

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

INFORME DE GESTIÓN

**Monitoreo y análisis de medios de comunicación con aplicación de la metodología
de semana compuesta**

(Del 17 de diciembre de 2018 al 27 de enero de 2019)

**Quito- Ecuador
2019**

Descripción.-

Los resultados presentados a continuación rigen a partir del monitoreo de medios de comunicación del 17 de diciembre de 2018 al 27 de enero de 2019. A nivel nacional se realizó el monitoreo a medios radiales, impresos, televisivos y portales informativos digitales, aplicando la metodología de análisis de “semana construida” o “semana compuesta”, usando como universo de estudio, el último catastro de medios registrado por el CORDICOM.

Durante las seis semanas se analizaron los contenidos de los medios de comunicación y se obtuvo un análisis integral del comportamiento de cada medio, así como los porcentajes de difusión según la clasificación de contenido y las parrillas de programación de cada medio de comunicación analizado.

1. Cantidad de medios monitoreados a escala nacional

Durante las seis semanas de análisis y vigilancia se monitoreó en total a 109 medios de comunicación a nivel nacional entre medios radiales, impresos, televisivos y portales digitales.

La Zona 1 (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos) monitoreó en total 14 medios de comunicación; la Zona 2-9 (Pichincha, Napo y Orellana) por su parte monitoreó a 18 medios de comunicación; la Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) monitoreó a 15 medios; la Zona 4 (Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas) monitoreó a 15 medios de comunicación; la Zona 5-8 (Bolívar, Galápagos, Guayas, Los Ríos y Santa Elena) monitoreó a 16 medios de comunicación; la Zona 6 (Azuay, Cañar, Morona Santiago) monitoreó a 17 medios de comunicación; y finalmente la Zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe) realizó el monitoreo de 14 medios de comunicación.

La cantidad de medios monitoreados y la clasificación según radio, prensa, televisión y portales digitales es la siguiente:

MEDIOS MONITOREADOS Del 17 de diciembre al 27 de enero 2019						
ZONA	RADIO	PRENSA	TELEVISIÓN	PORTALES DIGITALES	TOTAL POR ZONA	TOTAL NACIONAL
ZONA 1	6	5	3	0	14	109
ZONA 2-9	6	4	6	2	18	
ZONA 3	6	6	3	0	15	
ZONA 4	6	5	3	1	15	
ZONA 5-8	6	6	4	0	16	
ZONA 6	6	6	5	0	17	
ZONA 7	6	5	2	1	14	

2. Monitoreo de acuerdo al Catastro de CORDICOM y planificación mensual

(ZONA 1) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	9	3	3
RADIO	59	6	6
IMPRESOS	9	5	5
PORTALES INFORMATIVOS	1	0	0
Total	78	14	14

(ZONA 2-9) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	19	6	6
RADIO	91	6	6
IMPRESOS	20	4	4
PORTALES INFORMATIVOS	7	2	2
Total	137	18	18

(ZONA 3) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	8	3	3
RADIO	78	6	6
IMPRESOS	15	6	6
PORTALES INFORMATIVOS	1	0	0
Total	102	15	15

(ZONA 4) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	6	3	3
RADIO	50	6	6
IMPRESOS	13	5	5
PORTALES INFORMATIVOS	1	1	1
Total	70	15	15

(ZONA 5-8) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	12	4	4
RADIO	93	6	6
IMPRESOS	73	6	6
PORTALES INFORMATIVOS	20	0	0
Total	198	16	16

