

# INTENDENCIA GENERAL TÉCNICA



## **INFORME DE GESTIÓN SEPTIEMBRE 2018**

INTENDENCIA NACIONAL DE VIGILANCIA, MONITOREO Y ANÁLISIS DE  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INTENDENCIA NACIONAL DE AUDITORÍA TÉCNICA Y FISCALIZACIÓN  
COMUNICACIONAL

## **SEPTIEMBRE, 2018**

### **1) CONVENIOS INTERINSTITUCIONALES.-**

#### **2.1) UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR.-**

La nueva metodología de vigilancia y monitoreo de medios de comunicación tiene como objetivo realizar una medición en tiempo, espacio y contenido completamente objetiva, equitativa y sistemática de los contenidos mediáticos con referencia al desarrollo de los derechos de la comunicación y su relación con la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento. Para cumplir con el objetivo planteado se determinó la necesidad de contar con el apoyo de la academia para la construcción de la metodología adecuada.

Una vez realizado el análisis de las universidades que, de acuerdo a sus áreas de estudios, pudieran apoyar el levantamiento de este tipo de metodología, se verificó que la Universidad Andina Simón Bolívar es actualmente la única institución de nivel superior, que tiene un programa de posgrado en Comunicación con mención en Estudios de Recepción Mediática cuya especialización y énfasis está en el desarrollo de metodologías para la medición de contenidos de medios de comunicación.

Con este antecedente, y con aprobación de la máxima autoridad de la institución, el 07 de septiembre de 2018 se procedió a firmar una Carta de Intención conjuntamente con la Directora del Área de Comunicación para posterior firma del respectivo convenio, que se encuentra en proceso, y cuyos objetivos son:

Generación de estudios cualitativos y cuantitativos acerca de los contenidos mediáticos en el Ecuador;

Desarrollar una metodología equitativa y transparente que apoye la planificación, gestión y seguimiento para la vigilancia, monitoreo y análisis de medios de comunicación;

Recabar información estadística de contenidos mediáticos; y,

Realizar estudios de recepción mediática y análisis de contenido.

## 2) INTENDENCIA NACIONAL DE VIGILANCIA, MONITOREO Y ANÁLISIS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.-

### 3.1) METODOLOGÍA DE MONITOREO:

- Una vez realizado el diagnóstico de la forma de monitoreo y vigilancia que se aplicaba a los medios de comunicación, tanto a nivel de matriz como en Intendencias Zonales, mismo que se detalló en los informes preliminares presentados al doctor Edison Toro Calderón, Superintendente de la Información y Comunicación (E), con su autorización, se procedió a desarrollar una metodología y protocolo de análisis comprobados, mediante la revisión de la literatura científica más actualizada y comprobada en su efectividad de aplicación en lo relativo al análisis de contenido y técnicas de investigación social, así como a estudios y manuales de periodismo, con la finalidad de determinar de mejor manera los criterios de medición y evaluación en concordancia con el cuerpo legal vigente en el Ecuador, con el objetivo de realizar una medición en tiempo, espacio y contenido completamente objetiva, equitativa y sistemática de los contenidos mediáticos con referencia al desarrollo de los derechos de la comunicación y su relación con la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento.
- Conjuntamente con la Dirección de Tecnologías de la institución se diseñó un sistema informático adecuado a las nuevas necesidades de análisis y en concordancia con la plantilla de protocolo de análisis, que permita recopilar la información que levantan los analistas en su quehacer diario, y de esta forma tener reportes con indicadores que permitan conocer el comportamiento integral de los medios de comunicación, en concordancia con los estándares internacionales de derechos fundamentales y la normativa vigente, desde un análisis imparcial y equitativo. Adicionalmente, este nuevo sistema aportará para que por primera vez en la historia de la institución se cuente con una base de datos con las parrillas de programación de los medios de comunicación a nivel nacional.

