



ESCUELA DE PERIODISMO JAIME BAUSATE Y MEZA

UNIVERSIDAD : LEY N° 29278

ESCUELA DE PERIODISMO JAIME BAUSATE Y MEZA

UNIVERSIDAD : LEY N° 29278



PUBLICIDAD, SENSACIONALISMO Y RATING DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS DE LA MAÑANA DE LOS CANALES DE SEÑAL ABIERTA DE LIMA METROPOLITANA, EN EL 2011

Tesis para optar el Título de Licenciado en Periodismo, que presenta
la bachiller:

HELEN MELISSA SÁNCHEZ PAJUELO

ASESORA: Mg. Eliana Novoa

Lima, junio del 2013



Dedicatoria:

A mis padres por brindarme la vida y el apoyo para alcanzar mis metas profesionales.

A mi hermano, compañeros de trabajo, y amigos por compartir y celebrar mis triunfos.

ÍNDICE

CAPÍTULO I: Metodología de la Investigación

1.1	Descripción de la realidad problemática.....	13
1.2	Formulación del problema.....	15
1.2.1	Problema general.....	15
1.2.2	Problemas específicos.....	15
1.3	Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1	Objetivo general.....	16
1.3.2	Objetivos específicos.....	16
1.4	Justificación de la investigación.....	16
1.5	Delimitación de la investigación.....	17
1.5.1	Delimitación espacial.....	17
1.5.2	Delimitación temporal.....	17
1.5.3	Delimitación teórica.....	17
1.6	Hipótesis.....	17
1.6.1	Hipótesis general.....	17
1.6.2	Hipótesis específicas.....	17
1.7	Variables e indicadores.....	18
1.7.1	Variables.....	18
1.7.2	Indicadores.....	18
1.8	Estrategia metodológica.....	18
1.8.1	Diseño de la investigación.....	18
1.8.2	Técnicas de investigación.....	19
1.8.2.1	Según la metodología de Krippendorff.....	19
1.8.2.2	Según la metodología de Van Dijk.....	20
1.8.3	Población y muestra.....	22
1.8.3.1	Población.....	22
1.8.3.2	Muestra.....	22

CAPÍTULO II: Marco Teórico

2.1	Antecedentes de la investigación.....	25
2.2	Bases teóricas.....	34
2.2.1	Teoría de la agenda- setting.....	34
2.2.2	Teoría funcionalista de la comunicación.....	36
2.2.3	Teoría de la sociología de la producción de mensajes.....	39
2.2.4	Teoría de las industrias culturales.....	41
2.2.5	Teoría del homo videns. La sociedad teledirigida.....	42
2.3	Sensacionalismo periodístico.....	44
2.3.1	Orígenes del sensacionalismo periodístico.....	48
2.3.2	Función del sensacionalismo periodístico.....	50
2.4	La televisión.....	51
2.4.1	La televisión como medio de comunicación.....	51
2.4.2	La televisión basura o “telebasura” en el Perú.....	53

2.4.3	Los noticieros televisivos.....	54
2.5	La publicidad.....	56
2.5.1	La publicidad en la televisión.....	57
2.6	Definición de términos básicos.....	58

CAPÍTULO III: Contrastación de Hipótesis

3.1	Análisis de los datos.....	62
3.1.1	Hipótesis específicas.....	62
3.1.2	Hipótesis general.....	69

CAPÍTULO IV: Ética Periodística

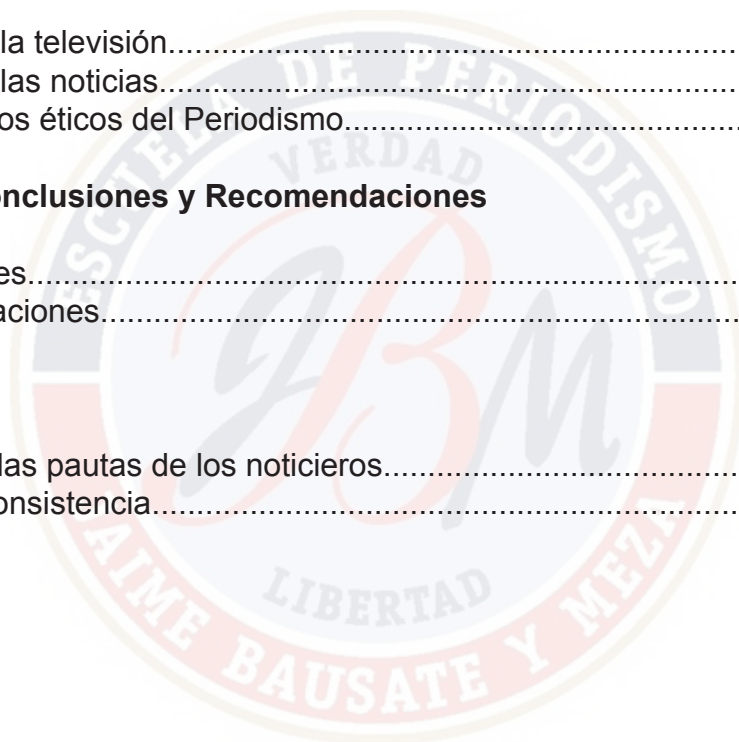
4.1	La ética en la televisión.....	77
4.2	La ética en las noticias.....	77
4.3	Fundamentos éticos del Periodismo.....	78

CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1	Conclusiones.....	81
5.2	Recomendaciones.....	81

ANEXOS

•	Tablas con las pautas de los noticieros.....	85
•	Matriz de consistencia.....	102



INTRODUCCIÓN

El sensacionalismo en la televisión ha crecido de forma acelerada en los últimos años. Las noticias sobre atropellos, muertes, violaciones son titulares abridores en todos los programas periodísticos, especialmente en los noticieros televisivos de la mañana.

Este exceso de informes sangrientos es causa de investigación, ya que se han convertido en un espectáculo tanto para los que difunden estas noticias como para los televidentes, y eso se evidencia en los altos índices de rating que consiguen los noticieros de televisión.

A partir de estas premisas, el desarrollo de este trabajo buscará describir las razones por las cuales abundan las noticias sensacionalistas en los noticieros televisivos de la mañana, teniendo como factores de influencia a la publicidad y el rating.

En el primer capítulo se detalla la Metodología de la Investigación de esta tesis. Se comienza describiendo la realidad problemática, seguido por la formulación del problema, objetivos, justificación, y delimitación de la investigación. Seguido de esto, se incluyen las hipótesis, variables, indicadores y la estrategia metodológica.