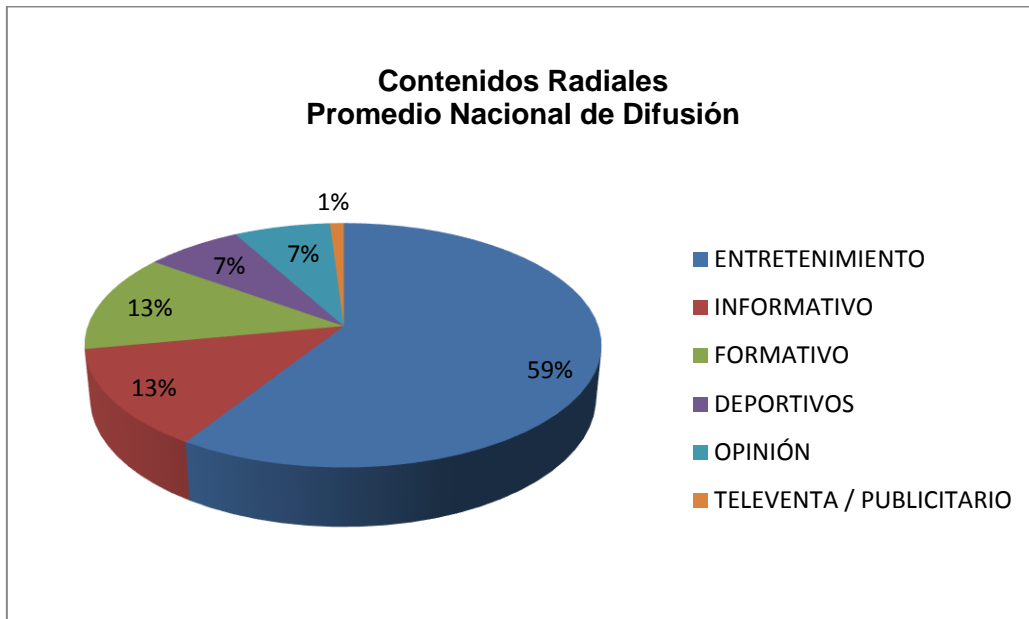
(ZONA 6) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	6	5	5
RADIO	59	6	6
IMPRESOS	9	6	6
PORTALES INFORMATIVOS	0	0	0
Total	74	17	17

(ZONA 7) 17 DIC – 27 ENE 2019	CATASTRO CORDICOM (Agosto 2018)	MEDIOS MONITOREADOS	MEDIOS PLANIFICADOS
TELEVISIÓN	4	2	2
RADIO	68	6	6
IMPRESOS	6	5	5
PORTALES INFORMATIVOS	2	1	1
Total	80	14	14

3. Promedio Nacional de Contenidos en los Medios de Comunicación

Con la implementación de la metodología de análisis de semana compuesta, se obtuvo información estadística a escala nacional de importante relevancia y aporte técnico; se evidenció el comportamiento global de los medios de comunicación analizados, de una manera integral y se obtuvo el promedio de difusión nacional de contenidos según la clasificación.

Promedio Nacional de Contenidos Radiales

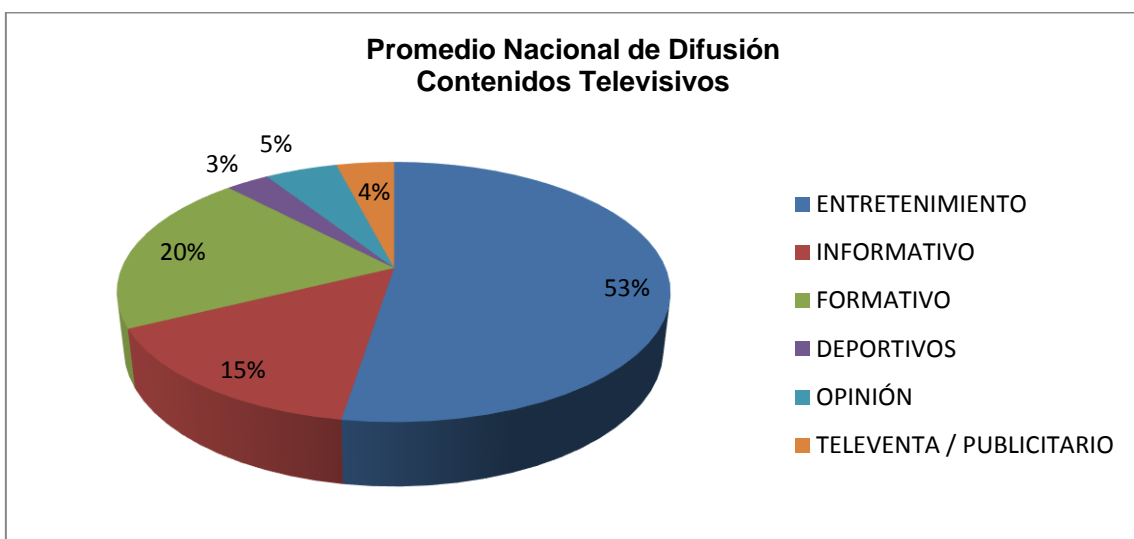


La tendencia en los medios radiales a escala nacional propende a la difusión de contenidos de Entretenimiento ocupando el 59%. Este contenido se refiere principalmente a los espacios musicales y programas de variedades.

