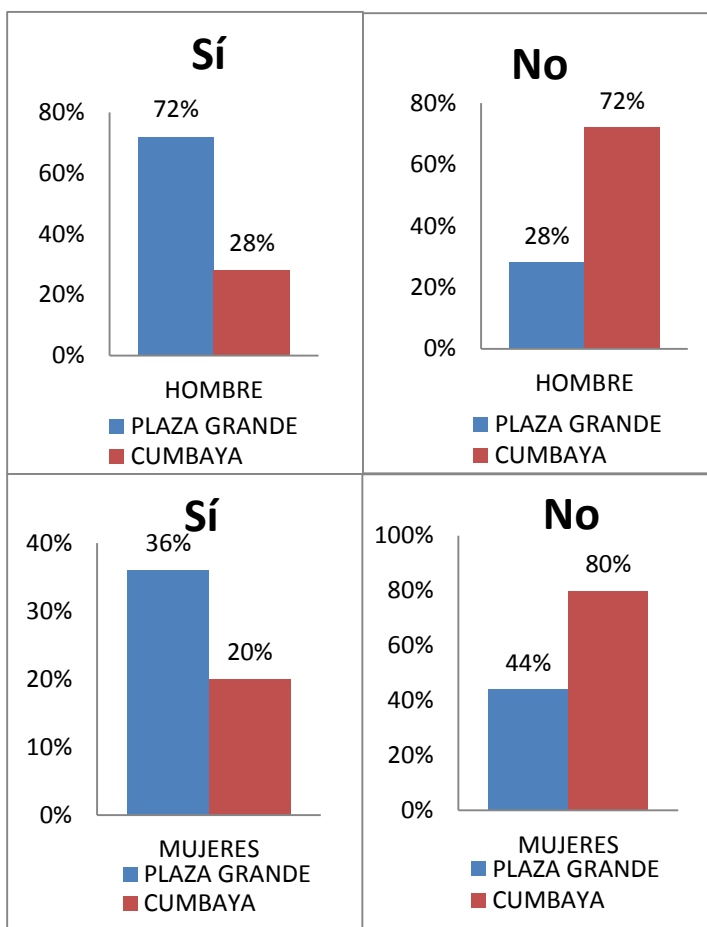
6. Encuestas

En la tercera fase de la investigación, que es netamente de carácter cuantitativa, se analizaron encuestas, con el fin de conocer si el público tiene acogida hacia este programa televisivo, sobre todo interesaba saber si influía de alguna manera sobre ellos y si era visto con gran frecuencia. Para establecer los resultados, se planteó un total de 10 preguntas, abiertas y cerradas, empelando también la escala de Likert. Se aplicaron 100 encuestas, realizadas en dos sectores muy conocidos de Quito, uno es la Plaza Grande y el otro fue Cumbayá.

La tabulación se la realizó en la plataforma informática de una hoja de cálculo Excel, por las ventajas que ofrece el software al momento de sistematizar datos y crear gráficos. De esta manera llegamos a los resultados definitivos de la investigación.

6.1 Resultados de la Tabulación

Tabla 1. Es de su agrado el contenido presentado en el programa “En Carne Propia”



Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito y Paseo San Francisco en Cumbayá.

Dentro del universo del 100% en el sector del centro de Quito, Plaza Grande, se aplicaron 50 encuestas: 25 a hombres y 25 a mujeres. El 72% de hombres indicaron que el contenido presentado en el programa “En Carne Propia” es de su agrado, por el contrario, el 28% indicó que no. Por otro lado, el 36% de mujeres indicó que el contenido del programa es de su agrado, mientras que el 44% dijo que no.