En el segundo capítulo se muestra el Marco Teórico, donde se hace referencia a las publicaciones que sirvieron en la investigación. Además, se presenta las bases teóricas que sirvieron para el entendimiento de los términos involucrados en el estudio, como: sensacionalismo, televisión, etc.

En el tercer capítulo se contrastarán las hipótesis, aplicando las metodologías de Krippendorff y Van Dijk, en las pautas realizadas a los noticieros investigados. También, se introducirán declaraciones de profesionales que corroboraron con las hipótesis.

En el cuarto capítulo se añadirán conceptos éticos para la labor de los periodistas y los contenidos informativos que se emiten en televisión.

Por último, en el capítulo cuatro se presentarán las principales conclusiones y se harán recomendaciones.

CAPÍTULO I :



METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad problemática

La televisión es el medio de comunicación de mayor aceptación por la población, pues dentro de una sociedad globalizada, el hombre es, de por sí, un homo videns, tal como lo sostiene Giovanni Sartori, en su obra *Homo Videns: La sociedad teledirigida*; debido a que el ser humano socializa con imágenes diariamente y las adopta como parte inherente de sus vidas.

Este medio visual es importante, además, por el factor socializador con el que cuenta, pues al llegar la señal a todos los hogares y clases sociales, crea lazos intercomunicacionales entre los televidentes, quienes se benefician al recibir noticias del acontecer nacional e internacional. Asimismo, este medio de comunicación, que es la televisión, brinda una diversidad de programas, lo cual ofrece a los televidentes más oportunidades de elección, ya que a través de mensajes e imágenes, cada canal emite diferentes programas, como: científicos, animados, de entretenimiento, deportivos, etc.

La temática periodística en un noticiero televisivo debería ser variada y apropiada al horario de transmisión, con temas referidos al ámbito político, policial, deportivo, espectáculo, cultural, educativo, entre otros; para que la audiencia pueda tener una variedad de información sobre diversos acontecimientos coyunturales.

La noticia, según Fernando Vivas, en su libro *En vivo y en directo* (2001: 283), era “no sólo la expresión de la función informativa de la televisión, sino un género en sí mismo, barato, maleable y combinable”. En su publicación, Vivas, relata lo que pudo ser el inicio del noticiero, con *Contacto Directo*, que se transmitió en el canal 4 en 1977. Luego de la dictadura de Francisco Morales Bermúdez, Telecentro decidió emitir este programa de entrevistas a los personajes más polémicos, la mayoría, pertenecientes al ámbito político. Bajo la conducción de Alfredo Barnechea, *Contacto Directo*, dio inicio a la investigación periodística. Mientras tanto, en el canal 5, *Pulso* volvía a la escena televisiva, con uno de sus más reconocidos comentaristas, César Hildebrandt.

En 1974, el noticiero de canal 4, *Hoy*, cambia de escenografía y sigue bajo la conducción de Luis Ángel Pinasco y Sonia Oquendo. Luego, en 1981, apareció *América en el mundo*.

Cinco años después, cambian de nombre a Primera Plana. Después, América Televisión, lanza Última hora, que contenía una secuencia de intervenciones culturales, notas culturales y resúmenes noticiosos. En sus primeros tiempos, Primera Plana, rivalizó a 24 horas, y al Noticiero del nueve, en el prime time de las 8 de la noche. Cada canal empezó a difundir sus noticieros para enfrentarse por el liderazgo del horario nocturno.

Los canales de televisión, según Fernando Vivas, empezaron a difundir noticieros en las mañanas a comienzos de los ochenta, y se preocuparon por tener conductores dinámicos, que narren las mismas historias del noticiero nocturno.

Pero la diferencia de estos espacios periodísticos con los actuales, es que presentaban información variada sobre notas sociales, políticas, culturales, etc. La cultura tenía un segmento especial, tenía un espacio para su difusión. Mientras que los noticieros actuales, las informaciones predominantes están basadas en atropellos, robos, agresiones; todas las notas, en su mayoría, están bañadas de sangre.

En nuestro país, la información que prevalece en la televisión de señal abierta es, generalmente, sobre secuestros, asesinatos, delincuencia, crisis económica, violaciones, entre otras. Debemos resaltar, que el bloque de deportes es el único segmento que trata de no transmitir notas violentas en el horario matinal, de lo contrario, sólo emiten notas de grescas en tribunas de estadios, si ésta es muy grave. Para resumir, en un noticiero matinal, predominan notas policiales, enfatizando los hechos delictivos que ocurren en nuestra sociedad.

Por ese motivo, la percepción que se tiene de la sociedad peruana es que prevalece en ella los robos, violaciones, secuestros, homicidios, atropellos, etc. A esa imagen de un Perú violento, colaboran en su difusión los noticieros nocturnos y matutinos, los cuales transmiten la misma información, provocando en las personas una sensación negativa por el país.

El problema de mostrar estos contenidos en los noticieros matinales y no transmitir otras alternativas como notas culturales o turísticas en la televisión de señal abierta, expresa un debilitamiento periodístico en la información, además del poco compromiso de los jefes de informaciones, directores y productores

periodísticos de un noticiero por apostar por la cultura, promoción de la educación y variar la transmisión cotidiana que se da.

Este estudio se orienta a estudiar los criterios y fundamentos del porqué las noticias sensacionalistas predominan en los noticieros matinales de los canales de señal abierta. Éstas imágenes cargadas de violencia y sangre, causan efectos negativos en la sociedad; pues al ver este tipo de noticias todos los días, a tempranas horas, todas las personas están expuestas a verlas, sin importar la edad, lo cual puede vulnerar la susceptibilidad de aquellos que no entienden las razones por las que se difunden notas sensacionalistas continuamente. Además, la televisión de nuestros días, con este tipo de noticieros, está formando una sociedad atemorizada, pues las imágenes que nos presentan, constituyen a la de una sociedad violenta. Por ello, la televisión se presenta como única opción para la población para ver estos sucesos, y es allí donde radica su gran influencia como medio de comunicación.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera el sensacionalismo de los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta determina el mayor rating e incremento de las tandas comerciales en los espacios informativos?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son las noticias sensacionalistas que prevalecen en los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta?
- b) ¿Qué empresas comerciales a través de la publicidad auspician los segmentos en que se difunden las noticias sensacionalistas de los noticieros televisivos de la mañana Primera Edición, de América Televisión; y Primera Noticia, de Andina Televisión, de los canales de señal abierta?
- c) ¿Cuál es el tiempo asignado a las noticias sensacionalistas en los programas informativos Primera Edición, de América Televisión; y Primera Noticia, de Andina Televisión?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar qué relaciones existen entre las noticias sensacionalista, el tiempo de las tandas comerciales y el rating de los noticieros televisivos de señal abierta.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Clasificar y describir las noticias sensacionalistas que se difunden en los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en el 2011.
- b) Identificar cuáles son los auspiciadores de los segmentos en que se difunden las noticias sensacionalistas en los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta. Caso Primera Edición, de América Televisión; y Primera Noticia, de Andina Televisión?
- c) Determinar el tiempo asignado a las noticias sensacionalistas en los programas informativos “Primera Edición”, de América Televisión; y “Primera Noticia, de Andina Televisión”?

