



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE  
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**PROGRAMAS SENSACIONALISTAS Y SU CONTENIDO CASO  
ALERTA ROJA**

**AUTORA:**

**YULEPSY EDUARDA MOREJON RIVERA**

**TUTOR:**

**TUTOR CARLOS SÁNCHEZ VIDAL**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2022**

## **DEDICATORIA**

A ti Padre Celestial por tu infinito amor y por guiarme por el buen camino, por darme fuerzas para continuar y no desmayar en los problemas que se presentan en la vida, enseñándome a enfrentar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. A mis padres queridos, Segundo Morejón y Martha Rivera por su amor, apoyo, dedicación, esfuerzo y sacrificio. Uds. siempre serán mi razón de superación. Gracias por brindarme siempre amor y fortaleza.

A mi hermana Gabriela Morejón por su amor, comprensión y apoyo. Ustedes me han enseñado a luchar por mis ideales. Dios me los bendiga siempre. A mi gran amigo Joel Avilez que ha estado siempre apoyándome en todo este tiempo me ha dado muchas palabras de ánimos para que no me rinda y luche por cumplir mis metas gracias por la motivación.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme la fuerza, la paciencia, el coraje y el valor para enfrentar cada uno de los retos durante todo el proceso de mis estudios universitarios.

De la misma manera agradezco a mis Padres Segundo Eduardo Morejón Mieles y Martha Cecilia Rivera Baux quienes me enseñaron valores para ser una mujer de bien, que todo lo que me proponga como meta tarde o temprano se alcanza y también porque no escatimaron esfuerzos para poder ayudarme en todo el proceso que conlleva el estudio de una carrera de tercer nivel.

Sin dejar de lado a mi tutor el PH. Carlos Sánchez, le agradezco infinitamente por ser el mi guía en el desarrollo del presente proyecto y a la Universidad Técnica de Babahoyo por haberme preparado para desenvolverme en un ámbito profesionalmente.

## **RESUMEN**

Los programas sensacionalistas cada vez son más generalizados dentro de los medios de comunicación en particular en los programas televisivos en el Ecuador, por tal motivo, este caso de estudio tiene como finalidad analizar sobre los programas sensacionalistas y su contenido caso alerta roja. Generalmente los programas sensacionalistas se caracterizan por emitir información que llame la atención creando polémicas.

Es normal que en los programas de comunicación sensacionalistas se evidencia información falsa o que perjudique. La mayoría de los programas buscan llamar la atención del público, dando a conocer de manera exagerada los hechos, resaltan sus titulares dándolos a conocer de una manera muy llamativa; eligen imágenes que en las personas causen un impacto o curiosidad por saber más de la noticia como sucede con el contenido de alerta roja.

Los programas sensacionalistas en Ecuador, ha ido en aumento en la sociedad como un fenómeno imparable, creciendo de una manera significativa, mismo que no ha cesado hasta la actualidad creando en las personas muchas dudas sobre la existencia de lo expuesto en sus titulares.

**Palabras Claves:** Sensacionalismo, alerta roja, comunicación.

## **ABSTRACT**

Sensationalist programs are becoming more widespread within the media, particularly in television programs in Ecuador, for this reason, this case study aims to reflect on sensationalist programs and their content in the case of red alert. Generally, sensational programs are characterized by broadcasting information that attracts attention, creating controversy.

It is normal for sensationalist communication programs to show false or damaging information. Most of the programs seek to draw the attention of the public, making the facts known in an exaggerated way, highlighting their headlines by making them known in a very striking way; They choose images that cause an impact or curiosity in people to know more about the news, as is the case with red alert content.

The sensational programs in Ecuador, has been increasing in society as an unstoppable phenomenon, growing in a significant way, which has not stopped until today, creating many doubts in people about the existence of what is exposed in its headlines.