Los contenidos Informativos y Formativos comparten el promedio nacional del 13%; mientras que el promedio de los contenidos deportivos y de opinión comparten el 7%; finalmente y con el menor rango porcentual, se encuentran los contenidos de publicidad o televenta con el 1%.

5

Promedio Nacional de Contenidos Televisivos



La tendencia y el promedio nacional en los medios televisivos propenden a la difusión de contenidos de Entretenimiento con el 53%, seguido del 20% por los contenidos Formativos.

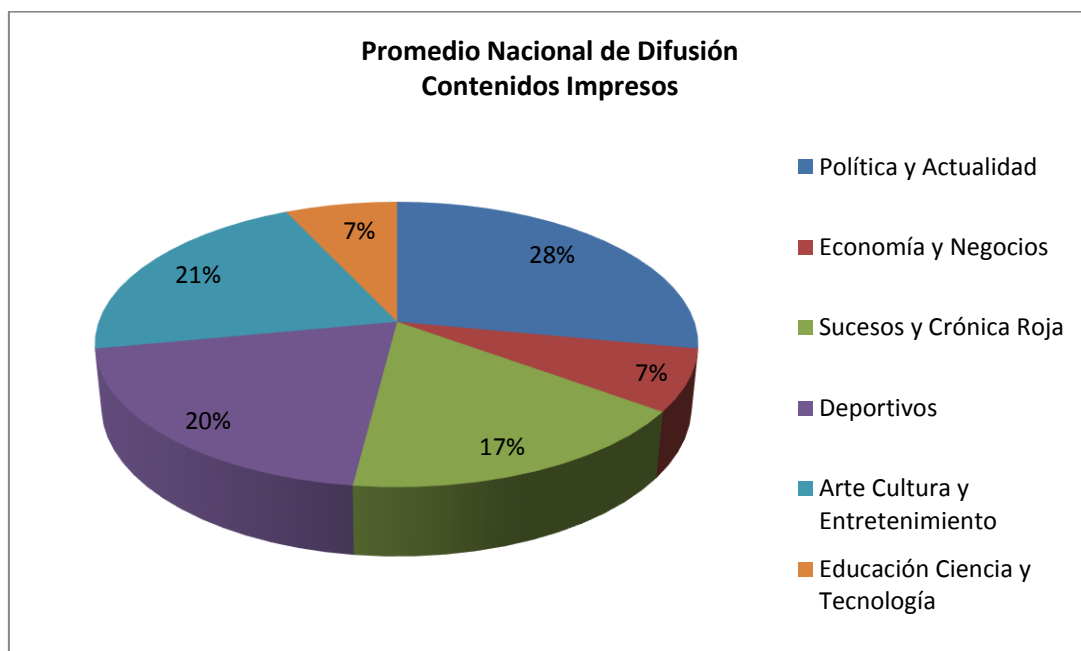
Dentro de esta última clasificación, se encuentran programas educativos que se replican a nivel nacional producidos por el Ministerio de Educación como por ejemplo Educa TV.

También se inscriben dentro de esta categoría los programas que produce CORDICOM como “Ranti Ranti”, programas especializados en salud e inclusive micro empresariales. De igual manera dentro de esta clasificación están aquellos programas de contenido eclesial y religioso.

Por citar algunos ejemplos de programas a nivel nacional que difunden contenido Formativo se encuentran: Educa Tv, El Diván, Expresarte, Documentales de Telesur y documentales científicos de la Cadena Alemana.