1.4 Justificación de la investigación

El presente proyecto de investigación pretende describir las razones por las cuales abundan las noticias sensacionalistas en los noticieros matinales de señal abierta, ya que continuamente se ve en las pantallas, a tempranas horas, noticias sobre accidentes, asesinatos y violaciones. Asimismo, se pretende demostrar que la continua exposición a estas noticias provoca en las personas una percepción de una sociedad violenta y sin futuro.

La importancia de esta investigación se enfoca en la labor periodística de los responsables de un noticiero: directores, productores y jefes de informaciones, y analizar los criterios, en los cuales se basan para transmitir en sus programaciones este tipo de informaciones, sin tener en cuenta el efecto negativo que puede crear en la sociedad al ver las mismas noticias todos los días.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Delimitación espacial

-Registro de los noticieros de la mañana de los canales de televisión de señal abierta. Caso Primera Edición, de América Televisión; y Primer Reporte, de Andina Televisión, durante la segunda quincena del mes de agosto (del 15 al 31 de agosto)

1.5.2 Delimitación temporal

-En el año 2011

1.5.3 Delimitación teórica

- El sensacionalismo en los noticieros televisivos
- La televisión como medio de comunicación

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

La selección y difusión de noticias sensacionalistas en los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011, son los factores determinantes que influyen en la publicidad y el rating televisivo.

1.6.2 Hipótesis específicas

- a) Las noticias sobre accidentes de tránsito y asesinatos son las que prevalecen en los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011.
- b) La publicidad de empresas de celulares, educativas y de supermercados son los que más auspician los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011. La publicidad es de tipo comercial, demostrativa y directa.
- c) El tiempo asignado para resaltar las noticias sensacionalistas son de tres a cuatro minutos; y de acuerdo a la relevancia del caso, se repiten en cada bloque.

1.7 Variables e indicadores

1.7.1 Variables

- a) Variable independiente
Publicidad y rating.
- b) Variable dependiente
Noticias sensacionalistas.

1.7.2 Indicadores

- a) **Noticias sensacionalistas**
 - Notas sensacionalistas sobre asesinatos y su tiempo de duración.
 - Notas sensacionalistas sobre accidentes y su tiempo de duración.
 - Notas sensacionalistas sobre violaciones y su tiempo de duración.

1.8 Estrategia metodológica

1.8.1 Diseño de la investigación

El Diseño de la Investigación constituye el plan o estrategia concebida para obtener información. Esto quiere decir que el diseño permite planificar qué se debe hacer para alcanzar los objetivos y dar respuesta a las interrogantes de la formulación del problema.

En la presente investigación, el tipo de diseño que se aplicó fue el Diseño No Experimental (Hernández Sampieri, 1997: 266), pues dada las características del estudio, no existe ninguna manipulación deliberada de variables, por el contrario, nos basamos en la observación de variables de los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos cualitativamente.

La investigación que se realizó es cualitativa, puesto que pretende estudiar procesos humanos de manera directa y profunda, considerando el contexto que rodea al objeto de estudio. En el caso de nuestro estudio, la forma y el contenido de los noticieros de la mañana Primera Edición, de América Televisión; y Primera Noticia, de Andina Televisión de la mañana en dos canales de señal abierta, tratando de descubrir si son el reflejo de nuestra sociedad violenta, o si por el contrario contribuyen a una sociedad más violenta.

Asimismo, la investigación es de nivel descriptivo, puesto que se identificó las características o variables del objeto de estudio, como es el caso de los noticieros Primera Edición de América Televisión; y Primera Noticia, de Andina Televisión de la mañana en dos canales de señal abierta.

1.8.2 Técnicas de investigación

La primera técnica aplicada a la investigación fue la observación, para elaborar registros de información documental, periódicos, grabaciones de videos de los programas noticiosos, etc. Asimismo, se utilizó una libreta de campo o dispositivos mecánicos o electrónicos (grabadora, videograbadora, etc.) para observar y registrar la información requerida.

Otra técnica utilizada fue el fichaje para registrar las noticias violentas que se transmiten en los noticieros de la mañana, hacer resúmenes e interpretaciones o comentarios de los mismos.

También aplicamos la entrevista dirigida, controlada, o guiada a los directores de los programas noticiosos de la mañana, así como también se aplicó encuestas a los periodistas y/o reporteros que trabajan en estos noticieros, para ambas técnicas se utilizó el cuestionario como instrumento.

La presente investigación tomó también como referencia las siguientes técnicas:

1.8.2.1 Según la metodología de Krippendorff

La técnica del análisis de contenido está destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto, según define Klaus Krippendorff, en el libro “Metodología del análisis y del contenido. Teoría y práctica”.

El análisis de contenido se caracteriza por investigar el significado simbólico de los mensajes, los que no tienen un único significado, puesto que según menciona el autor, “los mensajes y las comunicaciones simbólicas tratan, en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observados”.

Los conceptos a analizar son los datos, tal como se comunican al analista; el contexto de los datos, la forma en que el conocimiento del analista lo obliga a dividir su realidad, el objetivo de un análisis de contenido, la inferencia como tarea intelectual básica, la validez como criterio supremo de éxito.

La finalidad de estos conceptos es de tres tipos, prescriptivo, analítico y metodológico. “Es prescriptivo en el sentido de que debe guiar la conceptualización y el diseño de los análisis de contenido prácticos en cualquier circunstancia; es analítico en el sentido de que debe facilitar el examen crítico de los resultados del análisis de contenido efectuado por otros; y es metodológico en el sentido de que debe orientar el desarrollo y perfeccionamiento sistemático de los métodos de análisis de contenido”.

La presente investigación desarrolla la teoría de Klaus Krippendorff, ya que al analizar los titulares, y el desarrollo de las noticias en los informativos matutinos; se puede comprender el contexto en que éstas se producen, y así conocer realmente el mensaje que quieren dar.

