



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)

DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN

COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

SEMIÓTICA COMO RECURSO COMUNICACIONAL EN LOS PROGRAMAS DE
NOTICIAS ECUATORIANAS

AUTORA:

QUINTO VELIZ JOHANNA KATHERINE

TUTORA:

NURIK FARIÑO

BABAHOYO –ECUADOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi mamá, a mi familia, a mi esposo y a mi mayor fuente de inspiración, mi hijo Gael por haberme apoyado en lo largo de este camino, por haberme dado palabras de aliento cuando estaba a punto de rendirme, y ahora que estoy a punto de alcanzar mi meta quiero dedicarles todo el trabajo y el esfuerzo que me costó llegar hasta aquí.

Quinto Veliz Johanna Katherine



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho el apoyo de toda mi familia en este sueño que está a punto de hacerse realidad, por creer en mí siempre a pesar de que algunas veces quise desmayar, jamás me dejaron sola en esta larga travesía, agradezco también a mis maestros que aunque su paso por mi formación profesional dejaron una huella de aprendizaje.

Quinto Veliz Johanna Katherine



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

QUINTO VELIZ JOHANNA KATHERINE, portadora de la cedula de ciudadanía 1207521186 estudiante del desarrollo del documento probatorio de la dimensión práctica del examen complejo, previo a la obtención del título de licenciado en comunicación social, declaro que soy autor del presente proyecto de investigación, el mismo que es original, autentico y personal, con el tema:

SEMIÓTICA COMO RECURSO COMUNICACIONAL EN LOS PROGRAMAS DE NOTICIAS ECUATORIANAS.

Todos los efectos académicos ilegales que se desprende de este trabajo es responsabilidad exclusiva del autor.

Johanna Quinto J.
QUINTO VELIZ JOHANNA KATHERINE

C.I: 1207521186



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.

Babahoyo, 26 abril de 2019

En mi calidad de Tutor del *documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo de grado*, designado por el Consejo Directivo con oficio **0041-SCT-FERP**, con fecha **Abril 1 de 2019**, mediante resolución **CD-FAC.C.J.S.E-S0-003-RES-002-2019** certifico que el Sr. (a) (ta) **QUINTO VELIZ JOHANNA KATHERINE**, ha desarrollado el documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo:

SEMIOTICA COMO RECURSO COMUNICACIONAL EN LOS PROGRAMAS
DE NOTICIAS ECUATORIANAS.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del el documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

NURIK FARIÑO, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



RESUMEN

La presente investigación fue realizada en base a su tema general, el cual es la semiótica como recurso comunicacional en los programas de noticias ecuatorianas, que abarca varios temas los cuales son muy beneficiosos para los estudiantes, especialmente para aquellos que se están formando como comunicadores sociales, se tratan temas como la semiótica visual: lo importante que es darse cuenta de cada uno de los detalles al momento de producir un programa de noticias, el lenguaje corporal, los gestos que se deben cuidar, el poder de las manos, la manera de cómo poner los manos y que significa algunos de los movimientos que hacemos con las mismas y los ojos como la ventana de alma. Como técnica de investigación se implementó la Entrevista, la cual fue realizada al señor Ricardo Barreiro Director de Arte del noticiero Tevistazo en Ecuavisa. Se muestran los resultados que se han obtenido de esta investigación, y las técnicas aplicadas que se usaron para realizar el proyecto, para proceder a respectivas conclusiones.

Palabras claves: Investigación, Semiótica, Lenguaje, Entrevista.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor del *documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo de grado*, del (la) Sr.(a)(ta) **QUINTO VELIZ JOHANNA KATHERINE**, cuyo tema es: **SEMIOTICA COMO RECURSO COMUNICACIONAL EN LOS PROGRAMAS DE NOTICIAS ECUATORIANAS.**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti plagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[7%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el *documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo de grado* el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

Documento	Fecha	Porcentaje de Similitud
Documento: [Documento de la Universidad de Babahoyo]	2023-04-27 10:00:00	7%

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

NURIK FARIÑO, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
[COMUNICACIÓN SOCIAL]



RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO DE EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: SEMIÓTICA COMO RECURSO COMUNICACIONAL EN LOS PROGRAMAS DE NOTICIAS ECUATORIANAS.

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: QUINTO VELIZ JOHANNA KATHERINE

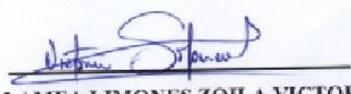
OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8,67

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL


BECILLA GARCÍA LETICIA AURORA
DELEGADA DE LA DECANA


SALAMEA LIMONES ZOILA VICTORIA
DOCENTE ESPECIALISTA


DAHIK SOLIS CECILIA ELIZABETH
DELEGADO DEL CIDE


AB. ISELA BERRUZ
SECRETARIA DE LA FF.CC.JJ.SS.EE

Índice

Introducción.....	10
Desarrollo	12
Justificación	12
Objetivo	13
Sustentos Teóricos	13
Semiótica.	13
Semiótica de la Imagen.	15
Semiótica en medios de comunicación.....	17
La semiótica de la comunicación de masas.	18
Semiótica y comunicación	19
Cultura de masas.	21
Lenguaje corporal	22
El poder de las manos	24
Territorio personal	25
Las ventanas del alma	26
Historia del canal Ecuavisa	27
Técnicas aplicadas	29
Resultados Obtenidos	30
Conclusiones.....	31

Bibliografia..... 33

Introducción.

El presente proyecto se enfocó en el tema la semiótica visual en los programas de noticias ecuatorianos, el cual tomo como objeto de análisis el noticiero “Televistazo” uno de los informativos con mayor credibilidad en el país. La semiótica bien expuesta termina siendo no solo una materia beneficiosa y llena de ejemplos reales, si no que se convierte en una base sólida y necesaria para todos aquellos en que su formación intervengan el desarrollo de la comunicación.

Por medio de la semiótica, los estudiantes podrán reconocer criterios primordiales y podrán emplear la semiótica como un instrumento muy beneficioso en la práctica de la comunicación, sin importar su área de estudio. La expectativa es que al concluir el proyecto el estudiante consiga reconocer de una manera fácil los componentes de la semiótica y así conseguir un soporte estable para el apropiado ejercicio en el campo de programas informativos del Ecuador.