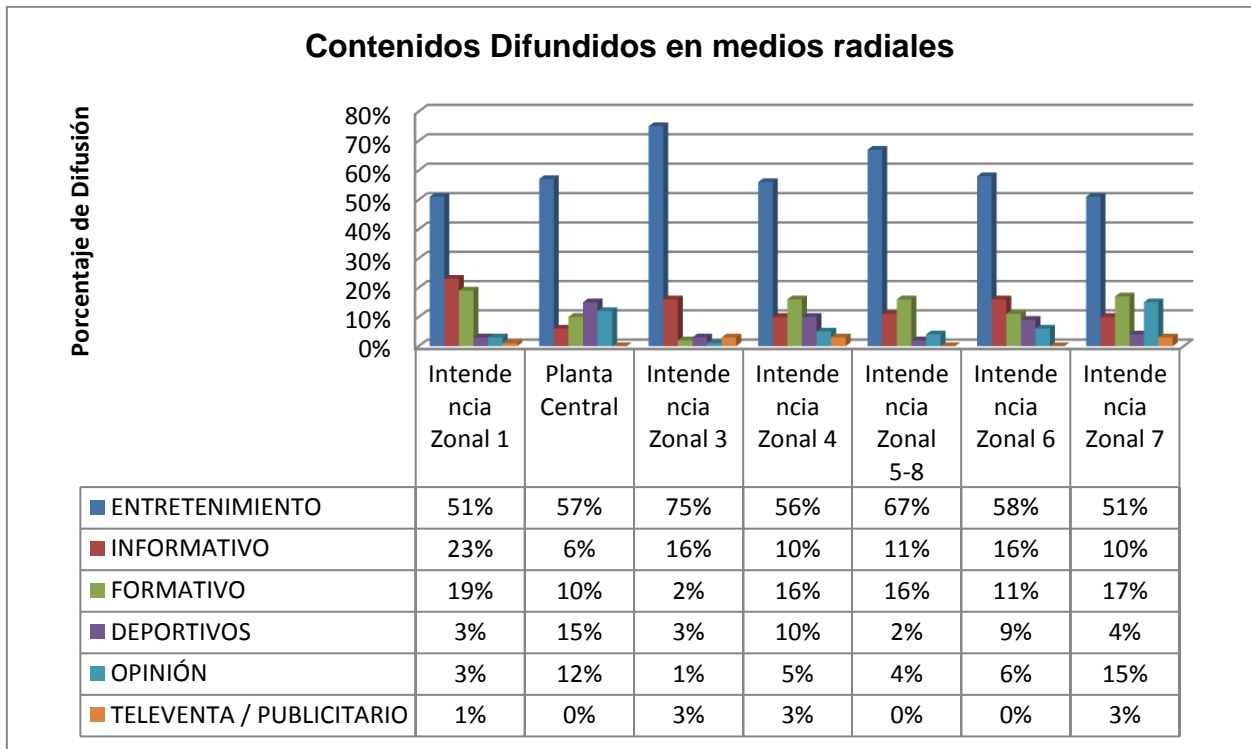
Luego en el promedio nacional se encuentran los contenidos informativos con el 15%, posterior los contenidos de opinión que ocupan el 5%, Televenta el 4% y finalmente con el menor rango porcentual están los contenidos deportivos con el 3%.

Promedio Nacional de Contenidos Impresos



En medios impresos el promedio nacional de difusión está encabezado por los contenidos de Política y Actualidad con el 28%; seguido del 21% por los contenidos de Arte Cultura y Entretenimiento; 20% los contenidos Deportivos, 17% Sucesos y Crónica Roja, y compartiendo el rango porcentual del 7% los contenidos de Economía, Negocios y Educación, Ciencia y Tecnología.

Contenidos Difundidos en medios Radiales según Clasificación



Como indica la gráfica, en las estaciones de radio a nivel nacional predominan los contenidos de entretenimiento, siendo la Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza), la de mayor rango porcentual con el 75%.