**Keywords:** sensationalism, red alert, communication.

# ÍNDICE GENERAL

## Contenido

I.	INTRODUCCIÓN .....	1
II.	DESARROLLO .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
	2.1 JUSTIFICACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
	2.2 OBJETIVO.....	
	2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS.....	
	2.4 TÉCNICAS APLICADAS.....	
	2.5 RESULTADOS OBTENIDOS .....	
III.	CONCLUSIONES .....	3
IV.	RECOMENDACIONES .....	4
V.	BIBLIOGRAFÍA.....	5
VI.	ANEXOS.....	6

## INTRODUCCIÓN

La televisión y con ella los programas sensacionalistas a lo largo de décadas han creado la satisfacción de los apetitos emocionales al notar que la vida de los televidentes o audiencias no es bastante distinta de la que viven los televisados. Sin embargo, y dado su relevante uso y costo, las monumentales compañías televisivas y del show o cómo se las llama, además de la comunicación, se han convertido en un comercio rentable y donde se apuesta por programas que gusten a las audiencias. Es en este sentido, en que noticieros como el de TC televisión emergen poniendo en prueba el drama humano espectacularizándolo y sensacionalizándolo, con el objetivo de satisfacer los gustos de los televidentes con una programación de calidad, visibilizando la miseria, el dolor, la violencia y la injusticia social, el amor, los odios, la codicia, los celos, etc.

Los comienzos de la televisión se caracterizan por el establecimiento de modelos televisivos: por un lado, la paleotelevisión, que es aquella que existió hasta mediados de los años ochenta. Los programas de carácter sensacionalista, más en concreto, los relacionados con la prensa como el caso alerta roja, está definido por la indagación de entretenimiento y por la competencia directa entre las enormes empresas mediáticas en conseguir la máxima cuota de pantalla y, con ello, beneficios económicos.

De esta forma, el presente análisis está basado en un producto comunicacional específico, alerta roja de TC televisión, la emisión (23h00), con un enorme efecto en la teleaudiencia. En este sentido, hay diversas causas por las que esta clase de programas se han consolidado en el presente panorama audiovisual: por un lado, el sistema socioeconómico vigente, tal y como hemos indicado, ha realizado un mercado enormemente competitivo; sin embargo, el entorno sociocultural, la frivolidad y el individualismo imperante ante lo clásico; y, al final, la inexistencia del sentido y reacción crítica a causa de los espectadores.

Este caso de estudio dará a conocer las novedosas sensibilidades que construyen los programas sensacionalistas, y además en qué medida el sensacionalismo y el melodrama confluyen y se unen en un género tan duro como es la noticia” Alerta roja”. La prensa sensacionalista crea y construye novedosas sensibilidades en el televidente. Alerta roja se caracteriza por ser un programa informativo que muestra la verdad como en realidad ocurre y la población se identifica con ella, es un espejo.

La línea de investigación con la que está basada este caso de estudio es “Comunicación, Lenguaje y estilos periodísticos” y la sublínea es “Innovación y nuevas tecnologías en comunicación”.

El presente trabajo tendrá tres espacios de estudio: Crear un marco teórico que posibilite configurar el escenario del estudio del cual saldrá la investigación de campo y posteriormente las conclusiones y reflexiones. Temas como la comunicación, los medios de comunicación, el sensacionalismo y el consumo van a ser abordados, en el primer capítulo.

La segunda parte, realizaremos un análisis de la propuesta del noticiero en cuanto a contenidos, temáticas, personajes, narrativas, escenarios y construcción de imaginarios. En este capítulo también se pondrá en evidencia lo que opinan las audiencias, conocer las sensibilidades y emociones de la gente. Se tratará de mostrar cada una de sus expresiones y puntos de vista con respecto al noticiero.

Finalmente, el tercer capítulo se explicará sobre las conclusiones que han desencadenado la investigación.

## DESARROLLO

### **Justificación**

El presente estudio de caso se realiza con el fin de examinar al programa sensacionalista alerta roja, el cual busca difundir e informar a que los individuos generalmente se enteren de los acontecimientos que suceden a diario, mismos que sin lugar a duda tienen la posibilidad de facilitar o crear ciertas actitudes en la sociedad.