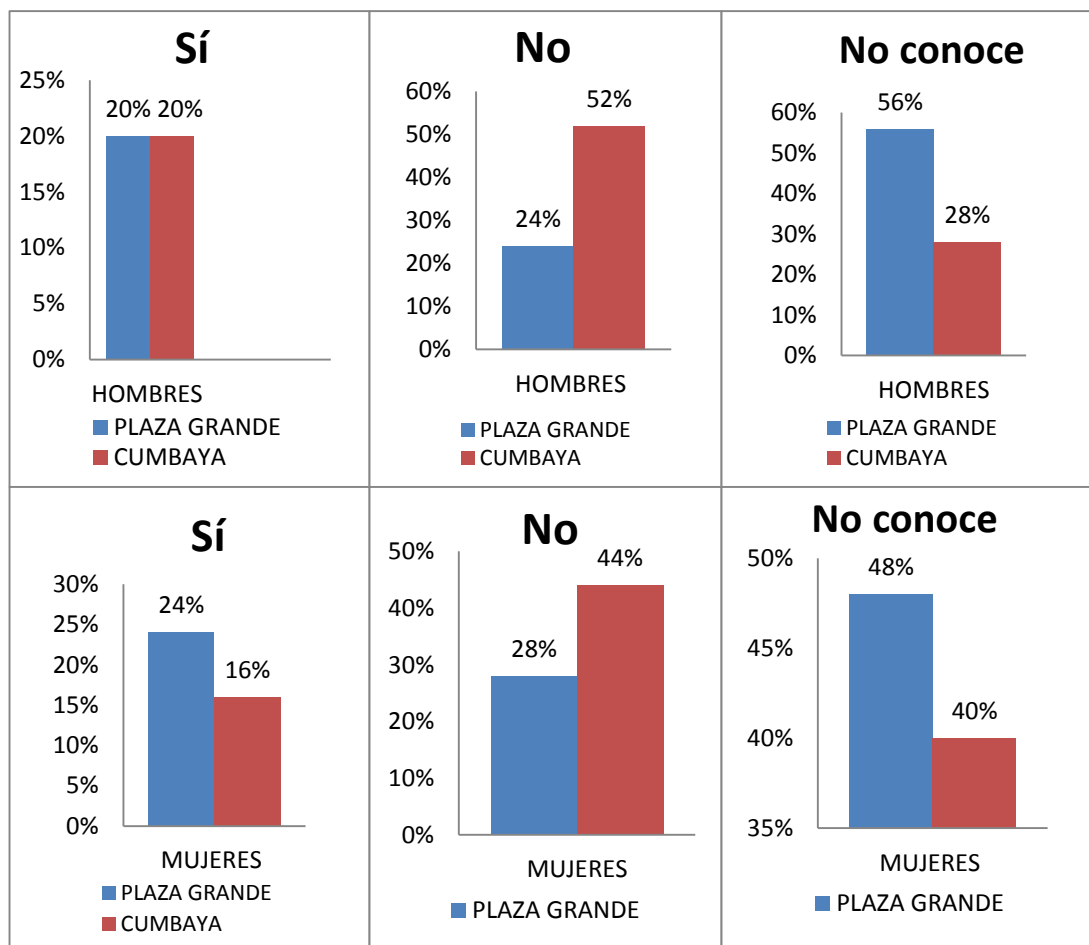
Se observa que los hombres tienen más gusto con el contenido del programa que las mujeres.

Dentro del universo del 100% en el sector de Cumbayá, en el centro comercial Paseo San Francisco, se aplicaron 50 encuestas: 25 a hombres y 25 a mujeres. El 28% de hombres indicaron que el contenido presentado en el programa “En Carne Propia es de su agrado, por el contrario, el 72% indicó que no. Por otro lado, el 20% de mujeres indicó que el contenido del programa es de su agrado, mientras que el 80% dijo que no.

Se observa que los hombres de la Plaza Grande pertenecientes a una clase media, tienen más gusto por el contenido del programa que las mujeres, situación contraria a la que presentan las personas de Cumbayá pertenecientes a una clase media alta.

Lo cual demuestra que el programa “En Carne Propia” tiene mayor preferencia tanto en hombres como mujeres de sectores populares.

Tabla 2. ¿Considera usted que “En Carne Propia” presenta un trabajo periodístico dentro de su programa?



Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito y Paseo San Francisco en Cumbayá.

El 20% de hombres aseguró que el programa se maneja bajo un trabajo periodístico, el 24% indicó que no y el 56% no conocía. Por otro lado, el 24% de mujeres indicaron que el programa si se maneja bajo un trabajo periodístico, el 28% dijo que no y el 48% no conocía.

En el Paseo San Francisco, el 20% de hombres aseguró que el programa se maneja bajo un trabajo periodístico, el 52% indicó que no y el 28% no conocía. Por otro lado, el 16%

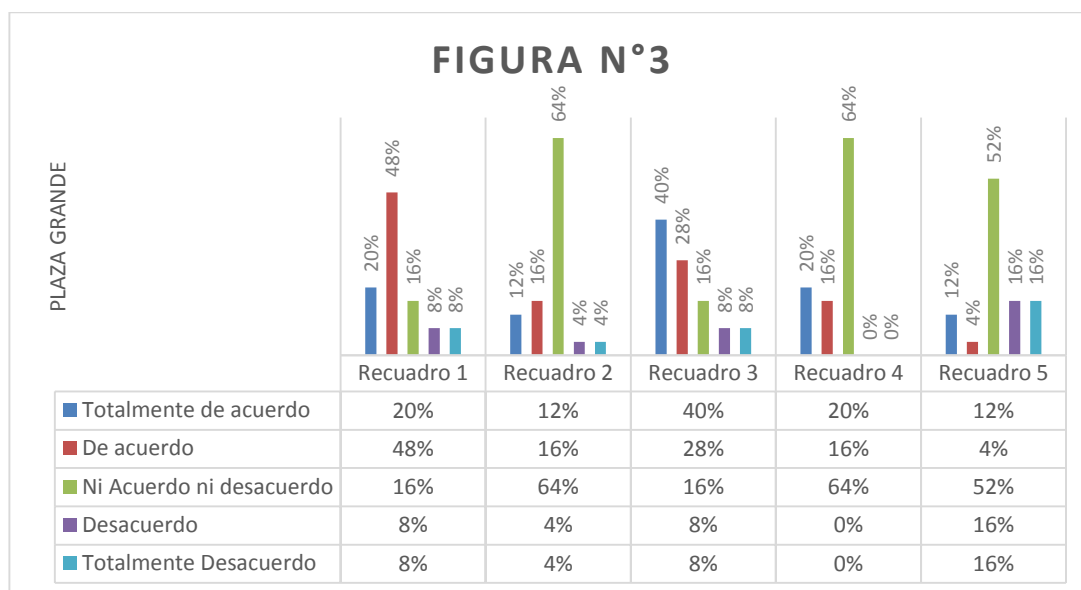
de mujeres indicaron que el programa si se maneja bajo un trabajo periodístico, el 44% dijo que no y el 40% no conocía.