Por esta razón, el presente proyecto aspira que los estudiantes se puedan adaptar con el concepto de semiótica, reconozcan sus componentes, y por ultimo lo lleven a cabo en los programas de noticias ecuatorianos. Además esta investigación busca encontrar con facilidad los objetivos más importantes de la semiótica.

En primer lugar se enfocará en la Justificación donde se dará la importancia que tiene la semiótica en los programas de noticias, luego de esto se da a conocer el objetivo de la semiótica, además de desambiguar el significado de esta ciencia también se desarrollaran los sustentos teóricos donde se analizarán el significado de los conceptos: “signos”, “símbolo”, “ícono” y “señal” entre otros, así como sus diferentes variantes, como también es posible se realizaran las técnicas que se aplicaran en este proyecto para llegar a la recolección de información. Finalmente se dan los resultados obtenidos de acuerdo a la investigación y la entrevista realizada, las técnicas aplicadas en el proyecto, y por ultimo las conclusiones.

El tema semiótica como recurso comunicacional en los programas de noticias ecuatorianas pertenece a la línea de investigación de antropología cultural y audiovisual con su respectiva sub-línea la cual es el desarrollo del conocimiento, capacidades y actitudes prácticas y saludables.

Desarrollo

Justificación

La presente investigación se realizó para aclarar la importancia de la semiótica visual en las producciones de noticias ecuatorianas, la cual tomó objeto de análisis el programa de noticias ‘‘TELEVISTAZO’’ perteneciente al canal Ecuavisa.

Esta investigación es de suma importancia ya que informa de manera clara y concisa sobre la semiótica dentro de un programa de televisión como son las noticias específicamente Ecuatorianas, de esta misma manera es muy sustancial el lenguaje corporal de todas las personas que conforman un set de noticias, porque es en este punto en donde se puede constatar si esta tiene una buena expresión ante un público, si su léxico es extenso y si tiene buena presencia, porque es de mucho agrado que una persona que trabaja en estos programas de televisión sean muy elegantes ante las cámaras así podrán cautivar a los televidentes y mostrar la seguridad que es lo que se debe tener en este medio de comunicación, por estas razones es muy importante la semiótica visual en los programas de noticias ecuatorianos.

En definitiva, me gustaría indicar que este trabajo no concluye las magníficas posibilidades de su materia de indagación, es por esta razón que pretende mostrarlo como una plataforma para futuros estudios que tengan por objeto el análisis en un set de noticias y en cualquier otro aspecto del régimen cultural y de comunicación.

Objetivo

Analizar el noticiero Televistazo del canal Ecuavisa desde la perspectiva de la semiótica visual para que sirva como recurso comunicacional en los canales ecuatorianos.

Sustentos Teóricos

Semiótica.

La semiótica es la ciencia que tiene como objeto el estudio de los signos y su significado, la misma que está orientada a estudiar el entorno y la interpretación de los diferentes tipos de símbolos dados por el ser humano.

Karam que cito a Saussure dice que, Preliminar a la semiótica, se define:

De todos los sistemas de comunicación, la lengua es el más importante. Puede por tanto, concebirse una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social; formaría una parte de la psicología social y la denominaremos semiología. Ella nos enseñará en qué consisten los signos, qué leyes los rigen... La lingüística no es más que una parte de esa ciencia general, las leyes que descubre la semiología serán aplicables a la lingüística, y de este modo ésta se hallará vinculada a un ámbito perfectamente definido en el conjunto de los hechos humanos" (Karam, cit. a Saussure, 2015, pág. 8)

En esta indagación se detalla que la semiótica es una ciencia de la comunicación que asimila la vida de los signos en la relación social, da origen a la disquisición del símbolo y su significante que enlaza a la lingüística a formar parte de ella.

Accede a interpretar los signos y símbolos que conllevan a que se realice la comunicación por la disquisición que se da mediante el significado.

Otra definición sobre la semiótica nos dice que esta se define como una acción en el proceso de tres etapas de las cuales son el objeto, el material y el que lo interpreta, por lo cual se relaciona a la interpretación de la mente del sujeto. Es por esta razón que estos elementos que son opulentos de manera cognitiva representan a las ideas y los pensamientos con las que el sujeto se comunica. En el argumento expuesto en; *Hacia una semiótica de la memoria*, dice:

Es así que la cultura se constituye como un sistema de reglas (códigos) que le permiten al sujeto aprehender su entorno. Este sistema que le permite al hombre construir su relación con el entorno es básicamente un sistema de organización, conservación, transmisión y creación de información. (Ricaurte, 2014, pág. 35).

La semiótica también es el conjunto de códigos que están constituidos por un sistema de símbolos, que les permite al individuo relacionarse con el entorno, y socializando la transmisión de información. Los signos son empleados como promotor de información, el cual codifica un mensaje manipulando un sistema de normas con lo que el sujeto pueda relacionarse con el medio y obtener más información relevante sobre lo que se investiga.

El escrito: *La semiótica, es una ciencia humana. Propuesta para superar algunas ciénagas epistemológicas*, nos habla que:

Una vez redefinido el objeto de estudio de la Semiótica cuando deja de ser el signo y pasa a ser los procesos de producción de sentido (semiosis), se resuelve uno de los principales obstáculos por los que atravesaba la Semiótica para poder definirse

como ciencia ya que una de las críticas que se le hacía era acerca del concepto de signo. (Del Valle, 2015, pág. 6).

La semiología como ciencia estudia la semiosis, es decir el proceso de la representación de los signos y el significante que se ha generado mentalmente para la expresión de los códigos visuales a través del mensaje. La representación está construida de manera imaginaria, y es así que existe la base de la comunicación en los seres humanos, pues es así que por medio de la semiosis es que el ser establece la expresión lingüística.

Semiótica de la Imagen.

La semiótica de la imagen aborda el estudio de un signo icónico en las técnicas de significación a partir de la imagen, transmite un amplio conocimiento de información visual, detallando un análisis de colores, formas, textura, iconos y composición, está relacionada con quien expresa el gráfico y esta a su vez tiene como objetivo lograr un conocimiento al receptor. Dando como efecto la semiótica que se relaciona con varios modelos explicativos en el proceso semiótico de la comunicación con la manera de entender la representación de un contenidos referente.