Posteriormente, en el capítulo III: “Contrastación de hipótesis”, se desarrollará la teoría de Krippendorff y se contrastará con las pautas analizadas de los noticieros elegidos para esta investigación: “Primera Noticia” y “Primera Edición”.

1.8.2.2 Según la metodología de Van Dijk

Van Dijk en su libro “Estructura y funciones del discurso”, sugiere que en todos los niveles del discurso podemos encontrar “huellas del contexto”. Estas huellas o indicios permiten entrever características sociales de los participantes como por ejemplo sexo, clase, etnicidad, edad, origen, posición y otras formas de pertenencia grupal. Además, sostiene que los contextos sociales son cambiantes y como usuarios de una lengua seguimos pasivamente a los dictados de grupo, sociedad o cultura.

Se realizó un análisis del contenido de los noticieros de la mañana Primera Edición, de América Televisión; y Primer Reporte, de Andina Televisión; en base a su personalidad (línea editorial) y estructura (estudio del contenido).

* Caso: Primera Edición – América Televisión (Canal 4): Después de haber visionado y analizado el noticiero de la mañana de canal 4, que se transmite de 5:20 a 9:30 am, se deduce lo siguiente:

-Según la personalidad, el noticiero de la mañana que se transmite por canal 4, pertenece al Grupo El Comercio, y por ello el programa lidera el rating en el horario de la mañana, al ser este grupo uno de los más poderosos en el medio

periodístico, puesto que tiene en su editorial, varios medios escritos. Además, Primera Edición, por años se ha consolidado y catalogado como uno de los mejores programas periodísticos de la televisión peruana.

-Según la estructura, el noticiero está conformado por un 50% de noticias sensacionalistas, que tratan temas de muertes, asesinatos, violaciones, atropellos, etc. La primera hora de programa, difunde notas sobre atropellos y asesinatos, mostrando planos generales de los fatídicos acontecimientos y muchas veces, planos detalles en los que se ve partes humanas mutiladas, las que son cubiertas con mosaicos. Asimismo, la entonación de los conductores y de los reporteros, al momento de narrar esas noticias, proyectan tristeza y fatalidad. Luego de la difusión del recuento de noticias que ocurrieron en la madrugada, o del refrito del noticiero nocturno del día anterior, se transmite un pequeño bloque de deportes, y se comenta con los conductores principales, algunas notas del espectáculo. Posteriormente, realizan un resumen de las noticias, para pasar, a extender los informes que se realizaron en el primer bloque, y se añaden otras notas. Después, a las 8:00 am, se realiza otro resumen de noticias, para pasar al bloque de deportes y luego al bloque de espectáculos. Finaliza el noticiero, con algunas notas sobre internacionales, sociales o de espectáculos con un pequeño comentario de los conductores.

La publicidad de Primera Edición, está conformada por varias empresas, como: la Asociación de vivienda “Los Portales” (algo irónico, puesto que la promoción de esta empresa se difunde luego del primer bloque, en el que se emitieron notas sobre muertes). Además, el programa es auspiciado, por universidades. Para el bloque de espectáculos, los auspiciadores son otros y están relacionados al entretenimiento y a la tecnología, como la empresa “Movistar”.

*Caso Primera Noticia – Andina Televisión (Canal 9): El noticiero de la mañana del canal 9, se diferencia del noticiero del canal 4, por su esencia, puesto que la narrativa de los conductores es más pausada y menos efusiva.

La información que brinda el noticiero matutino, muestra también notas policiales, sin embargo, a diferencia del noticiero Primera Edición, de canal 4; Primera Noticia, no prioriza en mostrar planos detalles ni usar una dramática entonación para la locución y presentación de las noticias.

Este programa periodístico, muestra en cambio, secciones como “Yo reportero” los cuales emiten informes donde se ha realizado una investigación previa. Al difundir estas secciones, el televidente se ahorra de ver 5 notas sangrientas y en cambio ve notas alternativas que tratan el tema de la violencia, pero desde un punto de vista periodístico, el cual informa sobre los problemas de inseguridad en diferentes distritos de Lima.

Además, Primera Noticia, dura aproximadamente una hora menos que Primera Edición, ya que su duración es de 5:30 a 8:30 am.

Entre sus auspiciadores, se encuentran la empresa de telefonía “Claro”, “Panasonic”, entre otros.

1.8.3 Población y muestra

1.8.3.1 Población

La población está constituida por los canales de señal abierta de Lima Metropolitana con más rating y por profesionales de los medios televisivos a estudiar, conformados por, conductores, reporteros, y críticos de televisión.

1.8.3.2 Muestra

La muestra está constituida por dos noticieros de la mañana de los siguientes canales de señal abierta: Primera Edición, de América Televisión; y Primera Noticia, de Andina Televisión. Asimismo, por profesionales de los medios televisivos mencionados.

CAPÍTULO II :



MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

La presente tesis utilizó como base de investigación otras tesis, que sirvan de antecedentes para el presente estudio, que son: “SANGRE, LÁGRIMAS Y RATING. Noticieros: “El dolor humano como espectáculo”, de las argentinas Andrea Papini y Vanina Domínguez; “Los medios de comunicación sensacionalistas y su Influencia en la cultura y moralidad de los estudiantes”, de Juan Jara; y “La televisión de señal abierta como generadora de vínculo social en Lima Metropolitana. Análisis de racionalidades comunicativas a partir de la transmisión televisiva del asesinato del alcalde de Ilay, ocurrido el 26 de abril de 2004, hasta el final del mismo año”, de Samuel Ashcallay Samaniego.

También, se usó publicaciones nacionales e internacionales, en que los autores han desarrollado el tema del sensacionalismo en el Periodismo, y los orígenes de la Televisión. Se destaca: “En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana”, de Fernando Vivas; etc.