Tanto en hombres como en mujeres del sector de la Plaza Grande, los porcentajes de desconocimiento en si el programa maneja un trabajo periodístico fue mucho mayor.

Mientras que en el sector de Cumbayá tanto hombres como en mujeres, los porcentajes de que el programa no maneja un trabajo periodístico fue mucho mayor.

Situación que demuestra que en este sector de clase media alta hay una respuesta más clara a la interrogante por lo tanto una posición categórica frente al programa.

Tabla 3. Señale con una X la utilidad que genera el programa “En Carne Propia” a la sociedad.



Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito.

En la Plaza Grande, con la pregunta de que si el programa presenta información de relevancia las respuestas fueron: el 20% estuvo totalmente de acuerdo, el 48% estuvo de

acuerdo, el 16% no estuvo ni de acuerdo ni desacuerdo, el 8% estuvo en desacuerdo y el 8% restante estuvo totalmente desacuerdo.

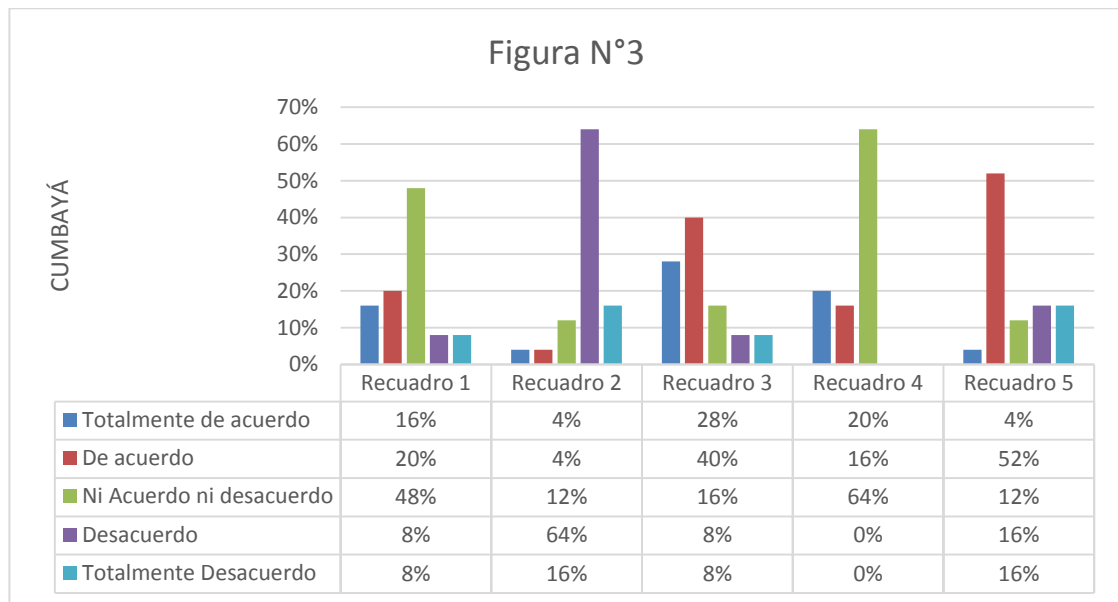
En la pregunta si es un programa educativo para la sociedad, las respuestas fueron: el 12% estuvo totalmente de acuerdo, el 16% estuvo de acuerdo, el 64% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 4% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 4%.

En la pregunta si el programa genera entretenimiento en los hogares: el 49% indico estar totalmente de acuerdo, el 28% estuvo de acuerdo, el 16% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 8% de acuerdo y totalmente en desacuerdo el 8%.

En la pregunta si es un programa que trata de burlarse de los problemas sociales de las personas, respondieron: el 20% estuvo totalmente de acuerdo, el 16% estuvo de acuerdo, el 64% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 0% no respondió y totalmente desacuerdo un 0% no respondió.

En la pregunta si el programa habla de la realidad de Ecuador, respondieron: el 12% estuvo totalmente de acuerdo, el 4% estuvo de acuerdo, el 52% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 16% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 16%.

Tabla 3. Señale con una X la utilidad que genera el programa “En Carne Propia” a la sociedad.



Nota: Resultados del Paseo San Francisco en Cumbayá.

Dentro de las preguntas si el programa presenta información de relevancia las respuestas fueron: el 16% estuvo totalmente de acuerdo, el 20% estuvo de acuerdo, el 48% no estuvo ni de acuerdo ni desacuerdo, el 8% estuvo en desacuerdo y el 8% restante estuvo totalmente desacuerdo.

En la pregunta si es un programa educativo para la sociedad, las respuestas fueron: el 4% estuvo totalmente de acuerdo, el 4% estuvo de acuerdo, el 12% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 64% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 16%.

En la pregunta si el programa genera entretenimiento en los hogares: el 28% indicó estar totalmente de acuerdo, el 40% estuvo de acuerdo, el 16% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 8% de acuerdo y totalmente en desacuerdo el 8%.

En la pregunta si es un programa que trata de burlarse de los problemas sociales de las personas, respondieron: el 20% estuvo totalmente de acuerdo, el 16% estuvo de acuerdo, el 64% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 0% no respondió y totalmente desacuerdo un 0% no respondió.