En la tesis: "Diseño De Imagen Global Y Tratamiento De Marca De La Quinta Arrobita" se expresa:

La semiótica de la imagen comprende dos grupos en los signos y los sistemas en donde ocupan la parte no verbal. Los sistemas de comunicación no verbales son aquellos que utilizan cualidades fónicas y que utiliza signos emocionales para que con sus componentes maten los demás sentidos y se conviertan en sistemas o

enunciados verbales, mientras que el signo idealiza un concepto mental de ciertas cosas concretas o abstractas de una forma real o no real. (Carvajal, 2015, pág. 41).

La semiología considera dos grupos de signos visuales, al relacionarse de una comunicación no verbal que se interpone en el uso de fotografías, es necesario tener claro que no existe un ligado de reglas que accede una óptima acogida e interpretación de un mensaje mediante la exhibición de un gráfico. Así como los signos indagán a producir una contestación inmediata en los individuos, la fotografía va un paso delante ya que aparte de originar una respuesta inmediata busca despertar una conmoción o un estremecimiento en los receptores mediante la asociación de una imagen a una idea de un concepto social.

Seguidamente de que las imágenes no sean tan reales, se abre la posibilidad de que estas puedan ser manejadas voluntariamente con el fin de llevar un mensaje concreto anticipadamente ideado por el autor, a un grupo objetivo con particularidades específicas en un momento explícito. Puede ser necesaria una composición entre lo nativo y lo imaginario de una imagen para aumentar su trascendencia de popularidad en los espectadores, es decir que se analiza el contexto y la forma que programa una imagen al momento de descifrar el mensaje.

En el mundo de las iconografías se presta la definición de contenidos abstractos, relacionando los efectos retóricos en la trama de la fotografía de las que surgen en los canales de noticia en especial en Ecuavisa programa Televistazo de Ecuador y es aquí en donde la semiótica juega el papel más importante

Esta semiótica tiene como meta el estudio de las estéticas de la imagen en donde acoge la reforma de una fotografía en la desviación de su cronometría, textura y dimensión, la forma visual de la semántica se concierne con la estética que refleja una figura en su contexto, la forma en que el usuario define la manera de expresar y transmitir un mensaje visual por medio de una

representación gráfica. La representación gráfica de la semiosis en el estudio de la imagen y de la comunicación visual, está abierto al perímetro de la producción visual y estética de una figura, al ver una foto en cualquier programa de noticias, ya sea de una cultura, política o cualquier aspecto que permita estudiar su interpretación, la imagen implica la sintaxis o la recepción de lo icónico.

Hoy en día la imagen representa lo visual que a su vez manifiesta el aspecto o semejanza de una persona, implantando diferentes ficticios del aspecto físico al ser alterado por retoques o diversos efectos visuales que cambian el aspecto visual de un objeto real. Una imagen puede transmitir varios mensajes esto es dependiendo de la persona que recibe un cuadro por medio de su deducción.

Semiótica en medios de comunicación.

En primer lugar, la representación de un campo semiótico podría parecer una lista de conductas comunicativas, con lo que propondría solo una de las hipótesis que guían la presente indagación "La semiótica estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación, y sin embargo, cada uno de dichos conocimientos parece subsistir solo porque por debajo de ellos se instituye un sistema de significación. Es absolutamente inevitable aclarar de una vez por todas estas desenvolturas, para evitar peligrosos equívocos y para escapar de una opción que algunos aprovechados asignan como inquebrantable: es de todo punto cierto que existe una gran disconformidad entre una semiótica de la comunicación y una semiótica de la significación, pero no por ello debe dicha distinción acabar en una oposición sin posibles mediaciones. Especifiquemos, entonces, que un proceso comunicativo es como el paso de una señal (lo que no significa necesariamente "un signo") desde una fuente, a través de un transmisor, a lo largo de una

canal, hasta un destinatario (o punto de destino). En un proceso entre máquina y otra, la señal o tiene capacidad "significante".

En tal caso no hay comunicación, aun cuando e pueda decir efectivamente que hay paso de información. En cambio, cuando el destinatario es un ser humano (y no es necesario que la fuente sea también un ser humano), con tal que emita una señal de acuerdo con las reglas conocidas por el destinatario humano), estamos ante un proceso de comunicación, siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta interpretativa de destinatario.

El proceso de comunicación se verifica solo cuando existe un código que el cual es un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes, siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario representa otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación, ahora bien, debe quedar claro que el acto perceptivo del destinatario y su comportamiento interpretativo no son condiciones necesarias para la relación de significación: basta con que el código establezca una correspondencia entre lo que representa y lo representado, correspondencia válida para cualquier destinatario posible, aun cuando de hecho n exista ni pueda existir destinatario alguno. Por tanto, un sistema de significación es una construcción semiótica autónoma que posee modalidades de existencia totalmente abstracta, independiente de cualquier posible acto de comunicación que las actualice.

La semiótica de la comunicación de masas.

La semiótica de la comunicación de masas ha sido entendida "como una disciplina que se ocupa del análisis de los diferentes sistemas de signos y modelos discursivo que constituyen los mensajes de la comunicación de masas" (Moragas, 2016, pág. 19). Por tanto, la tarea de esta

disciplina, como en general de la semiótica, residirá en investigar, por una parte, cómo desempeñan las estructuras expresivas (los significantes) y por otra, las distribuciones del contenido (los significados), así como las recíprocas relaciones, la función semiótica y el grado de ilegalidad que las enlaza.

Es necesario acordarse que el estudio de imágenes son texto no verbales que auxilian a percibir mejor cierto tipo de publicidad, a la cual esta uno arriesgado a todas horas del día, como por ejemplo las imágenes que se transmiten en la televisión en programas, anuncios, etc... esto se debe a que la emisión televisiva, o el elemento icónico ofrece, de antemano, sus cualidades físicas como tamaño, color así como detalles de fondo y forma.

Por su parte (Sánchez Guzmán, 2016) hace saber que "La publicidad, como modelo de comunicación ofrece una base teórica de gran utilidad para conocer los procesos por los cuales un productor difunde una propuesta de compra persuasiva de su mercancía entre un conjunto de consumidores anónimos, con perspectivas y gustos diferentes". (pág. 16)

Por tal motivo, el pacto de la publicidad como modelo de comunicación, proporciona manuales constitutivos del proceso de comunicación: una fuente emisora de un mensaje codificado, que llega a través de canales selectos, lo difunde hacia una masa de sujetos con la expectación de provocar en ellos una secuela determinada. Así pues, en el mensaje publicitario, la imagen constituye un componente de especial jerarquía, la aproximación metódica más oportuno a ella parece ser la patrocinada, como punto de partida, el reconocimiento de las funciones de este nivel de comunicación.