- **TESIS :**

El trabajo de investigación para optar el título profesional de Samuel Ashcallay Samaniego, de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor San Marcos: “La televisión de señal abierta como generadora de vínculo social en Lima Metropolitana. Análisis de racionalidades comunicativas a partir de la transmisión televisiva del asesinato del alcalde de Ilay, ocurrido el 26 de abril de 2004, hasta el final del mismo año”; analiza las consecuencias que genera la transmisión de imágenes violentas en la televisión, sobre los televidentes. Ashcallay señala que la continua exhibición de noticias sangrientas de corte sensacionalista genera un vínculo social con el espectador, puesto que el individuo toma las imágenes percibidas por la televisión como la realidad misma. En esta tesis, se explica la fuerza que tiene la imagen televisiva, su poder político y social. Además, cuestiona la responsabilidad de los profesionales encargados de la transmisión de noticias televisivas; y describe la capacidad de los individuos de discernir estas informaciones. Puesto que, los ciudadanos otorgan credibilidad y confianza a los mensajes que proporcionan la televisión, especialmente en los noticieros. Son de estos mensajes, que los televidentes “destacan la sensación que la televisión otorga al hombre de ser testigo del hecho que se comunica, cree ser testigo de la realidad”. Este concepto conlleva, a que el consumo excesivo de violencia en la

televisión puede inmunizar al horror de violencia o llevarlo a aceptarla como vía para resolver conflictos. Por ello, se ve el alto índice de audiencia que cuentan las grandes televisoras como América televisión, que en estas últimas décadas se ha convertido en ventana para la transmisión continua de noticias sensacionalistas. Este gusto por lo espectacular, por ver el morbo en la difusión de notas de corte violento, está ligado a la mercadotecnia publicitaria, pues las empresas televisoras dependen del financiamiento de sus auspiciadores. Es así, que la publicidad se refleja más en los segmentos con más notas sensacionalistas.

Es común notar un guión dramático en las noticias de hoy en día, empezando desde la presentación de éstas, los titulares, el desarrollo de la información, hasta la utilización de los planos más sugerentes en las imágenes, donde prevalecen primeros planos y planos detalles. Todo ello con el fin, de crear una atmósfera de suspenso, intriga y dramatismo.

Asimismo, explica cómo las noticias sensacionalistas tienen doble mensaje:

- 1) Los conductores condenan la noticia y
- 2) Las noticias son presentadas de forma espectacular.

Una de las conclusiones, a la que llega Aschacallay, es que “el vínculo social interviene en el momento en que el individuo asigna el grado de credibilidad a la información transmitida”. Por ello, propone que los televidentes tengan una percepción crítica de la información difundida en los noticieros; y que los periodistas revisen y analicen los criterios que toman para elegir lo que se denomina una buena noticia.

En la tesis “Los medios de comunicación sensacionalistas y su Influencia en la cultura y moralidad de los estudiantes”, de Juan Jara, de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Trujillo, que se encuentra colgada en internet, se estudia a los medios de comunicación sensacionalistas y los efectos que causan en los estudiantes de la casa de estudios trujillana. Jara explica que estos medios comúnmente llamados amarillistas, “no toman en cuenta el daño psico-social que generan en los trujillanos, y al mismo tiempo, degenera el aspecto educativo de las personas”. Sobre las noticias que se difunden, el investigador trujillano cita: “los medios de comunicación han suministrado abundante material sobre la faceta del problema que más toca la sensibilidad humana, los muertos y atropellados. Pero debajo de esta lectura superficial y sensacionalista, pueden

quedar numerosos elementos en la penumbra informativa que deberán ser más tomados en cuenta cuando los espasmos iniciales vayan cediendo. Los noticieros incluyen la información de tipo político con una tendencia amarillista y poco analítica. Los precandidatos y sus campañas son vistos como artículos noticiosos que dan mayor rentabilidad o rating. En los medios prevalece el sensacionalismo, pues se dejan llevar por la nota que llama la atención y no destacan la información sustantiva de los discursos y las propuestas políticas, si es que las hay”. Además, Jara enfatiza que el fin principal de los medios de comunicación es persuadir, por ello es que la situación de transmitir noticias sensacionalistas continuamente, es preocupante.

En la tesis “SANGRE, LÁGRIMAS Y RATING. Noticieros: El dolor humano como espectáculo”, de las argentinas Andrea Papini y Vanina Domínguez (trabajo publicado en internet), se buscan los motivos por los cuales los noticieros televisivos difunden noticias sensacionalistas constantemente, exhibiendo en forma repetida el sufrimiento de las personas.

En el desarrollo de la investigación, Papini y Domínguez describen las características de los noticieros argentinos, los cuales muestran primeros planos de cadáveres, catástrofes naturales que causan miles de muertes, o actos terroristas cuyos saldos son gente mutilada o muerta; con el supuesto fin de seguir una línea ideológica del medio, pero que en realidad, son fines comerciales para la empresa televisora que emite estas notas sangrientas.

Sin embargo, las autoras concluyen que la responsabilidad de la difusión de estas notas sensacionalistas, es compartida, pues el equipo periodístico de un noticiero televisivo es tan responsable al emitir estas notas sangrientas, como los televidentes, pues son ellos quienes deciden la continuidad de un programa que depende del rating, en consecuencia, de los ingresos económicos que se obtienen a través de la publicidad.

Las autoras Bárbara Giménez, Ivana Urizar, concluyen en su tesis (colgada en internet), “Elementos sensacionalistas en las noticias de interés humano emitidas en los noticieros centrales televisivos entre el 06 y 11 de marzo de 2006 en el Paraguay”, que las noticias de interés humano se ubican en un lugar destacado de la agenda noticiaria, apareciendo generalmente en los primeros bloques,

y que éstas responden a la intencionalidad del periodismo sensacionalista de generar sensaciones en el espectador, las cuales se sintetizan en indignación y tristeza. Para ello, la producción y post producción de una nota periodística se valen del discurso lingüístico como audiovisual, para lograr un informe cargado de imágenes sensacionalistas.

- **LIBROS:**

Fernando Vivas en su libro “En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana”, explica que la televisión como medio de comunicación es un fenómeno entre las masas, pero que la difusión de cada antena, de cada canal, de cada país, es única, pero con algunos rasgos similares, que comparten a través de continentes.

Uno de ellos, puede ser la emisión de continuas notas sensacionalistas en los noticieros televisivos, sin importar el horario de transmisión. Sin embargo, en la presentación de la publicación se rescata que en el contexto de América Latina, la televisión peruana tiene rasgos propios, éxitos y fracasos singulares, y ha generado productos de una estética igualmente particular, que durante mucho tiempo sólo fueron atribuidos al relato cinematográfico.