7

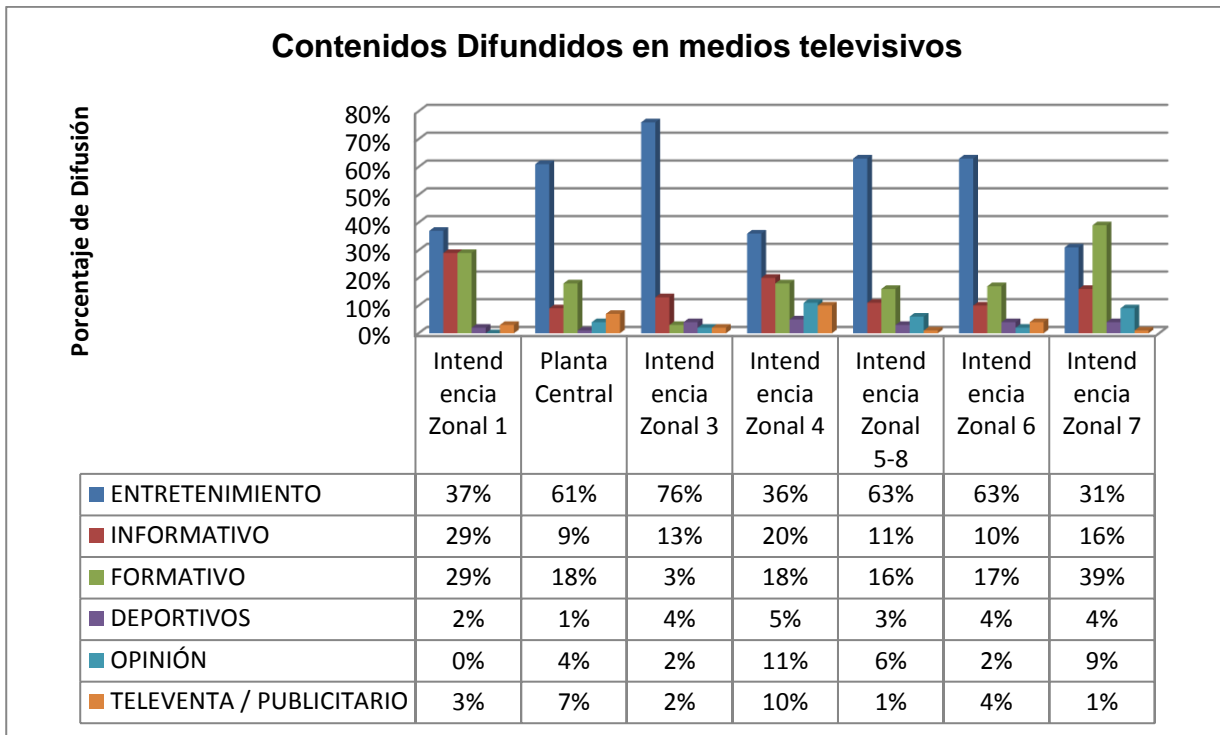
Los contenidos formativos a nivel nacional tienen un promedio del 13%, a excepción de la Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) que tiene apenas el 2% en este tipo de contenido.

En cuanto a los contenidos deportivos predomina la Zona 2-9 (Pichincha, Napo y Orellana) con el 15%, mientras que la Zona 5-8 es la de menor rango porcentual en esta categoría con el 2%.

En el caso de los contenidos de opinión la Zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe) es la que tiene mayor rango porcentual con el 15%; seguido de la Zona 2-9 (Pichincha, Napo y Orellana) con el 12%; mientras que la Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza), es la que menos porcentaje ocupa en esta categoría con el 1%.

Finalmente el contenido de Televenta / Publicitario es el de menor rango porcentual a nivel nacional.

Contenidos Difundidos en Medios Televisivos según Clasificación



Como se puede evidenciar en la gráfica, a nivel nacional predominan con un alto porcentaje los contenidos de Entretenimiento en medios televisivos. La Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) es la de mayor rango porcentual con el 76%.