Semiótica y comunicación

Desde hace años atrás se ha definido a los humanos como animales simbólicos, es decir, seres capaces de dar sentido al mundo que los rodea mediante el uso de símbolos. Aunque más

progresemos contendremos en definir el símbolo en detalle, de instante podemos razonar que son expresiones que edifican el sentido gracias a alguna alianza o acuerdo. En esta sencilla expresión nos topamos con elementos centrales de la semiótica de la comunicación de masas.

En primer lugar, encontramos las locuciones. La humanidad ha ido inventado diferentes maneras de dar forma a las ideas que se requería transmitir a los demás: primero usando imágenes sencillas, después concibiendo el lenguaje y, desde ese momento, colocando en marcha una eterna cadena de creaciones tecnológicas, desde la escritura a la web o al whatsapp. Nos comunicamos por medio de signos, expresiones que dan forma física, perceptible y manejable a nuestra realidad.

Pero los recuerdos no permiten comunicarnos si no somos capaces de darles sentido. Logramos escuchar a la gente hablar en la calle, pero si no hablamos su lenguaje, si no tenemos la clave para cambiar esos sonidos en ideas, no estamos ante un proceso de comunicación, sino solamente de inteligencia. Aun así, cuando quedamos a punto de cruzar la calle oímos un grito en, digamos, serbocroata, podemos ser capaces de darle sentido y transformarse ante la información de que nos van a atropellar. Es decir, el sentido va más allá del conocimiento del lenguaje, remite en parte a nuestra propia experiencia.

La semiótica se ocupa de los procesos de construcción de sentido (semiosis) es cierto que para ello es necesario estudiar los signos, y que el propio nombre de la disciplina proviene del griego “semeion” que en griego significaba signo o indicio. Pero no todos los signos remiten al mundo de la comunicación de masas: este es un ambiente propio de los humanos y, en preciso, de un momento histórico determinado bien estudiado por los sociólogos, manifiesto por la revolución industrial, los procesos de construcción y la visión de tecnologías de la comunicación que cada día disminuyen más nuestro espacio-tiempo. Alcanzamos saber que llega el otoño porque derriban las hojas de los árboles, que son un signo de esa estación, pero en este juicio no hay intervención

humana. Los signos y los procesos de edificación de sentido que nos interesan son aquellos que se forman en la interacción humana.

Cultura de masas.

Tenemos verificado que los símbolos, y los signos más definitorios de la actividad humana, son fruto de un acuerdo entre humanos. Una particularidad de nuestra especie es que vivimos en sociedad, unos junto a otros, colaborando la misma cultura, en el sentido del antropólogo (Edward_Burnett_Tylor, , 2015) uno de los colonizadores de su disciplina, es “un todo complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, leyes, costumbres y cualquier otra aptitud y hábito adquiridos por el hombre como miembro de la corporación”.

El objetivo de los signos no se origina en el vacío, sino en un argumento social compartido. Bueno fuera que el conflicto de manejar un idioma diferente al materno tiene que ver con ese nivel de confusión de las culturas: no se conoce sólo de conocer y manejar signos lingüísticos, sino de lo cotidiano con pertinentes y obviedades que nuestra cultura de origen a la maniobra y organización de otro modo.

La cultura de masas es un anómalo social ligado a ciertas ciencias aplicadas que han hecho posible la producción, la difusión y el consumo de información por grandes grupos de población. Por medio de estos conjunto de técnicas (de la prensa a la radio, de ahí a la televisión o internet) las prácticas, costumbres y valores se han ido evolucionando, de modo que lo que era en iniciación un extraño local (por ejemplo, la prensa) ha ido revocando los límites del tiempo y del espacio, convirtiéndose en un fenómeno global.

Las ciencias aplicadas han ido modificando las condiciones de producción, difusión y consumo de los productos culturales. Hablando en términos muy generales puede decirse que las

tecnologías de la primera mitad del siglo XX consintieron la producción y difusión de contenidos culturales cuyos métodos estaban hegemonizados y vigilados por instituciones públicas o privadas encaminadas por unos pocos sujetos, mientras que el consumo lo transportaban a cabo grandes grupos. Las tecnologías presentes han hecho posible que muchas personas puedan ocasionar y transmitir productos culturales que llegan también a un gran grupo de sumisos que no sólo los ejecuten, sino que pueden adaptar de ellos, modificarlos y difundirlos a su vez para que lleguen a otros muchos personajes. La forma en la que nos comunicamos es, por tanto, beneficio de las tecnologías, pero estas son producidas en respuesta a esas prácticas sociales.

Por tanto, los productos culturales son el resultado de prácticas que ciertos individuos llevan a cabo en el seno de una sociedad que tiene una cultura. De ahí que expliquemos que los productos culturales son el resultado de “prácticas sociales”. Ahora bien, esas prácticas sociales que están ligadas a los medios que producen, difunden y hacen posible el consumo de productos culturales, consienten un argumento simbólico característico de las sociedades actuales que no puede desligarse, sin embargo, de otras instituciones, prácticas y discursos.

Dicho en otros términos, la cultura masiva no es emancipada de las instituciones políticas, económicas, sociales; de las prácticas que llevan a cabo tanto los sujetos combinados como individuales; de las oraciones que elaboran los varios agentes sociales; de sus valores, de sus creencias, de sus ideales imaginarios.

Lenguaje corporal

El lenguaje corporal es una forma analógica de comunicación, sus expresiones gestuales generan todo una carga de significación que actúa y construye emociones haciéndose más receptiva y representativa, de tal manera que se podría decir que el lenguaje corporal cambia la

concepción o la idea de mundo, es por esto que (Moscovici, 2015), considera que el cuerpo humano es congruente con la evolución del pensamiento social.

De esta manera, el cuerpo y sus movimientos elementales es siempre percibido dentro de los modelos culturales de representación de belleza, salud, fuerza, entre otros. Propone (Muñoz, 2016) "el propio cuerpo como comunicación no-verbal se convierte en una carga heredada e inevitable para el actor quien lo encarna".