Además menciona que, “la televisión ofrece infinitas posibilidades de integración y de intercomunicación. Pero al mismo tiempo, nunca en la historia del país hubo seguramente responsabilidades tan exigentes y delicadas en materia de cultura y de participación ciudadana en manos de tan pocas personas. Esto como es de suponer, implica riesgos diversos de error, de irresponsabilidad o de manipulación, así como de centralismo. Pues, así como podría mostrar las imágenes más variadas de nuestra identidad cultural, la televisión es al mismo tiempo capaz de distorsionarla”. (2001:9)

En el libro de Vivas, se relata la cronología de la historia de la televisión peruana, se cuenta como la producción nacional tuvo su auge, teniendo en los 60' una curva, de lo bueno, hacia lo malo, como ejemplo, menciona la telenovela *Simplemente María*, que cayó en el controlismo militar, para que, nuevamente, la televisión consiguiera liberarse en los 80'. Situándose en el ámbito político en el que fue publicado el libro (2001), analiza la situación de la televisión; donde indica que “el poder político ha hecho estragos en muchas producciones y ha arruinado

un género entero: el informativo, convirtiéndose, la televisión, en el principal anunciante publicitario”(2001:12)

Entre los programas inaugurales de la televisión peruana, se encontraba una emisión de mix de cultura culta y vernáculo fino, esto en una exposición electrónica montada en el Colegio Guadalupe, de Lima, el 21 de setiembre de 1939.

Si se quiere hablar de noticias sensacionalistas, el autor refiere el caso del programa “90 segundos”, de canal 2, cuando pasó a ser un noticiero diario el 23 de marzo de 1994. Este informativo se diferenció de los demás, pues utilizó el toque “sensacionalista”, que los otros canales no se atrevían, o no abusaban de usar. Entre los elementos característicos de este programa periodístico, se notaban el temblar del encuadre y el jadeo de los periodistas al locutar para dar un efecto dramático a las noticias. Éste medio, difundía noticias y el “alboroto callejero”. Los conductores de aquel espacio eran Gonzalo Iwasaki, Elena Passapera, María Teresa Braschi, y Ricardo Müller. Así, con el efectismo que tiene el sensacionalismo en el periodismo, los reporteros del dos, difundían notas policiales y crueles, en varias oportunidades, se les escuchó en pedidos para “levantar la funda de un cadáver o despejar los periódicos que cubrían a un atropellado de carretera”. Nombres como, Vicky Peláez y Mónica Chang, aparecen, cuando se quiere hablar de la intensificación de este periodismo, que emite imágenes cargadas de sangre, ya que el jadeo, las preguntas descarnadas, e imágenes morbosas eran sus toques personales al realizar un informe para el noticiero. “Los camarógrafos se entrenaron para hacer zoom in sobre los rostros lacrimógenos. Las unidades móviles captaban al vuelo la frecuencia de las radios policiales. Lo que parecía amarillismo noticioso era y es en realidad un descarnado efectismo; violentos desalojos, grescas de todo tipo, accidentes aparatosos, rondas urbanas donde se linchaba y lapidaban a delincuentes, le dio el frente noticioso del dos, un aura de canal de denuncia”. (2001:301)

Por lo dicho, la emisión de notas sensacionalistas se intensificó gracias al canal dos, en el horario nocturno. Esta situación de baja del periodismo también se vio en los noticieros matinales. Fernando Vivas, narra la historia de éstos matinales. En la sección Mañaneros cuenta los orígenes de los programas periodísticos que se emitían en las mañanas, los cuales tienen su inicio en 1973, cuando el canal 4 lanzó al aire Buenos días señor, y posteriormente Esta Mañana. Pero

la consolidación de los noticieros matinales empezó ocho años después, con la aparición de Buenos días Perú, fundado en 1981 por canal 5. Así, cada canal empezó a emitir noticieros matinales, como el 7, 11, 13 y 2; éste último caracterizado por sus altas dosis de sangre en su noticiero de la mañana Impacto hoy, en 1998. Sin embargo, un elemento típico de las emisiones periodísticas matinales, eran los segmentos culturales que se transmitían en cada noticiero, y que muchas veces tenía un conductor propio.

Este elemento ha desaparecido y ha sido remplazado por largos minutos de atropellos, asesinatos, comentarios deportivos y un extendido bloque de espectáculos.

En el libro “Más allá de víctimas y culpables. Relatos de experiencias en seguridad ciudadana y comunicación – América Latina”, de Germán Rey y Omar Rincón, se compila artículos de varios profesionales, entre los que destaca el del peruano Luis Jaime Cisneros, llamado: “Realidad y Sensacionalismo: una paradoja peruana” ; donde se analiza el estado de la televisión en los últimos años y como este medio ha incrementado la difusión de noticias sangrientas, al igual que la violencia en el país (2008:89). Cisneros relata que en el 2007, en Perú, la sensación de violencia urbana se expandía, haciendo que esta forme parte del paisaje cotidiano, donde el Estado, una vez más, no ha realizado acto alguno para tratar de contrarrestar la inseguridad que se apodera de los peruanos. Por ello, la pauta de la noticia está basada en informaciones policiales. Más del 50% del contenido de los tele-informativos se relaciona con actos de la delincuencia común, del crimen organizado (narcotráfico, bandas de secuestradores), hasta los casos de crímenes del corazón, abortos, suicidios, linchamientos colectivos y violaciones, sin dejar de lado los casos de protagonistas insólitos de la noticia que harían las delicias de Ripley. Una agenda que impulsan con evidente ánimo informativo, pero que lejos de sensibilizar a la opinión pública para crear conciencia sobre la urgencia de enfrentar estos delitos de manera organizada, ha contribuido a fomentar una sensación de impotencia y también de desconfianza hacia las autoridades, haciendo que prime el sensacionalismo y la desmesura por el hecho policial.

La tendencia por transmitir notas policiales, continuamente, tuvo su auge durante el gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000). En ese lapso, las autoridades tejieron

una red de corrupción que compró medios de comunicación (televisión y prensa diaria) a quienes pagó para sesgar la información o difamar a sus enemigos políticos.

Nuestro país, cuatro años atrás, dramatizaba los casos de la vida real, y los consideraban como hechos noticiosos, la misma situación continúa en los noticieros actuales. La cobertura noticiosa refuerza la percepción de que la violencia se intensifica y de que tan sólo practicándola uno puede ganar un espacio público para dar a conocer una determinada situación o drama de la vida real. Así, la televisión en lugar de sensibilizar ha terminado por banalizar a la violencia urbana. De este modo, la prensa peruana ha creado una especie de paradoja: en su afán por informar sobre los esfuerzos de las autoridades para revertir la situación de inseguridad, refuerza la percepción en la ciudadanía de que la seguridad es cada día más precaria.

Luis Benavente, director del Grupo de Opinión de la Universidad de Lima, comparte esta inquietante apreciación, y da algunas pistas para sustentarla. Empezando por un sondeo sobre la situación de la violencia en el Perú, (realizado por la Universidad de Lima en la capital peruana, donde vive un tercio de la población del Perú), que presenta a los telediaros como virtuales promotores de la inseguridad, imbuidos en una carrera salvaje por mantener una antena caliente a costa de una sobredimensionada cuota de sangre en una ciudad que por sus índices de violencia se ubica por debajo del tercio superior de las más violentas de América Latina.