Este proyecto tiene como base la inquietud sobre la conducción periodística que se le da usualmente a la información en programas sensacionalistas y en especial como alerta roja de TC Televisión tomando y tomando en cuenta las opiniones a partir de ciertos sectores de la ciudad, sin embargo, satíricamente aquellos mismos conjuntos, son los que más ven esta clase de programación y con ello consiguen que esta clase de programas o segmentos, sean de mayor raiting.

Si bien Alerta Roja es un auténtico programa sensacionalista, no es una producción de crónica roja. En sus emisiones no aparecen obligatoriamente imágenes cadáveres, de personas muertas o se tratan asuntos exclusivamente policiales. Sí se muestran numerosos casos de seguridad ciudadana, así como violencia verbal y física; pero el programa se concentra en los personajes escandalosos, en sus conflictos y los conflictos de los sectores “populares” y de bajo nivel socioeconómico en Guayaquil y otras ciudades.

Los programas sensacionalistas, transmiten emociones y sentimientos a las personas al enmarcar ciertas verdades en sus titulares ciertas verdades a medias, mismas que llevan a veces a exageraciones con el objetivo de obtener fama. La prensa debe procurar transmitir toda la información obtenida sin alterar los hechos. Los beneficiarios al hacer esta situación de análisis sobre los programas de sensacionalistas y su contenido caso alerta roja, será el público que, al emitir un comunicado a reflexionar sobre la manera de transmitir una noticia o titular, logre ofrecer de una forma transparente sin cambiar los hechos reales.

Este caso de estudio pretende demostrar que los contenidos vertidos en este tipo de programas son de corte sensacionalista. Es una representación de la problemática social, adictiva y relativista de los protagonistas de cada reportaje, en zonas urbanas o marginales, con altos índices de pobreza en la ciudad de Guayaquil, con el único fin de que la mayoría estén logrando ratings a través del sensacionalismo, sin la debida investigación. Además, nos preocupan los métodos de aprendizaje que ofrece la televisión, que directa o indirectamente inciden en el crecimiento de nuestra comunidad. Sin embargo, la televisión en todo el mundo ahora está tratando manejar un nuevo formato, que a los teóricos les cuesta mucho comprender.

### **Objetivo**

Analizar sobre los programas sensacionalistas y su contenido caso alerta roja.

### **Sustento teórico**

#### **La Comunicación**

Según (Mariño, 2018) la comunicación se estima un campo académico de conocimiento que estudia los procesos de comunicación humana, entre las comunicaciones se encuentran incluidas las subdisciplinas, de tal forma que contenga información de la teoría, intrapersonal comunicación, marketing, publicidad, relaciones públicas, discurso de análisis, telecomunicaciones y periodismo. Además, se entiende a la comunicación como el intercambio de información entre las personas u objetos. Desde este criterio, la comunicación incluye cuestiones técnicas, biológicas y sociales.

## **La televisión**

Señala (Gonzalez, 2019) que es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en desplazamiento y ruido a distancia. Esta transmisión podría ser efectuada por medio de ondas Hertzianas o por redes especializadas de televisión por cable. El concepto televisión tiene relación con todos los puntos de transmisión y programación de televisión. En ocasiones se abrevia como TV.

## **Desarrollo de la televisión**

Explica (Ulanovsky, 2018) que la televisión una vez que empezó a realizarse ha sido en los años 20, en imágenes en blanco y negro con patrones monumentales y gruesos, en los años 50 en ciertos territorios desarrollados, imágenes a color y más líneas de transmisión y a fines de los 80 había en ciertos territorios de todo el mundo poseen un televisión en el hogar, unas a color, otras en blanco y negro, en los años 90 se perfeccionó en ciertos países a partir de los electrodomésticos con mando a distancia, alta definición y ahora cambió su forma, es de pantalla plana: y el individuo puede ver diferentes programas de televisión a partir de diferentes territorios.