Semiótica y cuerpo Es importante aclarar que, aunque el uso vincule más a la semiología a la tradición europea y la semiótica a la tradición anglo-sajona, el término de "Semiótica" tiende a generalizarse. Considera (Guiraud, 2014) que "De Saussure estudia la vida de los signos en el seno de la vida social, mientras que desde Pierce destaca su carácter lógico y formal". (pág. 7)

En este sentido, semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humana.

De esta manera, los aportes teóricos dados a ésta, se deben la aplicación del concepto de signos a todos los hechos significativos de la sociedad humana y sus características regionales del objeto semiótico limitadas a campos como el visual, las prácticas culturales y artísticas (danza, literatura, poesía, urbanismo y arquitectura, cine, teatro, pintura, entre otros) y los "discursos" de carácter social (jurídico, religioso, político, entre otros) propone (Finol , 2017, pág. 101).

Señales claras

En vez de utilizar el lenguaje corporal para sacar conclusiones aceleradas, quizá se deba tomar beneficio de algunos ejemplos de la expresión corporal para optimizar la comunicación, y para transferir de una forma efectiva lo que se quiere expresar. Debemos comenzar a estudiar varios de nuestros gestos, corregirlos o aumentar nuevos.

Judi James es una inglesa especialista en lenguaje corporal que expone varios ejemplos fáciles, como cuidar el contacto visual, mantener buena postura, brindar un saludo de manera amigable, no mover las manos de manera excesiva al hablar, enlazar las manos dócilmente, tener los pies bien puestos en la tierra cuando hablamos con alguien, mantener la cabeza firme y no copiar los gestos de alguien más. Porque los nuestros son los que nos representan.

Además es trascendental la coherencia. ¿Qué quiere decir esto? Que las expresiones deben ir acorde a las palabras. Judi James propone que hay que prestar atención si las palabras y los gestos no manifiestan lo mismo. Esto es lo que pasa cuando alguien está mintiendo. Sus palabras pueden ser seguras, pero al momento de hablar, su cara y su cuerpo reaccionan ante la mentira. Es entonces cuando se notan algunos signos, por ejemplo la sudoración o la comezón en la nariz, que son conocidas como el efecto pinocho. Para James, la expresión del rostro debe ir a la misma velocidad de lo que se está hablando, de esta forma queda claro que constituyen el proceso de pensamiento. Los signos de honestidad se anteponen algunos segundos a las palabras porque el cerebro tarda menos en generar movimientos que en formular oraciones.

El poder de las manos

Las manos son una parte muy significativa en el lenguaje corporal porque son un apoyo al momento de expresarnos cuando no encontramos palabras y además nos ayudan a poder comunicarnos con los demás gracias al sentido del tacto. Desde tiempo atrás mostrar las palmas de las manos se asoció con la honestidad, es la manifestación de que no hay nada que esconder, por el contrario cuando están ocultas en los bolsillos o al cruzar los brazos, puede dar a notar que no se tiene nada para decir o que se está ocultando algo.

La manera en la que ponen las manos al momento de saludar también tiene su significado. Si al momento de saludar ponemos nuestra mano sobre la de la otra persona, puede expresar un signo de mando. Para conseguir un saludo de igualdad, es preciso que las manos de ambos estén en posición vertical.

¿Qué debemos hacer con los brazos? Se pueden dejar sueltos, a un lado del cuerpo, porque eso da la impresión de que estamos accesibles para escuchar a los demás. Usualmente, los brazos cruzados pueden mostrar desinterés, desconformidad o una postura cerrada por desconfianza con la otra persona. Pero como ya se mencionó anteriormente, no podemos quedarnos solo con la idea de que está mal usar esa postura para hablar con alguien ya que si bien es cierto que es una postura muy cómoda para conversar, o para cubrirnos del frío.

Territorio personal

El uso de un espacio que rodea el cuerpo, es algo preciso para desplazarse con total comodidad, además de que expresa aceptación o rechazo, intimidad o lejanía, poder o sumisión. La extensión de esa zona dependerá del tamaño en que la persona creció; pero en la mayoría de los casos, la invasión de ese territorio que se considera personal causa contrariedad e incluso agresividad. Un estudio reveló que a partir de la década de los 90 aumentó la violencia entre los pasajeros que viajaban en aviones, en el momento en que las aerolíneas empezaron a sentar a la gente más junta para disminuir costos.

Por esta razón, quizá tenemos que tener muy en cuenta con quien entablamos una conversación y con quien se debe mantener la distancia. Probablemente, en algunas ocasiones los demás no se sientan cómodos hablando con nosotros porque tal vez sin querer estamos irrumpiendo en su espacio personal, y debemos ser muy prudentes con respecto a eso para que la otra persona no se sienta incomoda.

Adquirimos algunos gestos de nuestros padres y además puede ocurrir que comencemos a familiarizarnos con los gestos de nuestra pareja, de nuestros amigos o compañeros de trabajo. En conclusión, puede ser que en algunos casos comencemos a imitar a la gente con la que pasamos un lapso de tiempo más largo. Esto expresa de nuestra parte que nos sentimos en confianza, que hay simpatía y que nos sentimos cómodos en nuestro círculo social. Estar pendientes al lenguaje corporal puede ayudarnos a comunicarnos de una mejor manera, pero esta solo es una opción de varias. Como por ejemplo. Interesarnos más por conocer a los demás es un ejercicio diario que requiere gestos, palabras y sinceridad.

Las ventanas del alma

Se ha escuchado decir hace mucho tiempo atrás que los ojos son el reflejo o la ventana del alma, que a través de ellos se pueden transmitir enojo, alegría, furia, por esta razón, si durante una conversación se mantiene el contacto visual, es posible que podamos comprender la actitud de las personas. ‘Cuando alguien tiene un buen día y se siente bien, cuando encuentran la salida a sus problemas, cuando ve imágenes que son agradables, las pupilas tienden a dilatarse hasta cuatro veces su tamaño original. Con diferencia e esto, cuando una persona no muestra interés con algo o está molesto o enojado, se contraen’.