En la pregunta si el programa habla de la realidad de Ecuador, respondieron: el 4% estuvo totalmente de acuerdo, el 52% estuvo de acuerdo, el 12% no estuvo de acuerdo ni desacuerdo, el 16% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 16%.

Como se puede notar en los resultados sobre la relevancia de la información tanto la gente de la Plaza Grande como la de Cumbayá asumen en su mayoría que es relevante.

En relación a si el programa entretiene a los hogares de los sectores encuestados, ambos concuerdan que si les distrae.

En la pregunta anterior, los dos sectores encuestados no están claros si el programa constituye una burla.

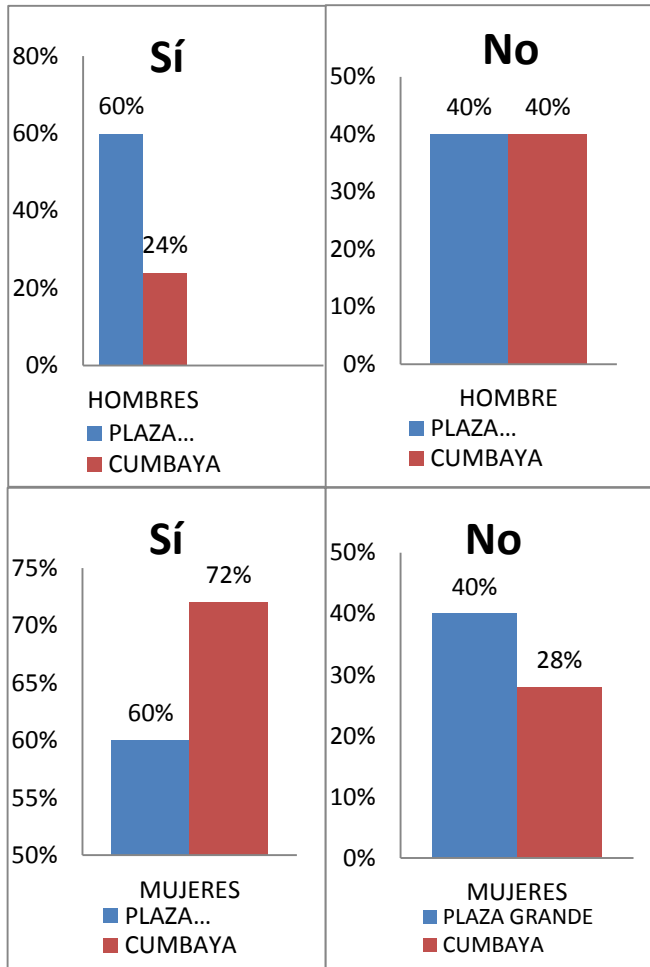
En cuanto al rol educativo del programa, la mayoría de las personas encuestadas en la Plaza Grande manifiestan incertidumbre en tanto, en Cumbayá expresan mayoritariamente un desacuerdo rotundo.

Finalmente, en referencia a si el programa muestra la realidad se presenta un contraste pues las personas de la Plaza Grande, expresan inseguridad; mientras que la gente de Cumbayá expresa un acuerdo mayoritario.

Como se puede notar los dos sectores encuestados coinciden en que el programa es relevante, les entretiene pero desconocen si constituye una burla, en cambio contrastan en cuanto a lo real y educativo del programa debido a que para la gente de la Plaza

Grande no están claros si educa y es real; mientras que para Cumbayá es real pero no educa.

Tabla 4. ¿Considera usted que “En Carne Propia” genera influencias en el criterio de las personas en su diario vivir? ¿Por qué?