## **Raiting en la programación**

Menciona (Furió, 2018) que el raiting es el control y el registro de los promedios de audiencia y ven qué programas poseen la más grande proporción de audiencia a lo largo de la semana, el mes, los 3 meses o el año. En los rankings además puedes saber quién ve más televisión y qué tipo de programas son los más famosos y queridos, ya sean para adolescentes o adultos.

## **Medios de comunicación**

Indica (López Talavera, 2017) que los medios de comunicación se llaman esos artefactos, canales o formas de transmisión de la información de que se valen los humanos, para hacer el proceso comunicativo. Actualmente para ciertos sectores de la sociedad, los medios de

comunicación son la manera más eficaz e instantánea de transmitir un mensaje. Ejemplificando, una página web es eficaz para proclamar un contenido que necesite difusión instantánea entre diferentes sectores de la sociedad de la cual formamos parte. Se puede hacer una diferenciación entre los medios de comunicación que tienen como finalidad transmitir información a las masas, y los medios de comunicación que sirven para implantar comunicaciones interpersonales.

Los textos informativos se hacen con más frecuencia en los medios de comunicación:

- **Noticia**

Es la información de un hecho reciente, tal cual se ha desarrollado, de tal manera que se exponen noticias de interés promocional, comercial, opiniones y clasificaciones sobre el asunto.

- **Reportaje**

Está estructurado por relatos de los acontecimientos donde aportan pruebas.

- **Entrevista**

Consiste en una secuencia de preguntas y respuestas anónimas, hechas a personas elegidas al azar, lo importante es que se realicen entrevistas a numerosas personas, para lograr tener una información fiable, conforme con la teoría de ciertos profesionales.

- **Artículo**

Incluye el análisis y la interpretación que el escritor hace de unos determinados hechos que con frecuencia son noticia en el momento.

- **Editorial**

Es un artículo de opinión que no va firmado, pero el responsable es el director del medio de comunicación.

- **Textos publicitarios**

La más grande parte de los medios de comunicación se financian en parte importante con la publicidad debido a que son considerados textos publicitarios junto con la imagen y la

melodía.

- **Anuncios comerciales**

Son aquellos que incitan la compra de un producto o abonar un servicio, comúnmente por medio de supuestas ofertas y calidades.

### **Periodismo**

Señala (Marín, 2019) que el periodismo la verdad social para que la población logre entenderla, adaptarse a ella y modificarla, y por medio del lenguaje permite descifrar y comprender las cosas que han sucedido en el planeta ya que destaca entre todo lo que sucede. Los periodistas tienen el deber de informar, consultar historias concisas, el periodismo de indagación está respaldado con documentos, entrevistas y otras fuentes primarias. Los periodistas y editores una y otra vez son acusados de sensacionalismo por los tipos de escándalos que se exponen en los periódicos en los cuales hacen uso de imágenes para perjudicar a las personas que forman parte de esa noticia.

### **Sensacionalismo**

menciona (García, 2020) que el sensacionalismo en el periodismo ha existido a partir de los primeros días de la prensa durante el siglo XVI". El sensacionalismo en los medios de comunicación son esos acontecimientos que se muestran de forma exagerada para incrementar el número de audiencia o lectores, el sensacionalismo tiene la presentación de los informes sobre asuntos insignificantes y eventos que no fluyen en la sociedad primordialmente.