### **3.2) PROCESOS DE CAPACITACIÓN.-**

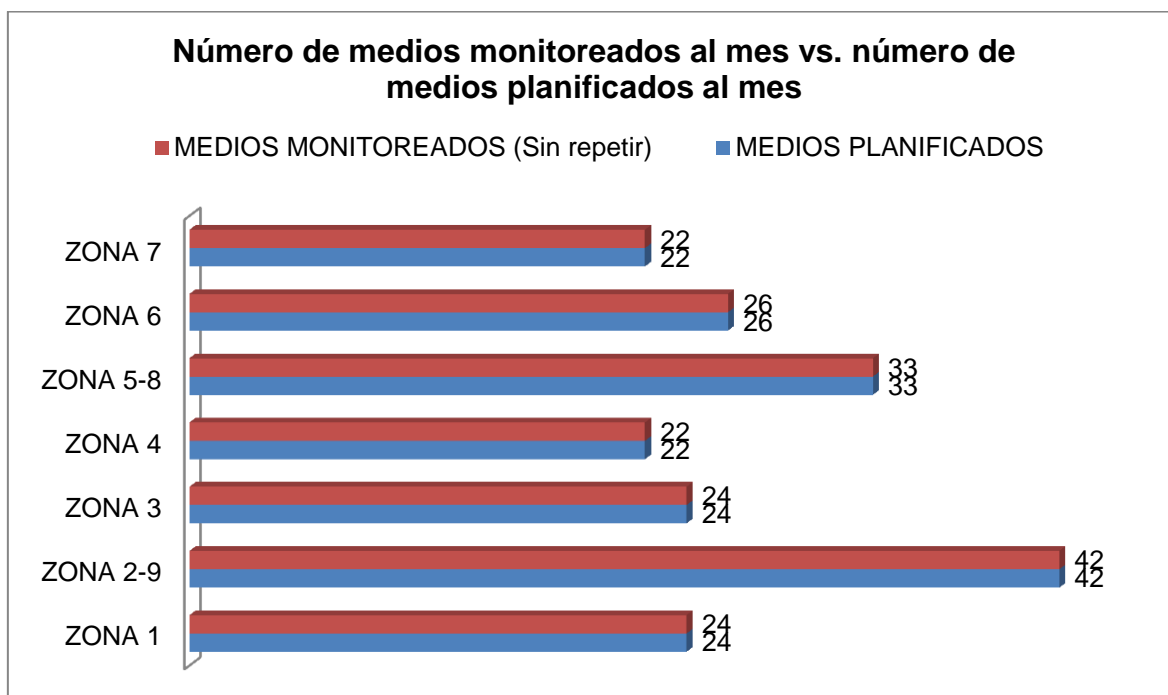
Una vez que la nueva metodología fue estructurada, aprobada y socializada, el 5 de septiembre de 2018 se realizó una capacitación con los equipos nacionales de Vigilancia y Monitoreo, impartida por catedráticos de la Universidad Andina Simón Bolívar, en la cual se explicaron los beneficios de contar con procesos de monitoreo equitativos y transversales; asimismo, se explicaron los resultados de análisis que pueden conseguirse al implementar la metodología así como los productos comunicacionales con relación al tipo de contenidos que los medios de comunicación difunden a la ciudadanía.

NOTA: Incluir Fotos de la Jornada de capacitación a analistas, a nivel nacional

### **IMPLEMENTACIÓN.-**

- El 17 de septiembre de 2018 arrancó la implementación de la nueva metodología de monitoreo con una primera semana de planificación a manera de plan piloto, lo que permitió solventar las dudas propias de un nuevo sistema, así como ajustar el sistema digital a los requerimientos técnicos de análisis.
- Asimismo, se envió a las Direcciones de Vigilancia y Monitoreo el documento modelo para la solicitud de programación a los medios de comunicación, con el fin de unificar los criterios comunicacionales.
- La segunda semana de análisis, comprendida del 24 al 30 de septiembre, tuvo como soporte la digitalización de los reportes.