Hasta tal punto son expresivos los que ojos que, en los tiempo antiguos, los vendedores chinos de jade miraban las pupilas de los compradores para así poder saber qué clase de objeto o joyas les podría interesar. Pero también el sexo femenino tiene la habilidad de ser especialistas en leer la mirada. Un estudio realizado por la universidad de Harvard comprobó que las mujeres tienen mayor capacidad que los hombres para darse cuenta del estado de ánimo que se manifiesta a través de los ojos.

Esta destreza femenina y natural de entender las señales es nada más y nada menos uno de los elementos de lo que es mundialmente conocido como la intuición femenina o sexto sentido, el cual se desarrolla de mayor manera en aquellas mujeres que ya han experimentado la etapa de ser madres, ya que durante los primeros años de vida de sus hijos, las madres deben aprender a manejar el lenguaje no verbal debido a que sus bebés aun no aprenden a hablar.

Historia del canal Ecuavisa

La historia de la televisión ecuatoriana no sería la misma desde aquel 1 de marzo de 1967. En la cual se dio inicio al primer noticiero producido en Guayaquil, con todos sus personajes listos para producir profesionalmente este espacio televisivo. Todo un equipo humano que le apostaba a un sueño, que es ser líderes en la información.

Es así que Ecuavisa nació como canal 2, por iniciativa y esfuerzos de su fundador Xavier Alvarado Roca, esta joven empresa tuvo el apoyo de canal 7 de Miami, dirigido por Sídney Ansin. Tiempo después el canal abrió su cobertura a todo el territorio nacional para el montaje del canal 8 en Quito donde, el fundador se asoció con Jorge Mantilla quien era el director del diario El Comercio en esos años, esta señal se inauguró el 1 de Junio de 1970 y se denominó "Cadena de la Unidad Nacional". Poco después se iniciaron las primeras transmisiones a color, en los días que el canal afianzaba su sello noticioso y de entretenimiento.

Ecuavisa apostó desde un principio por la producción nacional, entre la audacia y el entusiasmo de sus colaboradores, pero no solo es entretenimiento familiar. El quehacer periodístico requiere de una gran responsabilidad y compromiso social y esas cualidades las tiene su noticiero "Televistazo" que día tras día, goza de la confianza de los ecuatorianos.

El hombre insigne de este espacio es Don Alfonso Espinoza de los Monteros, que en mayo del año pasado logro acreditarse con el "anchor de noticias con más años al aire ininterrumpidamente, logro que fue reconocido por varios medios de comunicación nacional e internacional. Aparte de esto Ecuavisa no solo transmite aquí en Ecuador sino también en EE.UU, detrás de esta gran empresa, hay un grupo enorme de personas que trabajan para llevar lo mejor de la televisión a sus casas.

Técnicas aplicadas

Las técnicas aplicadas en la investigación fueron las siguientes:

El presente trabajo aborda el estudio del análisis semiótico en el Noticiero Televistazo desde la dimensión sintáctica, semántica y pragmática, aproximándose a un modelo que permita dar cuenta de la relación entre los tipos de signos que componen el texto, y las implicaciones discursivas de los mismos. Parte de una investigación que indagaba por la forma como en los canales de televisión algunos programas apelaban a una imagen de país para afianzar su concepto comunicativo.

A partir de dicha experiencia metodológica, el presente proyecto reflexiona en torno a la posibilidad de utilizar las herramientas del análisis del discurso y la semiótica para configurar un modo de comprender las dinámicas comunicativas que promueven los noticieros ecuatorianos. En ese sentido, reconstruiremos en primera instancia el panorama conceptual con el cual se asumió el problema de investigación, para pasar luego a una ilustración de la metodología empleada. En un tercer momento se revisarán los hallazgos principales de la investigación; al final, se propondrán unas líneas de reflexión en torno a la viabilidad de análisis crítico del discurso y la semiótica para ofrecer canales de comprensión a la comunicación publicitaria.

En una investigación cualitativa exploratoria que busca profundizar en los contenidos ideológicos presentes en el Noticiero seleccionado, es necesario profundizar en la comprensión de los mismos desde lo lingüístico y lo semiótico.

Otro enfoque es el de la observación ya que se analizó la parte de la semiótica visual del programa de noticias “TELEVISTAZO”, cuyo canal de Televisión es Ecuavisa; a través de una entrevista vía telefónica que se realizó al Director de arte Ricardo Barreiro para de esta manera poder obtener información más verídica sobre el tema, así se pudo llegar a una conclusión más

específica y real para poder entender la semiótica visual en el programa de televisión antes mencionado.

Resultados Obtenidos

En base a la investigación realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

- Los resultados obtenidos han sido muy satisfactorios por el motivo de que se ha obtenido información muy útil sobre temas que no se conocían y que son de mucha ayuda para aquellos que se están formando en el área de la comunicación, además el proyecto cuenta con información proporcionada por una persona que tiene una amplia experiencia en el tema de la semiótica visual en programas de noticias.
- Esta información tuvo resultados muy satisfactorios tanto para el que realizó la investigación como para los que en algún futuro los realicen y podrán enfocarse un poco más sobre la semiótica en los noticieros Ecuatorianos, esto nos lleva a darnos cuenta que se debe estar bien preparados en todo lo que se debe realizar dentro de un set de noticias, llevarnos a el mundo por encima de todo exponiendo todos nuestros conocimientos de una mejor manera y de forma profesional para que los televidentes nos vean con atención y así poder ganar su atención.
- Se obtuvo como resultado el análisis completo que se efectuó en el noticiero Televistazo en Ecuavisa Ecuador, todos los preparativos, cada movimiento, cada palabra que se expresaba dentro del set de noticias, cual es la forma correcta de intervenir en un noticiero, su elegancia tanto física como verbal mientras los presentadores realizan su intervención, todo eso se evaluó en el análisis que se realizó mediante la observación del noticiero.

Conclusiones

En base al tema planteado se llega a las siguientes conclusiones:

- Se concluye que la semiótica es muy trascendental y con esta investigación que se realizó se conoce con más claridad cómo trabaja la semiótica visual en un programa informativo, desde el porqué de los colores que se utilizan en el set, hasta el tipo de vestuario que deben utilizar presentadores de noticias.
- La información brindada también dejó como enseñanza, que se necesita más que solo buena presencia para poder brindar información, lo primordial es mostrar seguridad, lo cual le otorga mucha credibilidad al presentador y a la marca.
- En el presente proyecto se logra evidenciar también la forma correcta de informar y el motivo del por qué la información que contiene un noticiero es de mucho beneficio para quien lo transmite y para los televidentes, cabe recalcar que de esta manera se tiene un mayor conocimiento sobre la jerarquía de los temas que aquí se tratan, en especial este tema será de gran ayuda para los futuros comunicadores, es decir a los estudiantes que se están formando para trabajar en dicha carrera.
- Por último el lenguaje corporal al igual que la semiótica visual es de gran importancia, al momento de armar un set de televisión para realizar un programa de noticias, es decir se debe tener bien en claro que en este tipo de producción es muy importante tener en cuenta todos los detalles e inclusive el más mínimo.