Es primordial nombrar que las noticias se limitan a enseñar escenas de crímenes, en lo que los escritores de periódicos no optan por exponer aquel tipo de noticias. A veces las empresas de noticias por error transmiten información falsa de fuentes no fiables, por ende, usan los medios de comunicación como un instrumento para la difamación y la manipulación de testigos. El fin de cada programa televisivo es vender y obtener un más monumental número de anunciantes. (García, 2020)

## **Prensa Amarilla**

Indica (Altube, 2021) que es un tipo de periodismo que muestra noticias con titulares llamativos, escandalosos o exagerados para intentar de aumentar sus ventas, aunque principalmente estas noticias no cuenten con ninguna prueba y sin una indagación bien definida. Esta clase de prensa sensacionalista incluye titulares de catástrofes y gran número de fotografías con información detallada sobre accidentes, crímenes, adulterios y enredos políticos. En caso de gráfica o en televisión, se caracteriza por usar melodía impactante, colores extremadamente saturados, principalmente el rojo y tener su información desorganizada.

## **Prensa Rosa**

Explica (Vidal, 2018) que es un género del periodismo escrito. Está dedicado a dialogar sobre los chismes y colaboraciones particulares de las celebridades. Es el más leído, aunque además es cierto que, principalmente, no tiene rigor y al final opta por el sensacionalismo. La información una y otra vez se da sin confirmar en muchas situaciones, con el mal que puede ocasionar.

## **Crónica Roja**

Según (Villegas, 2020) este es un género periodístico que engloba historias de misterios, asesinatos e intrigas policíacas, en las que los reporteros además realizan una labor de indagación. Conozca quiénes están detrás de la narración de estos relatos y qué perspectivas tienen del género diferentes académicos, intelectuales y periodistas.

## **Programación Televisiva**

Menciona (Valdés, 2020) que un programa de televisión es un criterio largo que hace referencia a diferentes visiones sobre el contenido de los programas de televisión según la audiencia, el programador o el director. Para el espectador involucra la diversidad de programas de los que dispone a diario en la televisión. Para los programadores, estas son diferentes formas de imaginar, realizar y combinar diferentes formatos en su horario de TV para obtener los

mejores resultados en términos de audiencia de su canal.

### **Ética Periodística**

Explica (Bustillos, 2020) que la primera obligación de cualquier periodista profesional es ser y permanecer libre. La libertad está sujeta a todas las presiones de gobiernos, ideologías políticas, grupos de presión, compromisos y alianzas económicas. No basta hoy con contar la historia con honestidad, hay que situar en el contexto que le da sentido. Los periódicos, las agencias de noticias y otros medios también deben esforzarse por presentar todos los puntos de vista importantes sobre temas públicos, incluidos aquellos que actualmente causan división.

### **La ley de comunicación y la televisión**

Indica (Porto, 2017) que está realizada en favor de la sociedad, controlando y vigilando organizaciones y medios mercantilistas; tomando en cuenta que la comunicación es un bien público y privado, este debería asegurar la comunicación e información conveniente y correcta, generando un cambio positivo para todos. Cuyo objetivo es conducir a una democratización del poder mediático y del ejercicio de la comunicación en funcionalidad de los habitantes quienes poseen derecho a recibir una información y una comunicación clara y de la mejor calidad.

En las Leyes de Control y Regulación, su fin es salvaguardar los derechos que vulneran la imagen e totalidad de cada grupo como: chicos, chicas y jóvenes; siendo como El primer punto es evitar la circulación de temas estereotipados, discriminatorios o lesivos, y el segundo punto es la difusión de términos ofensivos discriminatorios. En otras palabras, la programación televisiva ha jugado un papel importante en la comprensión de cuestiones sobre la imagen y la imagen integral de los niños y jóvenes que no tienen garantizado el respeto a sus derechos, sensibilizar sobre los inconvenientes de la infancia, la sociedad o ilegal. (Porto, 2017)

# **Técnicas Aplicadas para la Recolección de Información**

## **METODOLOGÍA**

### **Método de investigación**

Al hablar de la metodología de investigación, es necesario saber con qué método se contará para realizar la investigación, por lo que el método elegido para dicho caso es el método inductivo el cual permite a partir de casos que estén relacionados al que se está realizando obtener conclusiones que permitan llegar con la investigación. El método inductivo utiliza la observación directamente de los hechos o sucesos que existen entre ellos.