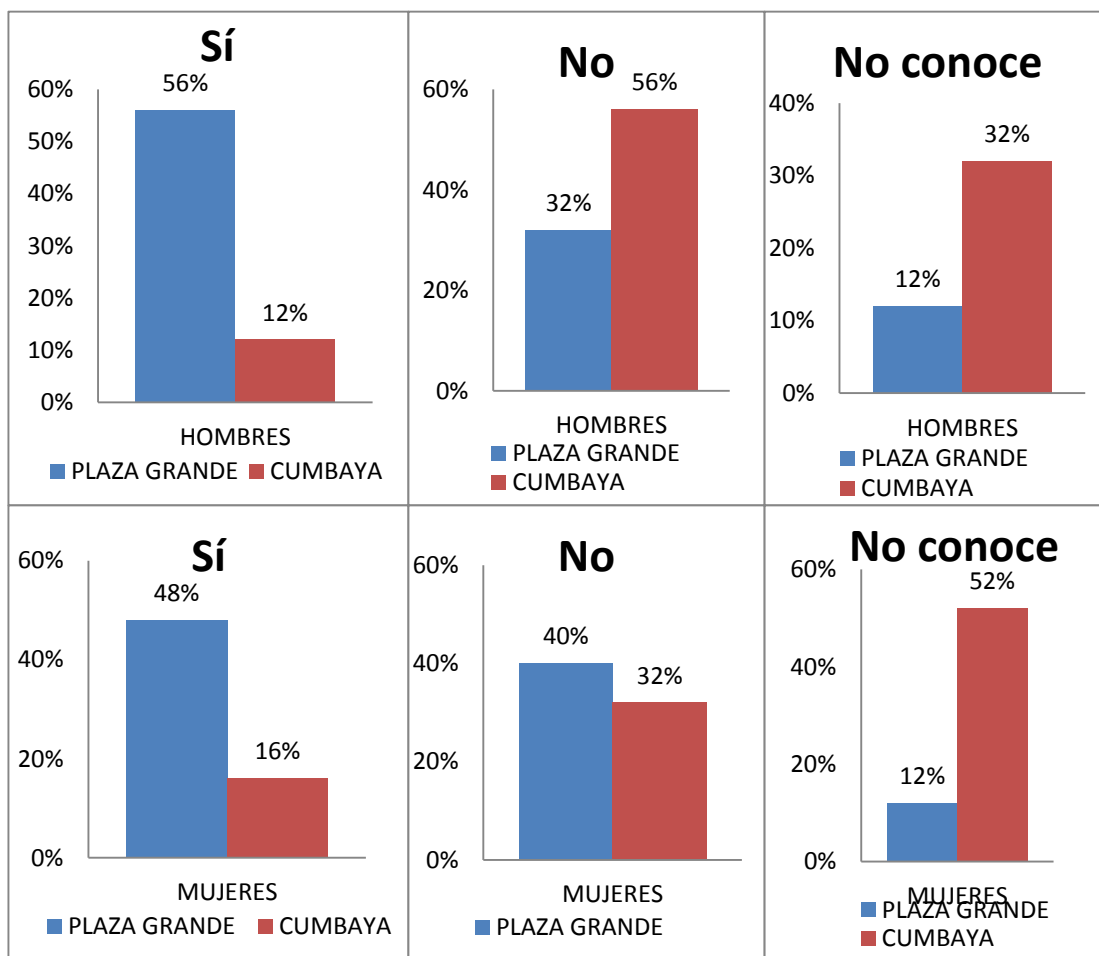
Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito y Paseo San Francisco en Cumbayá.

En la Plaza Grande el 60% de hombres, respondieron que el programa si genera influencia en el criterio de las personas, el 40% respondió que no generaba ningún tipo de influencia. Mientras que las mujeres, el 60% respondió que sí, y el 40% dijo que no.

En el Paseo San Francisco, el 24% de los hombres respondieron que el programa si genera influencia en el criterio de las personas, el 40% respondieron que no generaba ningún tipo de influencia. Mientras que las mujeres, el 72% respondió que sí, y el 28% dijo que no.

Como se puede observar en cuanto a la influencia que tiene el programa en las personas, la gente de la Plaza Grande lo reconoce; mientras que en Cumbayá los hombres dicen que no, en tanto que las mujeres si asumen de forma mayoritaria su persuasión.

Tabla 5. ¿Considera usted que en el programa “¿En Carne Propia”, se utiliza en lenguaje adecuado para televisión?



Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito y Paseo San Francisco en Cumbayá.

En la Plaza Grande, el 56% de los hombres indicó que el programa si utiliza un lenguaje adecuado para la televisión, el 32% indicó que no y el 12% indicó que no conocía. Por otro lado, en el caso de las mujeres, el 48% afirmo que el programa si utiliza un lenguaje adecuado, el 40% dijo que no y el 12% no conocía.

En el Paseo San Francisco, el 12% de los hombres indicó que el programa si utiliza un lenguaje adecuado para la televisión, el 56% indicó que no y el 32% indicó que no conocía. Por otro lado, en el caso de las mujeres, el 16% afirmó que el programa si utiliza un lenguaje adecuado, el 32% dijo que no y el 52% no conocía.

Como se puede notar la gente encuestada en la Plaza Grande, tanto hombres como mujeres afirman que el lenguaje utilizado en el programa es adecuado, mientras que en Cumbayá los hombres dicen que no, en tanto las mujeres expresan incertidumbre.

6. ¿Qué otros contenidos le gustaría que se transmitiera en el programa “En Carne Propia”?

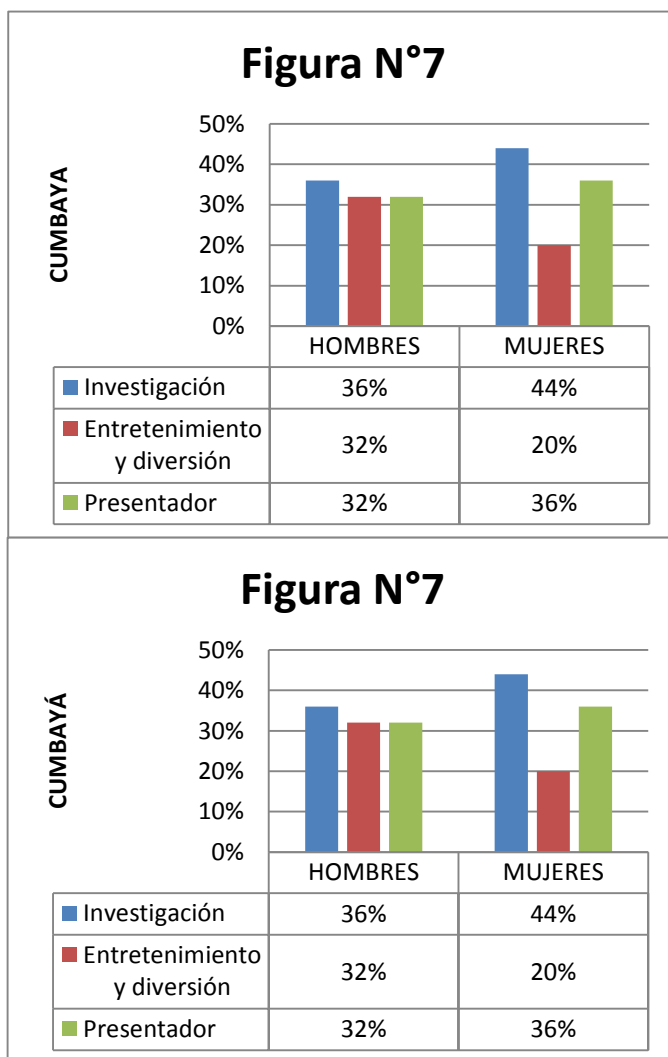
Tanto hombres como mujeres llegaron a una respuesta unánime de que el programa no necesita otro contenido, pues está completo ya con todo lo que maneja.