Bibliografía

Bustos,C.,Kurban,A.(2016). Eficiencia energética: análisis semiótico del soporte audiovisual. *repositorio institucional de la unlp.vol(4).10-45.*

Zumba,T.(2017). *Análisis semiótico visual de los contenidos en la red social Instagram en jóvenes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.*(tesis de pregrado).Universidad de Guayaquil.Guayaquil.

Carvajal,G.(2017) *La ausencia del uso de reglas de composición artística en los procesos de la comunicación visual en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Guayaquil.*(tesis de pregrado).Universidad de Guayaquil.Guayaquil.

Wolf,M.(2016).*la investigación de la comunicación de masas.*Trento,Italia. Paidós.

Finol,J.(Ed.).(2017).*La corpófera antropo-semiótica de las cartografías del cuerpo.*Quito,Ecuador.Ciespal.

García,J.(2016). El enfoque semiótico como método de análisis formal de la comunicación persuasiva y publicitaria. *Dialogía Revista de lingüística, literatura y cultura.vol(10).90-91.*

Rodríguez,G.,García,M.,Arañas,A.(2016). Lenguaje no verbal complemento para un mensaje comunicativo efectivo.*Islas. 58 (182).18-20.*

Fontanille,J.(2017).*Cuerpo y Sentido.*Lima-Peru.Fondo

Karam,T.(2015).introducción a la semiótica.*Portal comunicación.vol(16).7-8.*

Guevara,L.(2017).Comunicación y poder. *CTSafe.vol(1).5-6.*

Pante,M.(2017).Análisis semiótico de la imagen.*dspace.vol(1).88-96*

Romero,L.,De Casas,P.,Torres,A.(2015). Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión. *LearnTechLib The Learning & Technology Library.vol(10)*.12-13.

Ricaurte,P.(2014).Hacia una semiótica de la memoria.*Scielo.vol(8)*.9-11.

Perez,J.(2015). Semiótica de comunicación de masas: los términos de la cuestión. *Analisi.vol(7)*.2-4.

Solis,M.,Becerra,J.,Stange,V.,Rodrigues,B.(2018). Noticias del Fondo Greimas de Semiótica.*Tipicos del semanario.vol(2)*.4-5.

ANEXOS

Entrevista realizada al Señor Ricardo Barreiro, Director de Arte del noticiero “TELEVISTAZO” en Ecuavisa



1.- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de Dirección de Arte y cuál es su experiencia laboral?

En el área de dirección llevo trabajando 15 años, en esta misma área eh trabajado de productor, editor, realizador y combinando toda mi experiencia con lo que es la parte académica comencé a ascender en distintos puestos aprendiendo muchas más cosas para poder abarcar en lo que estoy ahora como director creativo en el noticiero de Televistazo que es otro tipo producción diferente a la producción de novelas dramáticas y shows en vivo.

2.- ¿De qué se encarga un director de arte dentro de la producción de un noticiero?

No solo se maneja una dirección de arte si no que más bien se tiene que hacer una producción y una dirección porque no solamente se tiene un producto completo me refiero a que dentro de un noticiero es distinto a cualquier tipo de producción porque es un género informativo, y en este caso hay que cuidar todo lo que se quiere informar para que pueda ser visto de una manera que se entienda y se ligue el contenido de la noticia y lo que es la imagen.

El director creativo trabaja y se encarga de hablar con los camarógrafos a para decir cuáles son los encuadres que quiere y que es lo que necesita, habla también con los reporteros para que ellos le digan que temas se quieren tratar y entonces se les propone de qué manera manejar su estilo periodístico, lo ideal sería que un director de arte pudiera estar en todas las coberturas que hacen los reporteros pero no se puede , en este caso se les dan recomendaciones de todo lo que deben hacer, todo eso se va sumando al equipo de producción y de los editores; es decir es una pieza que se va engranando, además hay que cuidar mucho las imágenes, que no se vea algo demasiado sangriento porque nosotros no vendemos esa línea editorial .

3.- ¿Es muy importante el lenguaje corporal en los presentadores de noticias?

Si es bastante importante, si lo que se quiere vender en este caso es noticias, lo que se necesita dar es credibilidad, esto se refleja en la postura de la persona que está hablando, si se la nota nerviosa, el televidente no le va a creer entonces va a causar pánico en lugar de tranquilidad que es lo que se debería transmitir.

El estar en un noticiero es una responsabilidad más grande que estar en cualquier otro tipo de producción, porque las personas ven las noticias para informarse y dependiendo de eso pueden tomar decisiones que sean buenas o malas, entonces si se va a poner a una persona que está nerviosa, que no se para bien, que tartamudea, no va a funcionar y no va a ser contraproducente para la persona que está saliendo en pantalla, si no para la marca porque pierde credibilidad y prestigio que es lo que se quiere ganar en este tipo de producción.

4.- ¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir una persona para poder aparecer en pantalla como presentador de noticias?

Entre los requisitos creo que se deberían unir dos cosas que son: dirección de noticias y que tenga experiencia en el campo; siempre al estar en una producción se debe pensar en que “que pasaría si “, es decir pensar en todo lo malo que pudiera pasar, para así poder prevenir, un buen director o productor en este caso no es el que siempre le resuelve las cosas a todos, si no el que previene todo lo que pueda pasar ; si se va a tener a un presentador que no tiene experiencia en el campo y alguna vez se llega a ir del aire el telepronter y no sabe sobre el tema va a quedar de alguna manera mal y no va a saber qué hacer.

5. ¿Cuáles son los parámetros más importantes que deben cumplir los productores de imagen?