Los resultados macro son los siguientes:



Gráfica No. 1

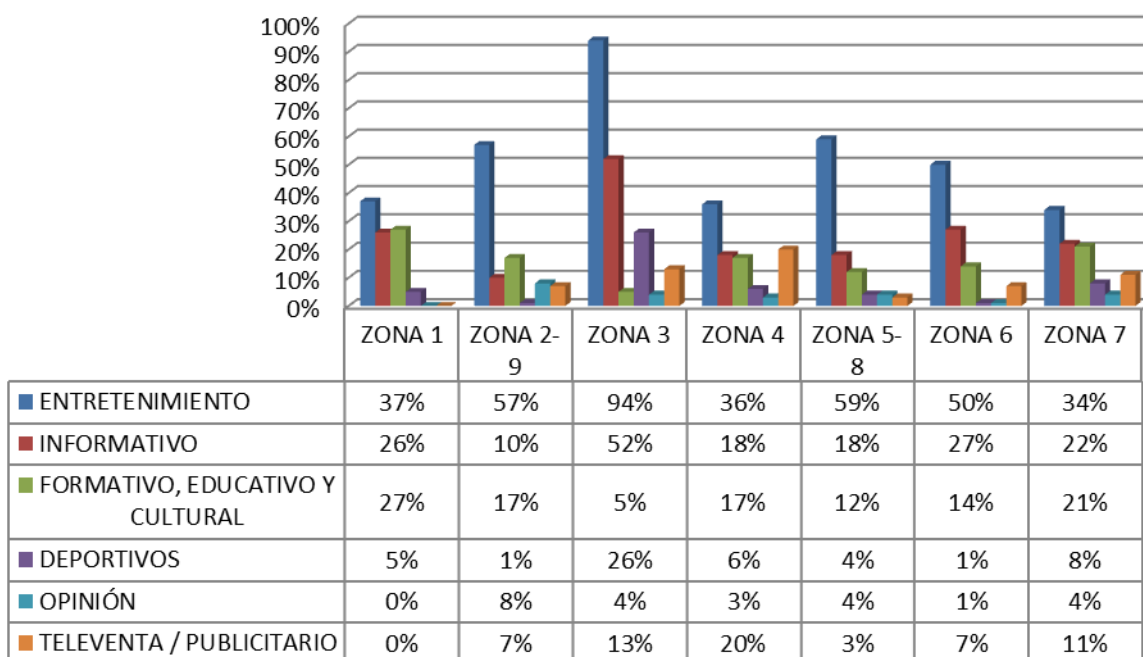
La planificación mensual responde a la metodología de “semana compuesta” que permite tener una visión integral del comportamiento de los medios de comunicación.

En total se monitorearon 193 medios de comunicación entre radio, televisión e impresos a nivel nacional, en franjas A y B. La segunda fase del proyecto, que inicia en enero 2019, contemplará también la franja C.

## CONTENIDOS DIFUNDIDOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**TELEVISIÓN.-** De acuerdo al monitoreo realizado en el mes de septiembre 2018, se presentan los siguientes tipos de contenido en los medios de comunicación televisivos:

**Porcentaje de distribución de contenidos televisivos según clasificación**

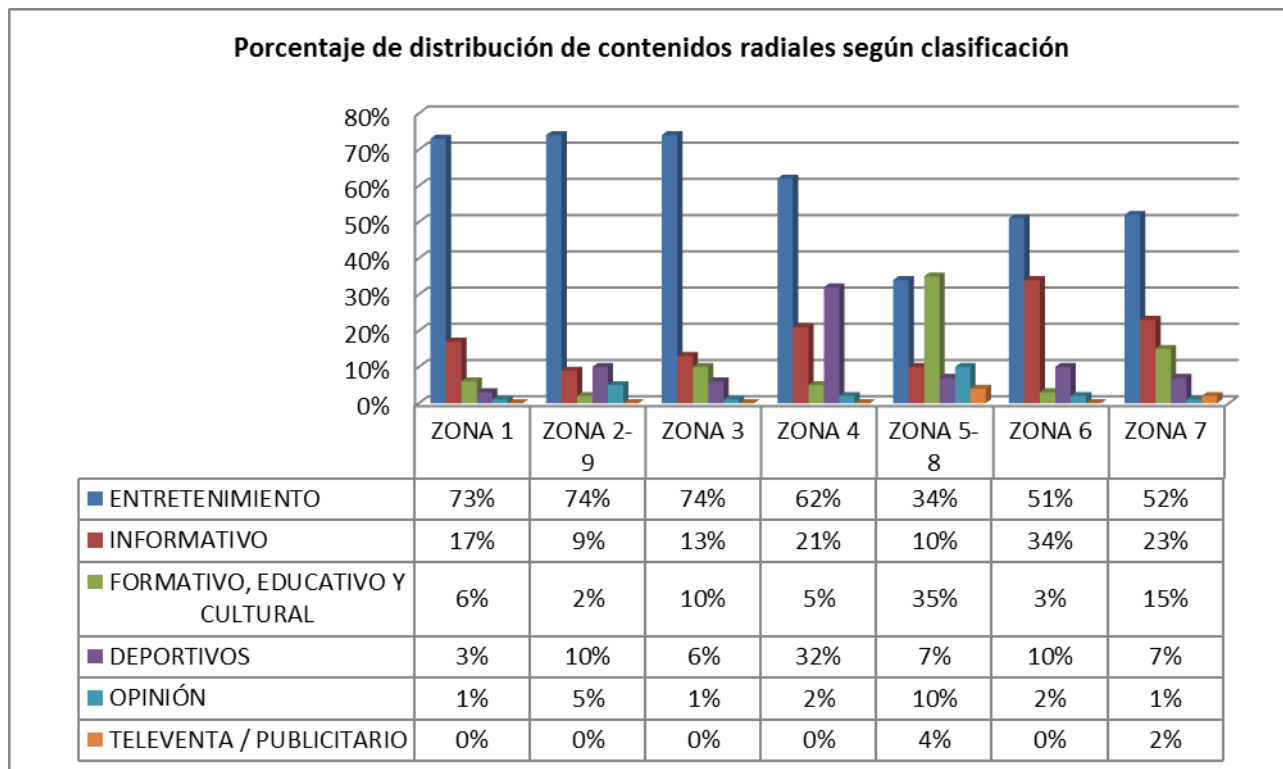


A nivel nacional, los porcentajes más altos de clasificación de contenidos son: en primer lugar los de Entretenimiento (entendido por programas de series, películas, telenovelas, reality shows, musicales, etc.), en segundo lugar se encuentran los contenidos de tipo Informativo (noticieros), y en tercer lugar los contenidos de tipo Formativo, Educativo y Cultural (en esta franja se evidencia presencia de contenido intercultural).

En la zona 3 (Cotopaxi, Chimborazo y Pastaza) y la zona 4 (Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas) presentan un porcentaje considerable los contenidos de Televenta / Publicitarios.

En la zona 4 se registra predominio de novelas y series internacionales, como: Walker Ranger de Texas, Bonanza y El gran Chaparral, El Auto Fantástico y Daniel Boone, todas producciones americanas que recrean la lucha entre el bien y el mal. En este sentido, se evidencia la prevalencia de programas televisivos extranjeros que tiene más de 15 años difundiéndose en televisión nacional.

**RADIO.-** De acuerdo al monitoreo realizado en el mes de septiembre 2018, se presentan los siguientes tipos de contenido en los medios de comunicación radiales:



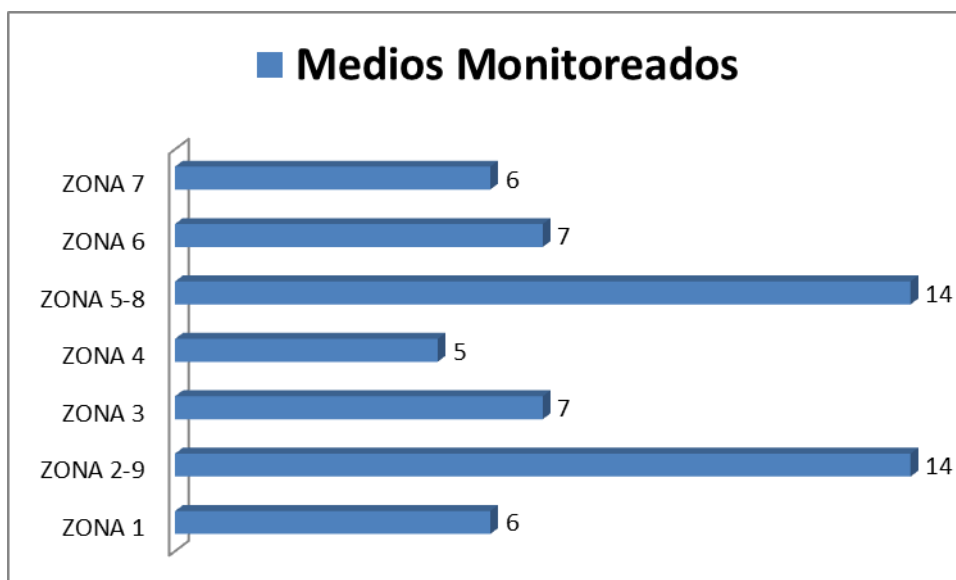
Al igual que en los medios televisivos, los medios radiales tiene un alto porcentaje en contenidos con clasificación de Entretenimiento (los musicales predominan), seguidos por programas de clasificación Informativo (noticieros), a excepción de la zona 5-8 (Guayas, Los Ríos, Santa Elena, Galápagos y Bolívar) donde los programas de clasificación Formativo, Educativo y Cultural lideran la tabla, seguidos por los programas de clasificación Entretenimiento.

En la zona 4 (Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas) los programas con clasificación Deportivos están en segundo lugar, a diferencia del comportamiento del resto de zonas.

**IMPRESOS.-** Los medios impresos son monitoreados en base a temáticas, a diferencia de los medios televisivos y radiales que son medidos en base a clasificación de contenidos.

Las temáticas son:

- Política y actualidad;
- Economía y negocios;
- Sucesos y crónica roja;
- Deportes;
- Arte, cultura y entretenimiento;
- Educación, ciencia y tecnología.



De acuerdo al monitoreo realizado en el mes de septiembre 2018, se presentan los siguientes tipos de contenido en los medios de comunicación impresos:

ZONAS	CONCLUSIONES
ZONA 1	Adecuado manejo del trabajo periodístico en las publicaciones de sus notas, en las distintas temáticas de análisis. Tendencia de los medios por publicar noticias interculturales como parte de lo observado.
ZONA 2-9	Los medios impresos incluyen dentro de sus publicaciones suplementos educativos para niños y adolescentes, así como suplementos de cultura y deportes.
ZONA 3	Se evidenció un trabajo periodístico de contrastación de fuentes, precisión, contextualización y un adecuado tratamiento de los asuntos judiciales.
ZONA 4	En términos generales no se registraron novedades en las categorías analizadas.



<b>ZONA 5-8</b>	En los medios monitoreados mayormente se difunden noticias de interés local, seguidas de las notas políticas de interés nacional e internacional. En cuanto al trabajo periodístico, estos se cumplen con la contextualización y contrastación de la información emitida.
<b>ZONA 6</b>	Los contenidos de política y actualidad son los que ocupan mayor espacio en cada las ediciones diarias y semanales. Los diarios tienen una tendencia netamente informativa y deportiva.
<b>ZONA 7</b>	La temática de Política y Actualidad abarcó la mayor cantidad de noticias en los medios analizados. La temática de Arte, Cultura y Entretenimiento tiene una presencia importante en los periódicos de la zona, seguida de las notas deportivas. En cuanto al trabajo periodístico se observó que los periódicos de la zona cumplen, mayoritariamente, con las exigencias de contrastación, precisión informativa, contextualización y tratamiento adecuado de asuntos judiciales.

## **INTENDENCIA NACIONAL DE AUDITORÍA TÉCNICA Y FISCALIZACIÓN COMUNICACIONAL**

El equipo de matriz ejecuta el trabajo de: auditoría de tiraje, verificación de tiraje, producción nacional y publicidad nacional en los medios de comunicación de alcance nacional y de acceso en la Zona 2-9. Las Intendencias Zonales no cuentan con personal para realizar las actividades de auditoría en territorio.