Tanto hombres como mujeres manifestaron que les gustaría que el contenido vaya más encaminado a la noticia.

Si bien es cierto no existen contradicciones entre las opiniones de los dos sectores encuestados, los criterios no son complementarios.

Tabla 6. ¿Qué considera que le hace falta al programa?

- a) más investigación
- b) más entretenimiento y diversión
- c) otro presentador
- d) el programa no necesita nada más



Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito y Paseo San Francisco en Cumbayá.

En la Plaza Grande, el 20% de hombres indicó que el programa necesita más investigación, el 28% indicó que le hace falta más entretenimiento y diversión, el 16% dijo otro presentador y el 26% indicó que el programa no necesita nada más.

Por otro lado, las mujeres indicaron en un 16% que el programa necesita más investigación, el 20% indicó más entretenimiento y diversión, el 20% dijo que necesita otro presentador y finalmente el 44% dijo que al programa no le hace falta nada.

En el Paseo de San Francisco, el 36% de hombres indicó que el programa necesita más investigación, el 32% indicó que le hace falta más entretenimiento y diversión, el 16% dijo otro presentador.

Por otro lado, las mujeres indicaron en un 44% que el programa necesita más investigación, el 20% indicó más entretenimiento y diversión, el 36% dijo que necesita otro presentador.

En cuanto al posible mejoramiento del programa los sectores encuestados discrepan debido a que para la gente del sector de la Plaza Grande no hay nada que hacer mientras que para Cumbayá se necesita mejorar la investigación.

8. ¿Qué opina usted del presentador del programa José Delgado?

En la Plaza Grande, tanto hombres como mujeres manifestaron en su mayoría que José Delgado se preocupa por la sociedad y da a conocer sus problemas, un número menor de personas no respondieron.

En el Paseo San Francisco, hombres y mujeres llegaron por unanimidad en sus respuestas e indicaron que al presentador le hace falta más preparación periodística.

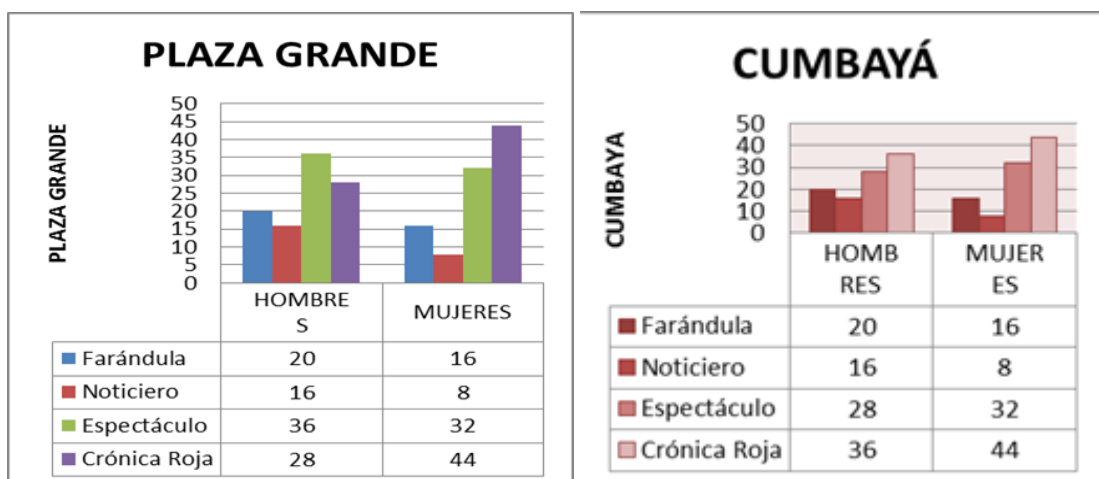
9. ¿Es de su agrado los programas vertidos en la televisión ecuatoriana?

En la Plaza Grande, tanto hombres como mujeres manifestaron que lo que más miraban en televisión es: noticieros y telenovelas y que era de su agrado lo presentado, pero sin embargo los contenidos podrían mejorar.