Deben darse cuenta de los detalles y entender todos los conceptos de imagen y estética de la línea que se está siguiendo y de la producción que se está manejando, es decir como mencione anteriormente si se van a vender los conceptos de credibilidad y de experiencia, lo que se debe crear es ese ambiente en todo y darse cuenta de los detalles y los encuadres que estén bien hechos ,que en los temas especiales haya un factor diferenciador de la marca con respecto a los otros noticieros no tratar de buscar referencias.

Entre mis funciones esta ser jefe del área de gráficos y director del área de noticias, entonces soy yo el que se encarga de crear las campañas de promociones que aparecen en el noticiero, de amanecer, de comunidad soy yo el que las escribe, dirige, graba, edita y produce.

El rol principal de un productor, es que debe de saber de todos los procesos de producción, para ser un buen productor de imagen porque el producto final es un producto que viene hecho por más personas, y todos los televidentes tienen que tener clara la idea de lo que se quiere mostrar.

6.- ¿En que está basada la estética visual del programa de noticias “TELEVISTAZO”?

Sigue la misión y la visión de Ecuavisa, eh manejado diferentes tipos de producciones pero como decía al inicio la producción de noticias es totalmente diferente, entonces lo que trato de cuidar en la estética visual básicamente es la marca de Televistazo que es Ecuavisa, la analogía es esta por ejemplo si se piensa en Ecuador, en noticias se piensa en Televistazo; pero si se piensa en Televistazo, se piensa en Ecuavisa; es decir hay que cuidar mucho la marca voy hacer una comparación con coca cola, por ejemplo esta marca te da a vender felicidad y la estética visual que van a manejar ellos siempre, va a ser algo alegre, mi visión de la estética visual del noticiero es vender experiencia y credibilidad, por eso trato de seguir los principios básicos de lo que es la estética visual.

Además siempre el presentador debe estar bien vestido, es muy importante la ropa que va a utilizar, por ejemplo para anunciar una tragedia no se va a vestir con algo que llame la atención, porque siempre deben seguir el hilo conductor de lo que se está diciendo tiene que haber concordancia entre lo que se informa y lo que se ve, tiene que ser manejado de una manera prolija y además tratar de que el noticiero lo entienda desde un niño hasta un adulto; en el área de los colores siempre se busca manejar los que siempre se han usado, que son los que representan seguridad y credibilidad

Análisis semiótico del programa de noticias “TELEVISTAZO”

El noticiero el cual ha sido elegido para ser analizado es el noticiero “TELEVISTAZO” en horario de 13:00h de Ecuavisa el cual es transmitido por el canal 2 cuyos presentadores son María Isabel De Lebed, Gabriela Báez y Pedro Jiménez.

El noticiero empieza mostrando el logotipo de Ecuavisa con un efecto de sonido. El logotipo es una esfera doble que representa la forma del planeta tierra con una letra ‘N’ formada por tres líneas horizontales y tres inclinadas con un fondo color azul con rallas blancas y al casi finalizar la transición del logotipo aparece en letras pequeñas la palabra titulares.



Después comienza una especie de resumen de 6 noticias las más relevantes de las cuales 3 son nacionales 1 internacional 1 de deportes y de farándula, se expone el nombre de las mismas, una serie de imágenes que corresponden a los sucesos y una voz en off narra de una manera breve la noticia.



Después de cada titular se muestra una transición de un par de segundos con el logo de Ecuavisa y un efecto de sonido como fondo.



Luego aparece el logo de “TELEVISTAZO” y una voz anuncia a los presentadores del programa María Isabel De Lebed, Gabriela Báez y Pedro Jiménez.



Después aparecen en una toma panorámica que enfoca a dos presentadores sentados en un escritorio en forma de “U” de color plateado rodeados de pantallas que muestran el logo de Ecuavisa.



Luego de lo anterior mencionado los presentadores empiezan a saludar a los televidentes cuando la segunda persona en saludar concluye le da paso a la tercera la cual es la que inicia con la presentación de las noticias.



Después solo queda un solo presentador en la pantalla el cual como anteriormente se menciona es el que desarrolla la noticia y así de la misma manera un presentador le da pase al otro para continuar con la siguiente noticia en la imagen se puede apreciar que al iniciar a enfocar a cada uno de los presentadores en la parte inferior de la imagen aparece su respectivo nombre.



Después de las noticias principales se presenta un segmento de deporte llamado estadio tv el cual está a cargo de Teo Pozo el logo del segmento es la palabra Estadio con letras color blanco y un fondo azul que es su parte inferior refleja las letras en forma de espejo después de eso aparece un balón todo lo antes mencionado al entrar el programa se presenta como una transición de imágenes.



A continuación del el segmento de deportes “Estadio TV” continua una nota intercultural que es un reportaje sobre alguna etnia, lugar turístico, o alguna nota novedosa del País.



Al terminar la nota intercultural empieza el segmento de farándula llamado “GENTE” el cual es presentado por Gabriela Báez en este espacio se presentan noticias nacionales e internacionales relacionadas con personas del medio del espectáculo o algún tipo de evento importante dentro o fuera del país el logo del segmento es la palabra “GENTE” que tiene un color de fondo morado y azul con los bordes de las letras blancos



Al finalizar el programa los presentadores se despiden la pantalla se divide en tres mostrándolos en pantallas divididas en la parte inferior aparecen las frecuencias de radios por las cuales también se puede escuchar la transmisión de los noticieros acompañada en la parte inferior derecha por el logo de Ecuavisa.



Cuando el programa ha terminado aparece la palabra "Televistazo" (nombre del programa) acompañada del logo de Ecuavisa en el costado izquierdo el fondo de la transición es azul con una esfera que asemeja a las imágenes registradas del planeta tierra.



Conclusión

En conclusión los noticieros o programas de noticias que se transmiten son una parte importante e indispensable del horario diario de la gran parte de los canales de televisión, se tiene claro que la mayoría de los canales buscan tener la mayor cantidad de audiencia y está más que cualquier otro programa se la da los informativos, por eso motivo se llega a la conclusión de que se debe tener muy en cuenta la semiótica visual al momento de producirlos, es decir; los colores, los fondos, las imágenes, la forma en que se visten los presentadores y el lenguaje corporal que es una partes indispensables de dichos informativos ya que un comunicador debe aprender a manejar su cuerpo y expresar con él, lo que algunas veces no pueden expresar las palabras.

AUTORA: JOHANNA QUINTO VELIZ