El enfoque al que va dirigido el caso de estudio es el cuantitativo al ser una metodología que está basada en la investigación, misma que utiliza encuestas y preguntas para poder almacenar o recopilar información necesaria y en base a estas realizar los análisis estadísticos para poder tener conclusiones acerca de la investigación.

## **INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS**

### **Técnicas**

Para recolección información se empleó las técnicas de investigación de la entrevista y observación. En la cual la entrevista estará enfocada en obtener respuesta directamente sobre el problema que está sucediendo como en este caso es los programas sensacionalistas y su contenido caso alerta roja. De igual manera, al usar la observación se podrá recopilar información necesaria para concluir con la investigación planteada.

### **Instrumentos**

El instrumento empleado es el cuestionario de preguntas cerradas para la recolección de los datos para poder saber las opiniones de las personas y de esta manera poder

## **Resultados obtenidos**

Con el planteamiento del objetivo de la investigación se puede corroborar que los reportajes del programa “alerta roja” tienen una gran acogida por los televidentes.

### **ANÁLISIS DE ENTREVISTA**

El señor Martin Soto de clic Noticias y Teleamazonas indica que los programas sensacionalistas son importantes porque tienen como objetivo informar a la gente de una manera diferente y fresca. Aunque él no pertenece a la misma casa televisiva cree que el programa es muy bueno porque José delgado no es cualquier periodista sino una de trayectoria que con su personalidad ha sabido ganarse al público ecuatoriano. Y en si el contenido de su programa tiene como fin mostrar la realidad de lo que viven las personas y eso lo hace aceptable porque conecta con el público. Además, considera que los contenidos de los programas sensacionalistas pueden mejorar para cambiar la forma de pensar de la sociedad y de los jóvenes.

El entrevistado comentó que conoce a José delgado porque es un periodista que ha sabido con esfuerzo y dedicación ganar un lugar en el medio y actualmente ya no todas las personas ven programas informativos como alerta roja, pero saben quién del contenido del programa y de lo que puede ofrecer en cada reportaje José delgado y eso causa que su programa tenga un gran impacto. Cabe mencionar que la forma como cuentan la noticia y lo bien armado que es el concepto visual de cada escena que muestran en pantalla hace que las personas se interesen por los programas nacionales en particular el caso alerta roja ya que no solo es un programa con un contenido para informar, sino que tiene periodista que se conecta con el pueblo y así los programas ganan más audiencia y éxitos.

## Conclusiones

Luego de haber finalizado la investigación con el respectivo análisis de la información recolectada tanto por las metodologías implementadas y el instrumento de investigación han permitido identificar sobre el entorno de los programas sensacionalistas y la problemática social, adictiva y relativista de los protagonistas de cada reportaje.

El presente estudio de caso se realiza con el fin de examinar al programa sensacionalista alerta roja, el cual busca difundir e informar a que los individuos generalmente se enteren de los acontecimientos que suceden a diario, mismos que sin lugar a duda tienen la posibilidad de facilitar o crear ciertas actitudes en la sociedad.

En el caso concreto “Alerta Roja “es programa transmitido a medianoche en TC. El cual no es solo un programa de entretenimiento es un programa popular que mostrar la noticia de manera más fresca ya que el periodista José delgado establece una conexión con el pueblo eso hace que el programa es muy acogido por familias por que sienten que llegan a ellos.

Se ha podido conocer que en el país hay diversos casos del sensacionalismo periodístico siendo los programas de televisión en donde más se escucha, y un claro ejemplo es la divulgación de las polémicas entre famosos, las riñas familiares, los maltratos cuadros de robos, drogadicción o que perjudica de manera negativa en el comportamiento de la audiencia que lo ve.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