En el Paseo San Francisco, hombres y mujeres en su mayoría manifestaron que no miran televisión y que prefieren navegar en internet y muy pocos indicaron que se debe dejar de copiar a otros programas de diferentes países y más bien transmitir programas autóctonos.

Tabla 7. Escoja, bajo que estándar periodístico se maneja el programa “En Carne Propia”

- a) Farándula
- b) Noticiero
- c) Espectáculo
- d) Crónica Roja



Nota: Resultados de la Plaza Grande, en el centro de Quito y Paseo San Francisco en Cumbayá.

El 20% de hombres indicó que el programa se maneja bajo el formato de farándula, el 16% dijo que, bajo un formato de noticiero, el 36% dijo que es espectáculo y el 28% mencionó que es crónica roja. Mientras que, en las mujeres, el 16% indicó que es farándula, el 8% dijo que es noticiero, el 32% indicó que es espectáculo y finalmente el 44% indicó que es crónica roja.

El 20% e hombres indicó que le programa se maneja bajo el formato de farándula, el 16% dijo que, bajo un formato de noticiero, el 28% dijo que es espectáculo y el 36% mencionó que es crónica roja. Mientras que, en las mujeres, el 16% indicó que es farándula, el 8% dijo que es noticiero, el 32% indicó que es espectáculo y finalmente el 44% indicó que es crónica roja.

Se puede notar claramente en cuanto al formato del programa que en la Plaza Grande para los hombres se trata de un espectáculo para las mujeres es crónica roja, entre tanto que la gente del sector de Cumbayá lo asume como crónica roja.

Conclusiones

Entre las conclusiones que se generan dentro de la presente investigación se puede manifestar que los contenidos de los programas revisados se caracterizan por exagerar la realidad, tratándose de temas como la violencia, muerte, drogadicción, delincuencia, extrema pobreza con una tremenda carga de morbo, temores que a la vez definen al programa “En Carne Propia” como un programa sensacionalista de la televisión ecuatoriana. Precisamente son estos contenidos sensacionalistas que definen al programa como encargado de informar a la audiencia sobre los problemas sociales acontecidos en la ciudad de Guayaquil.

El programa, busca construir ciertos contenidos informativos que tratan de ajustarse al esquema de reportaje, pero sin duda hay una exacerbación de los hechos pues se los podría manejar de forma distinta, es decir de manera más responsable para con la audiencia. Esos hechos que se nos proyecta a través de la señal de canal uno, se los debe manejar de otra forma, para que no generen comentarios distorsionados, debido a que existe un desborde del manejo de información.

A través de toda la información recopilada en esta investigación, se puede apreciar que el tema del sensacionalismo afecta directamente a la audiencia ecuatoriana, debido a que programas como “En Carne Propia” distorsionan la realidad, en torno a la convivencia armónica de la familia y comunidad, de quienes son protagonistas de estos reportajes, e incluso de los propios televidentes. La incitación de la violencia es muy característica en

cada programa analizado, sin ningún tipo de censura y un manejo de la información no propicio.

El lenguaje empleado por el presentador es peyorativo para con las personas reportajes, es decir recae en lo soez al ser empleado en un medio televisivo; del mismo modo, los protagonistas de los reportajes emplean un lenguaje popular muy utilizado en las zonas urbanas de Guayaquil e incluso mencionan palabras soeces que necesitan ser silenciadas acorde se estipula en la LOC. Esto sin duda pone referentes en los televidentes, obteniendo una reacción de rechazo por parte de quien lo mira, al tiempo que se incita al racismo, la burla e incluso a que sean marginados.

Tanto la incitación a la violencia, el uso de un lenguaje soez, la evasión de la identificación de los protagonistas y el manejo morboso de los casos tratados por el programa “En Carne Propia” violan la Ley Orgánica de Comunicación.

Es impresionante también ver como en varios testimonios, dados por los protagonistas de los reportajes, ante la necesidad que tienen y los problemas que enfrentan, prefieren dar parte a José Delgado, antes que, a las autoridades a cargo, por la confianza y seguridad que sienten que el programa “En Carne Propia” les ayuda a solucionar sus problemas.

Es así que la transmisión del programa tiene una gran aceptación por parte de la audiencia, mostrado en los datos del *rating*, debido a que de los programas analizados se mantuvieron en: 8.0, 10.8, 7.9, 6.2, que representa un rango alto dentro de la

programación ecuatoriana. Tan solo superado según datos de la Ibope, el programa que ha mantenido con el rango más alto de rating ha sido “Combate” (programa de entretenimiento, transmitido en emisión estelar por RTS), con 15 puntos. Por lo tanto “En Carne Propia”, maneja un rating alto, en cuanto a su programación.

El *rating*, es un recurso que los medios de comunicación televisivos han optado para ganar audiencia. Es una lógica que funciona en los medios privados, con el propósito fundamental de tener mayor audiencia, mayores réditos económicos; tener la posibilidad de ofrecer un espacio que tenga audiencia masiva y que implique la posibilidad de que en ese espacio se pueda pautar publicidad, representando esto un beneficio para el canal por los réditos económicos que recibe por el espacio del programa y su contenido.