8

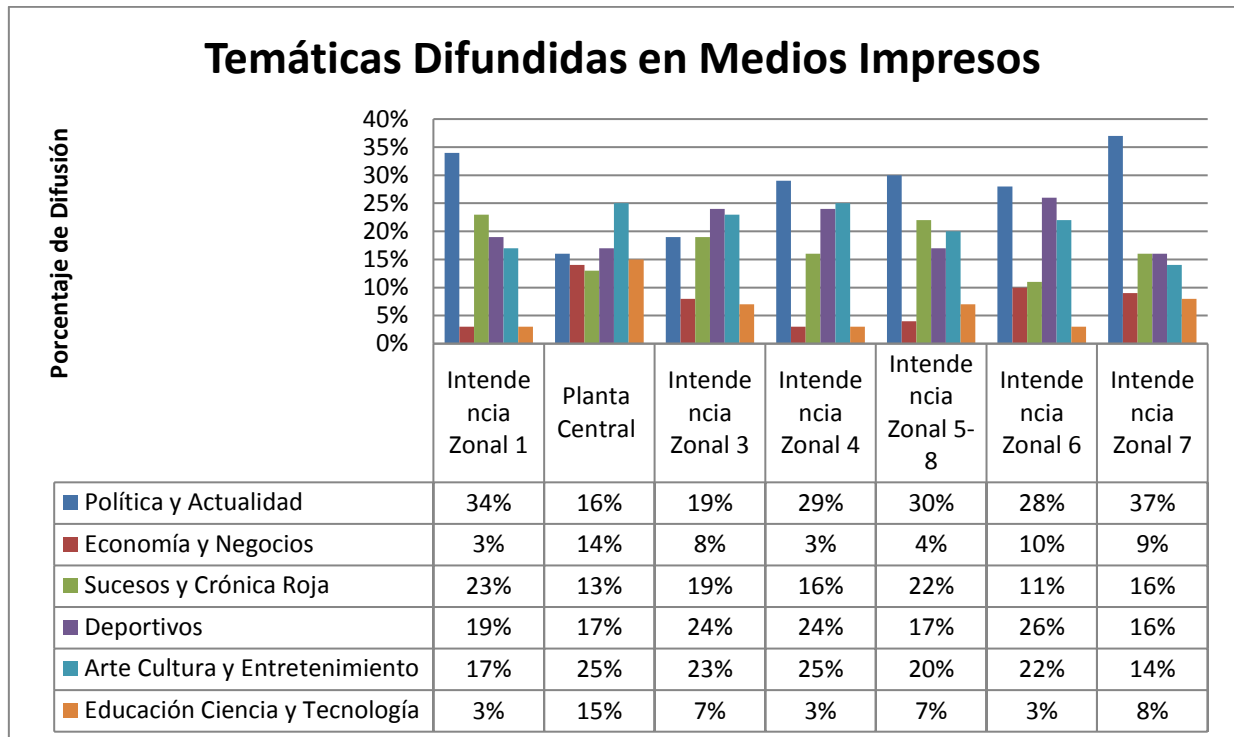
Los contenidos Informativos predominaron en la Zona 1 (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos) con un 29%, mientras que en la Zona 2-9 (Pichincha, Napo y Orellana) ocupa el 9%.

La Zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe) ocupa un alto rango porcentual de contenidos Formativos en comparación nacional. Mientras que la Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) es la que tiene el menor rango porcentual en esta categoría con el 3%.

En menor rango porcentual se encuentran los contenidos Deportivos y de Opinión, a excepción de la Zona 4 (Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas) que presenta el 11% el contenido de opinión.

En el caso de televisión, los contenidos de televenta y publicitarios tienen mayores rangos porcentuales que la radio, siendo la Zona 4 (Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas) la de mayor porcentaje con el 10% de difusión de este tipo de contenidos.

Temáticas Difundidas en Medios Impresos según Clasificación



En medios impresos, los contenidos de Política y Actualidad son los que predominan a nivel nacional, a excepción de la Zona 2-9 (Pichincha, Napo y Orellana) en la que sobresalen los contenidos de Arte Cultura y Entretenimiento con el 25% y la Zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) que predominan los contenidos Deportivos con 24%.

9

Los contenidos de Economía y Negocios comparten el menor rango porcentual las Zonas 1 (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos) y la Zona 4 (Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas) con el 3%, mientras que la Zona 2-9 (Pichincha, Napo y Orellana) es la que mayor porcentaje ocupa en esta categoría con el 14%.

Los contenidos de Sucesos y Crónica Roja predominan en la Zona 1 (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos) y Zona 5-8 (Bolívar, Galápagos, Guayas, Los Ríos y Santa Elena) con el 23% y 22% respectivamente.

Los contenidos Deportivos sobresalen en la Zona 6 (Azuay, Cañar, Morona Santiago) con el 26% y el menor rango porcentual en esta categoría lo tiene la Zona 7 (Azuay, Cañar, Morona Santiago) con el 16%.

Finalmente los contenidos de Educación, Ciencia y Tecnología comparten el menor rango porcentual del 3% las Zonas 1 (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos); Zona 4 (Manabí y

Santo Domingo de los Tsáchilas) y la Zona 6 (Azúay, Cañar, Morona Santiago), mientras que la Zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) es la que mayor porcentaje ocupa en esta categoría con el 15%.

**Elaborado por:
María Dolores Zambrano Calvache**

**Intendencia Nacional de Vigilancia, Monitoreo y
Análisis de Medios de Comunicación**