- mejorar estos para lograr mejorar como piensas la sociedad de la cual formamos parte y cómo piensan los jóvenes.
- Que eliminen el morbo de los reportajes, aunque la verdad es que esto continuamente vende. Dialogar más sobre accidentes, hechos violentos, homicidios, empero sin sensacionalismo agregando racionalidad para de esta forma la audiencia analice lo que en realidad ocurre en el en el país.
- Que expongan la ayuda social de otra forma, sin explotar el recurso de la desgracia u ocasionar lastimas a los televidentes. Debido a que. Ya que la necesidad de las personas en crisis debe ser tratada con dignidad y tacto al hablar del tema.
- Que los periodistas respeten la intimidad de las personas no usando cámaras ocultas sin el consentimiento del protagonista de la noticia

## Bibliografía

- Altube, M. S. (2021). *Gilberto y la Prensa Amarilla*. Madrid, España: Independently Published. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=k4uLzgEACAAJ&dq=que+es+Prensa+Amarilla&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books?id=k4uLzgEACAAJ&dq=que+es+Prensa+Amarilla&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y)
- Bustillos, J. (2020). *El periodismo y la verdad ética de la información religiosa*. Madrid, España: Iteso S.A. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=UOnmDwAAQBAJ&pg=PT10&dq=%C3%89tica+Period%C3%ADstica&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjayp-p\\_sX2AhUIX80KHdwmCPE4ChDoAXoECAsQAq#v=onepage&q=%C3%89tica%20Period%C3%ADstica&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=UOnmDwAAQBAJ&pg=PT10&dq=%C3%89tica+Period%C3%ADstica&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjayp-p_sX2AhUIX80KHdwmCPE4ChDoAXoECAsQAq#v=onepage&q=%C3%89tica%20Period%C3%ADstica&f=false)
- Furió, D. M. (2018). *Las claves de la producción de anuncios televisivos*. (U. O. Catalunya, Ed.) Madrid, España: Editorial UOC, 2018. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=-mktEAAAQBAJ&pg=PT53&dq=que+es+el+Rating+en+la+programaci%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjTq6\\_Bhcb2AhW6kYkEHeiNBa0Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=que%20es%20el%20Rating%20en%20la%20programaci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=-mktEAAAQBAJ&pg=PT53&dq=que+es+el+Rating+en+la+programaci%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjTq6_Bhcb2AhW6kYkEHeiNBa0Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=que%20es%20el%20Rating%20en%20la%20programaci%C3%B3n&f=false)
- García, M. R. (2020). *Sensacionalismo informativo, el periodismo como espectáculo*. Sevilla, España: Fragua S.A. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=jjjczQEACAAJ&dq=Sensacionalismo&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books?id=jjjczQEACAAJ&dq=Sensacionalismo&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y)
- Gonzalez, R. (2019). *LA TELEVISIÓN PÚBLICA Y SU ROL REGULATORIO INDIRECTO* (Vol. 1). Madrid, España: HAMMURABI. Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=2Ne4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+televisi%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=la%20televisi%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=2Ne4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+televisi%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=la%20televisi%C3%B3n&f=false)

López Talavera, M. d. (2017). *Ética en los medios de comunicación: Prensa, radio, TV y cine*. Con. Barcelona, España: Huygens Editorial. Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=cUctDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=medios+de+comunicacion+tv&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=cUctDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=medios+de+comunicacion+tv&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Marín, C. (2019). *Periodismo audiovisual: Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Barcelona, España: Gedisa S.A. Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=L8ObDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Periodismo&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Periodismo&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=L8ObDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Periodismo&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Periodismo&f=false)

Mariño, N. A. (2018). *Comunicación, desarrollo y política* (Vol. 1). Madrid, España: editorial universitara abya- yala. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=-](https://books.google.com.ec/books?id=-f_cxQEACAAJ&dq=que+es+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjo39KY-cX2AhX2k4kEHd-vBMsQ6AF6BAgFEAE)

[f\\_cxQEACAAJ&dq=que+es+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjo39KY-cX2AhX2k4kEHd-vBMsQ6AF6BAgFEAE](https://books.google.com.ec/books?id=-f_cxQEACAAJ&dq=que+es+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjo39KY-cX2AhX2k4kEHd-vBMsQ6AF6BAgFEAE)