A pesar de que no haya una valoración justa de qué tipo de contenidos se está ofreciendo a la audiencia o a la sociedad; es decir no existe un análisis de saber si son contenidos que puedan aportar a construir una mejor sociedad, una opinión pública sobre ciertos hechos, o simplemente se está alimentando audiencias como si fueran caníbales de la información que buscan y demandan este tipo de información y se han acostumbrado a eso y es un error porque estos contenidos no se ajustan a las necesidades reales de la sociedad, sin generar contenidos mucho más enriquecedores.

En lo que corresponde a los resultados de las encuestas realizadas en dos sectores, que fueron: la Plaza Grande y el Paseo San Francisco en Cumbayá, los resultados de las encuestas evidencian que existe un contraste en los grupos sociales consultados.

Por un lado, en la Plaza Grande las personas indicaron tener mayor aceptación por el programa “En Carne Propia”, manifestando que estaban a gusto con la programación vertida, de la misma forma con el presentador, indicando que es una persona que realiza bien su trabajo pues se preocupa por el bienestar de las personas de Guayaquil y da a conocer la situación muchas veces inhumana en la que viven. Básicamente al programa no le hace falta nada.

Por otro lado, en el Paseo San Francisco en Cumbayá, las personas no estuvieron de acuerdo con la programación vertida en el programa “En Carne Propia”, no era de su gusto dijeron pues empezando con el presentador no maneja un lenguaje apropiado para televisión, consideran que el contenido es violento para la audiencia y de ninguna forma contribuye a educar a la audiencia, solo se manejan bajo un estándar sensacionalista. En este sector, no es mirado el programa con gran frecuencia, debido a que prefieren la plataforma de internet a la televisión. Aun así consideran que la programación debe salir del aire.

Lo cual refleja que el programa “En Carne Propia”, de contenido sensacionalista tiene mayor aceptación en grupos sociales de clase baja, lo cual explica su gran rating dado que estos sectores son más numerosos.

El programa goza de aceptación es cierto, pero la audiencia también debe ser responsable de lo que elige ver en televisión, deben ser conscientes que los contenidos mostrados, no se están manejando de la mejor forma y que los problemas sociales y adicciones de otras personas, en necesidad de ayuda, no debe ser el morbo ni la burla de

nadie. Se debe mostrar la verdad de la situación de un país si, pero no se debe lucrar de eso, la información debe ir enfocada a otro tipo de investigación respetando los derechos de las personas y acatando lo que la Ley Orgánica de Comunicación indica.

Referencias

- Armentia, J., & Caminos, J. (2003). *Fundamentos del periodismo impreso*. España: Edición Ilustrada.
- Barbero, J. (2002). *Oficio de Catógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México D. F., México: Fondo de Cultura Económica Chile S.A.
- Berlanga, I. (2007). Programas divulgativos y periodismo de misterio ¿telebasura o rigor informativo? *Revista Científica de Educomunicación ISSN*.
- Bueno, G. (23 de febrero de 2002). *Televisión basura*. Recuperado el 14 de febrero de 2016, de <http://www.fgbueno.es/hem/2002b23.htm>
- Cevallos, F. (8 de octubre de 2015). El sensacionalismo del programa "En Carne Propia". (B. Cisneros, Entrevistador) Ecuador Tv. Quito.
- Consejo Episcopal Latinoamericano. (8 de noviembre de 1988). *Sensacionalismo*. Recuperado el 10 de abril de 2016, de <http://rediblioucacue.com/opac/css/index.php?lvl=coll see&id=1546>
- Elórtegui, C. (2009). *Populismos latinoamericanos y comunicación*. Bellatera.
- García, W. (2015). *Estudio del contenido y la sintonía del programa "En Carne Propia" transmitido en señal abierta en sectores urbanos de Guayaquil, para la creación de una veeduría universitaria por el cumplimiento de la ley de Comunicación. (Tesis inédita de licenciatura)*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

- Hernández, C. (7 de enero de 2016). Las sanciones que existen en el programa "En Carne Propia" y sus motivos. (B. Cisneros, Entrevistador) Quito, Pichincha, Ecuador: SECOM.
- Imbert, G. (1995). *La prensa frente al desorden: representación de la violencia y violencia de la representación en los medios de comunicación*. Lima, Perú: Versiones de Mundo.
- Ley Orgánica de Comunicación. (25 de junio de 2013). *Prevalencia en la difusión de contenidos*. Recuperado el 24 de marzo de 2015, de http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- López, R. (03 de noviembre de 2015). El sensacionalismo en el programa "En Carne Propia". (B. Cisneros, Entrevistador) Canal Uno. Quito.
- Pedroso, R. (1994). *Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista*. Guadalajara, México: Comunicación y Sociedad Guadalajara. Num. 21.
- Pontón, J. (2008). *Crónica roja en los medios de comunicación ecuatorianos: ¿un problema de seguridad ciudadana?* Quito, Pichincha, Ecuador: FLACSOANDES.
- Redondo, M. (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. España: Valladolid.
- Siloé, M. (2005). *Lucha por la audiencia: televisión basura/educación basura*. España: Grupo Comunicar Huelva nº 25.
- Sousa, J. (1981). *Diccionario General del Periodismo*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Torrigo, E. (3 de agosto de 2008). *Sensacionalismo*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>

Universidad de Monterrey. (2007). *La Prensa Sensacionalista: Libertad de expresión.*

Sólo al servicio de los terratenientes. México: UDEM.

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso.* España: Paidós.