Durante el mes de septiembre del año en curso se cumplieron las siguientes actividades:

### **AUDITORÍA DE TIRAJE DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN:**

<b>MEDIO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ESTADO</b>
Diario Correo Manabí	Envío del Oficio de lectura borrador	Finalizada
	Lectura Borrado	Finalizada
	Elaboración de Informe Final	Finalizada
	Envío del Informe Final	Finalizada
Revista Somos Parte de Ti Pichincha	Inicio de Auditoría	Finalizada
	Elaboración de cédulas narrativas	Finalizada
	Informe Borrador	Finalizada
	Envío del Oficio de lectura borrador	Finalizada
	Lectura Borrador	Finalizada

	Elaboración Informe Final	En proceso
	Envío del Informe Final	En proceso

El proceso con Diario El Correo culminó con la lectura del informe final vía conferencia remota, debido a las medidas de austeridad emitidas por la máxima autoridad.

### **VERIFICACIÓN DE TIRAJE:**

Reporte de verificación de tiraje del mes de septiembre correspondiente a los siguientes medios impresos para su revisión:

<b>DIARIOS</b>	<b>REVISTAS</b>
El Comercio	Vistazo
El Universo	Hogar
Expreso	Estadio
Extra	Hola
Telégrafo	América Economía
La Hora	Cosas
Últimas Noticias	Mundo Diners
	Ekos
	Abordo

### **RESULTADO:**

De la verificación realizada se evidenció que la revista América Economía publicó, en su portada, la cifra de tiraje hasta la edición N° 146 del mes de febrero, donde se detalló que el medio salió a circulación con 4.400 ejemplares. A partir de marzo ya no ha sido publicado el número de ejemplares puestos en circulación.

De igual manera, a partir de la constatación realizada en septiembre del presente año se evidenció que los diarios El Comercio y El Telégrafo publicaron en sus portadas cifras de tiraje mayores a las evidenciadas en verificaciones anteriores (enero a agosto). El detalle a continuación:

Diario El Telégrafo presentó una variación de ejemplares puestos en circulación, cada lunes de septiembre de 2018, de 4.749, de acuerdo al siguiente cuadro:

<b>EL TELÉGRAFO</b>		
FECHA	TIRAJE	VARIACIÓN
03/09/2018	6.620	
10/09/2018	8.846	2.226
17/09/2018	8.379	-467
24/09/2018	11.369	2.990
TOTAL		4.749

Diario El Comercio presentó una variación de ejemplares puestos en circulación, cada domingo de septiembre de 2018, correspondiente a 12.020 ejemplares, de acuerdo al siguiente cuadro:

<b>EL COMERCIO</b>		
FECHA	TIRAJE	VARIACIÓN
02/09/2018	83.044	
09/09/2018	85.033	1.989
16/09/2018	88.013	2.980
23/09/2018	91.018	3.005
30/09/2018	95.064	4.046
TOTAL		12.020

En virtud de esta observación, se realizará el seguimiento a dichos medios en el mes de octubre para constatar cualquier anomalía y de ser el caso necesario, iniciar el procedimiento pertinente a una auditoría.

#### **SOLICITUD DE INFORMACIÓN A MEDIOS IMPRESOS:**

Con el propósito de cumplimiento con lo que establece el Art. 90 de la LOC se cursó comunicaciones con 170 medios de comunicación a nivel nacional con el objetivo de contar con información de primera mano que permita sustentar el trabajo de verificación con relación a la publicación de tiraje en medios impresos y conocer el número de medios de comunicación que tienen por ley, la responsabilidad de publicar

en su portada el número de ejemplares distribuidos a nivel nacional o local, según su condición. Hasta finales de septiembre han dado respuesta 70 medios de comunicación.

Para esto, se realizó un levantamiento de base de datos de medios impresos en relación a sus representantes legales, direcciones, números de contacto de medios de alcance nacional y local, registrados en el catastro de CORDICOM.

En este sentido se solicitó la siguiente información:

PERIÓDICO / SEMANARIO / REVISTA	FRECUENCIA DE CIRCULACIÓN	TIRAJE PROMEDIO
------------------------------------	------------------------------	-----------------

Con lo antes expuesto, se presenta el Informe de Gestión de la Intendencia General Técnica de la Información y Comunicación correspondiente al mes de septiembre de 2018.