- **ARTÍCULOS DE INTERNET:**

En el periódico digital chileno “El Mostrador”, se publicó un artículo llamado: “Por qué los noticieros de TV parecen pura basura”, donde se entrevistó a reporteros y entendidos en temas de televisión, sobre el preocupante estado en que se encuentra la televisión, ya que la mayoría de noticias que se difunden en un canal, carecen de peso periodístico y no transmiten verdadera información para la opinión pública.

En el artículo, se informa que los noticiarios chilenos de televisión abierta actualmente se reducen a tres temáticas: deporte (particularmente fútbol), social (que incluye denuncias, demandas, abusos y conflictos) y policial-judicial, lo que también ocurre en nuestro país. Como era de suponerse, en segundo plano

quedan las noticias internacionales, económicas, políticas, culturales, científicas y de derechos humanos, entre otras. Lo que percibe el telespectador es un mundo gobernado por la criminalidad.

Dentro de la recopilación de datos de este medio digital, se muestra un análisis sobre la pauta de noticiarios, realizado por la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile en 2010. El documento tomó 14 emisiones del noticiario central de TVN (Televisión Nacional de Chile), Canal 13, Mega y Chilevisión e hizo un estudio sobre dos “semanas construidas”. La muestra tiene 56 emisiones, las que corresponden a un día diferente de la semana de 14 semanas sucesivas entre el 18 de marzo y el 14 de junio del 2009. Según el estudio, la mayor cantidad de fuentes de las notas de los noticieros son testimoniales. Chilevisión es el canal que utilizó más este tipo de informantes alcanzando el 61%, pero según la publicación estos tienen escaso valor informativo. Por ejemplo, en una nota sobre los niños en la playa de Pucón realizada por TVN, ejemplos de fuentes son menores que declaran “me gusta la arena”, “me gusta cuando me baño en el agua” o “vengan, porque acá es bacán y lo van a pasar bien”. Respecto a los temas más tratados, lidera deportes, con un 25% aproximadamente del total de la cobertura de los cuatro principales canales. Luego viene social, tribunales y policía, y luego Estado y política.

En este interesante artículo, se recoge los testimonios de reporteros de distintas casas televisoras, aquí sus versiones:

- Un reportero de TVN asegura que “la gente no entiende que esto es un negocio (la televisión) como cualquier otro. Si hago una autoevaluación, de 30 notas que damos, 5 son noticia. Si tienes una buena imagen de un hombre agarrando a combos a un micrero, tú puedes convertir eso en una historia. Rellenar un buen clip con música y armas una cosa. Pero información, cero. Es algo que todos lo saben, pero que nadie lo va a reconocer públicamente”. Por su parte, un colega de la misma casa televisora, agrega: “hay noticias que están ahí por rating... cuando la guerra está muy descarnada entre los canales, se tiende a la pauta policial. Y eso puede ser peligroso porque genera una sensación de que vivimos en Colombia o en México”.

-Mientras tanto, un periodista de Meganoticias señala que “si la gente se quiere informar más a fondo, lee el diario. Pero para ver el noticiario central, la gente

quiere un resumen rápido y si se puede algo para entretenerse, mejor”. Afirma que los noticieros hacen subir la percepción de la delincuencia y Chilevisión parte su noticiero para captar el morbo. “La gente no ve los temas que dice querer ver, como temas culturales o científicos”.

-Un conductor explica que “en la televisión se hace un producto gentil para todos, pero al final no hay nada. Y el verano es guateado (débil), porque la agenda baja bastante. La gente quiere llegar a su casa y ver algo que los distraiga”.

-Un reportero de Chilevisión comenta que la pauta tiene uno o dos temas políticos, y la mayoría es policial. “Yo encuentro que hago periodismo porque es lo que a la gente le gusta. Le gusta la acción. A CHV le está yendo súper bien”.

Para profundizar el escrito sobre la situación actual de la televisión chilena, especialmente el de los noticieros del país sureño, el redactor entrevistó al profesor e investigador en audiovisual de la UC, Valerio Fuenzalida, quien opinó sobre las agendas informativas de los programas periodísticos. “Según los dirigentes sociales, la cobertura de los noticiarios es de mala calidad. Pero si miramos la audiencia, las preocupaciones son la delincuencia, la inseguridad, la pobreza, el desempleo, los malos servicios públicos o la mala calidad de la educación.”

Por su parte, Carlos Catalán, sociólogo y director académico del magíster sobre comportamiento del consumidor de la Universidad Adolfo Ibáñez, agrega que “la pauta de los noticieros se puede estar orientando hacia los sectores de más bajos ingresos, porque son los que tienen menos posibilidades de tener acceso a otros medios”. En su opinión, la élite necesita menos la televisión. “Hay ciertas temáticas que prácticamente son invisibilizadas por los noticiarios. El tema de la pobreza, el medioambiental, el de las minorías sexuales y temas urbanos. Entonces me parece que la oferta de contenido en ese sentido es pobre y uniforme”.

Otro entrevistado fue Luis Breull, comentarista en temas de industria de medios (TV) en la radio Duna y profesor de la UC y de la Universidad Alberto Hurtado. Breull, insiste en que el primer bloque de los noticieros es finalmente lo que la gente cree que es lo más importante. “Y si recogen la criminalidad (los noticieros), se impone un sentido de realidad distinto del que se forman quienes consumen noticias por otras vías. Esto reproduce un clasismo y una segmentación excluyente”.

A modo de conclusión, “El Mostrador”, realiza una visión general sobre la televisión, donde concuerda en que la televisión es el medio más masivo y con mayor credibilidad y penetración en los hogares, según diversos estudios. Además, agrega “los medios no generan debate sobre los temas que afectan a la ciudadanía, y no se construye un espacio público que acoja a los sectores sociales. Por lo tanto, se afecta a la agenda pública y a la salud del sistema democrático”.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría de la agenda- Setting

La “Teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión, o Agenda-Setting”, postula que los medios de comunicación de masas ejercen una gran influencia sobre los televidentes al determinar la pauta informativa que mostrarán al público, destacando los temas, considerados por ellos, de mayor relevancia. La importancia de esta teoría, radica en mostrar la capacidad de los mass-media para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia y mayor impacto; y así establecer las noticias que formarán parte de la opinión pública; es decir, crear la agenda informativa.