Porto, R. (2017). *Derecho Social a la Convergencia: La construcción de la Sociedad de la información*. Madrid, España: Albrematica S.A. Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=XTxYEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=La+ley+de+comunicaci%C3%B3n+en+a+televisi%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=La%20ley%20de%20comunicaci%C3%B3n%20en%20a%20televisi%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=XTxYEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=La+ley+de+comunicaci%C3%B3n+en+a+televisi%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=La%20ley%20de%20comunicaci%C3%B3n%20en%20a%20televisi%C3%B3n&f=false)

Ulanovsky, C. (2018). *Estamos en el aire: Una historia de la televisión*. Argentina, Buenos Aires: HOUSE EDITORIAL. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=GRdbDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=historia+de+la+televisi%C3%B3n&hl=es->

419&sa=X&redir\_esc=y#v=onepage&q=historia%20de%20la%20televisi%C3%B3n  
&f=false

Valdés, S. G. (2020). *El lugar de la cultura en la programación televisiva*. Buenos aires, Argentina: Cátedra S.A. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=KHGKzQEACAAJ&dq=Programaci%C3%B3n+Televisiva&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books?id=KHGKzQEACAAJ&dq=Programaci%C3%B3n+Televisiva&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y)

Vidal, L. S. (2018). *La prensa rosa*. Madrid, España: Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Tm5LnQAACAAJ&dq=Prensa+rosa&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books?id=Tm5LnQAACAAJ&dq=Prensa+rosa&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y)

Villegas, S. (2020). *Ética, Comunicación y Género. Debates actuales*. Madrid, España: DYKINSON . S.L MELENDEZ VALDES. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=AL2DwAAQBAJ&pg=PA237&dq=cronica+roja&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjhpLr5\\_MX2AhUalYkEHTdmD5sQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=cronica%20roja&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=AL2DwAAQBAJ&pg=PA237&dq=cronica+roja&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjhpLr5_MX2AhUalYkEHTdmD5sQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=cronica%20roja&f=false)

## ANEXOS

### ENTREVISTA

#### **1). ¿Qué opina usted acerca de los programas sensacionalistas?**

Considero que los programas sensacionalistas no son malos, de hecho, son importantes tenerlos en la parrilla de una programación o de un canal de televisión o medios digitales, porque informa de una manera diferente ya que deja a un lado formalidad para dar la noticia, pero de una manera más fresca.

#### **2). ¿Conoce usted el programa alerta roja que se emite en el TC televisión?**

Opino que es un programa muy bueno ya que José delgado tiene muchísimos años en la televisión ya que es un periodista que se supo ganar su espacio, es un programa exitoso.

#### **3). ¿Cuál es su opinión del contenido del programa alerta roja?**

El contenido en general no es malo al contrario es un contenido aceptable que es bueno ya que es un formato popular que llega al público que conecta con el público ya que las personas sienten que llegan a ellos. creo que deberían mejorar estos contenidos para de esta forma brindar una buena programación al público.

#### **4). ¿Cree usted que José Delgado presentador de este programa realiza un buen trabajo?**

Es un periodista que supo ganarse su lugar en medio ya que tienes muchos años en la televisión y aunque muchas personas no todos ven televisión saben que existe el programa y saben del contenido y esto nos da a entender una cosa que no importa el medio o la plataforma donde que lo que él hizo a través de los años hacen que el programa tenga un gran impacto.

#### **5). ¿Por qué cree usted que este programa y los programas sensacionalistas en general tienen tanto éxito con la audiencia?**

Pienso que tienen mucho éxito por el lenguaje por lo que muestran, por la manera como cuentan la noticia, por el concepto visual que montan en escena cada vez que montan un reportaje y por la popularidad del personaje o periodista José Delgado.

## FOTOGRAFÍAS

### Entrevista a Martin Soto de clic Noticias y Teleamazonas