Fue propuesta a inicio de la década de los 70 del siglo pasado, por Maxwell McComb y Donald Shaw (y desarrollado más tarde por Bernard Cohen), quienes afirmaron que su interés era estudiar de qué manera los asuntos o temas que aparecen en los principales titulares de los medios de comunicación influyen en la opinión pública. Cohen afirmaba que la prensa es más que un proveedor de información y opinión, pues el poder y el éxito de los medios de información se refleja cuando logran decirle al público acerca de qué pensar.

Tal vez, de todas las teorías que servirán de apoyo para esta investigación, ésta es la más importante, debido a que aborda la temática de influencia de los medios de comunicación. En la actualidad, la agenda informativa de los noticieros televisivos (en el caso del presente estudio, de la mañana), está basada en notas policiales, protagonizadas por violaciones, accidentes automovilísticos, asesinatos, violencia física; y éstas son realizadas con planos detalles, y extensos informes, que muchas veces, se prolongan al transcurrir la semana.

El estudio de la Agenda-Setting es el estudio de los cambios sociales. Por otro lado, cuando los espectadores deciden cómo y por qué usar determinados medios, forman parte activa del proceso comunicativo, según sea su contexto y trasfondo individual, actitudes y acciones. Se destaca los cambios sociales, ya que, en la actualidad, los medios de comunicación, especialmente la televisión, se mueve según el quehacer diario de la sociedad, así se trate de transmitir diez notas violentas en un día; provocando un impacto en la población. Esto se resume, a que los ciudadanos se sentirán identificados con las informaciones que ven, y tratarán ser parte de ellas, realizando sus propios juicios y, así generar, nuevas pautas de conducta social sobre diversos actos (políticos, policiales) de la coyuntura nacional.

Un ejemplo claro de crear juicios falsos, es la cobertura mediática que tuvo el caso de la desaparición del joven Ciro Castillo. Todos los medios de comunicación, especialmente los escritos y televisivos, se encargaron de dramatizar el caso, convirtiendo la noticia en una novela. Los noticieros televisivos se encargaron de crear culpables, inocentes y falsos héroes; a través de múltiples informes que se difundieron a diario en los programas televisivos, ya que no sólo los periodísticos abarcaron el tema, sino también, magazines y programas de todo tipo. Por ende, todo canal que difundía un informe sobre el Caso Ciro, o entrevista a los involucrados del caso, alcanzó altos puntos de rating, es decir obtuvo mayor audiencia durante su espacio, el cual especulaba sobre la muerte de un joven.

Los factores que intervienen en el establecimiento periodístico comprenden:

1. Alianza Medios–Gobiernos
2. Establecimiento de prioridades Informativas, respecto a las otras agendas
3. Canalización de la información redimensión y divulgación
4. Organización de la noticia, horarios, espacios, determinación de tiempo.

Otro término que resalta en la Agenda- Setting, son los “Mecanismos Base”, los cuales se utilizan para poder manejar la información. Éstos son 3:

-Tamaño o extensión: número de páginas en un periódico, en el caso del presente estudio, se refiere al espacio televisivo que le brindan a una noticia.

-Frecuencia: día en que salió la noticia, los días lunes la gente está más al tanto de lo que acontece, ve más la televisión, que tanto seguimiento se le dio al

acontecimiento y cuantos días salió en los primeros bloques.

-Lugar o ubicación: en que parte fue agendada la noticia, en qué bloque.

Podríamos resumir la importancia de la Agenda- Setting en los siguientes puntos:

1. Lo que no entra en la agenda de los medios NO existe.
2. Los aspectos que seleccionan y en los que ponen su atención los medios afectan la percepción que tiene el público respecto de estos asuntos.
3. Determinar el modo en que se encuadra un asunto –establecer las normas básicas para su deliberación – puede afectar significativamente el desenlace final.
4. Los mensajes mediáticos afectan de distinta manera a diferentes personas.
5. Por más activa que sea la gente en la búsqueda de información, sus posibilidades se restringen a los datos que les proporcionan los medios masivos.
6. Los lectores o receptores difícilmente podrán reflexionar, discutir o analizar los temas omitidos por los medios.

El énfasis constante en ciertos temas por parte de los medios informativos tienden a crear preocupación sobre ellos. El efecto de la agenda se manifiesta con mayor fuerza en la medida que los espectadores tienen menos conocimientos del tema sobre el cual los medios quieren influir. Es decir, las personas más informadas son más difíciles de manipular.

2.2.2 Teoría funcionalista de la comunicación

“El funcionalismo” es una corriente teórica surgida en Inglaterra en los años 1930 en las ciencias sociales, especialmente en sociología y también en antropología social. Esta teoría está asociada al sociólogo francés Émile Durkheim, Talcott Parsons, Herbert Spencer y Robert Merton; y su rasgo más significativo es el interés en centrarse en las funciones del sistema de los medios de comunicación. Esta corriente comunicativa, es la que mejor se identifica con la dinámica y los intereses del sistema audiovisual; y tuvo como máximos representantes de esta teoría a M. McLuhan, Berelson y Charles Wright.

La escuela propone una serie de teorías basadas en distintas disciplinas, tales como: la teoría hipodérmica, la teoría de los efectos limitados, la teoría matemática de la comunicación y otros enfoques más particulares. Todas éstas buscan juntar conocimientos sobre cómo funciona la comunicación social y cómo debe

funcionar. En consecuencia, se debe conocer bien la institución de los medios (por ejemplo, cómo se producen, se transmiten y se controlan los mensajes).

La teoría funcionalista se basa en la teoría de sistemas. Establece que la sociedad se organiza como un sistema social que debe resolver cuatro imperativos fundamentales para subsistir: adaptación al ambiente, conservación del modelo y control de tensiones, persecución de la finalidad, integración mediante las diferentes clases sociales.

La función de la Teoría Funcionalista tiene tres niveles:

- Estandarizar los fenómenos sociales.
- Esclarecer las condiciones de los modos de vida.
- Analizar las funciones de las operaciones repetidas dentro de una sociedad.

En relación a los Medios de Comunicación, esta teoría afirma que los mass media buscan tener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores, y para conseguirlo, se formulan las conocidas preguntas: quién, dice qué, a quién, a través de qué medio y con qué efecto. Por su parte, los receptores tienen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer.

Una vez más, se comprueba que los medios informativos, en el caso de esta investigación: los noticieros televisivos (de la mañana), se esfuerzan por mostrar un show policíaco y sanguinario, para crear, tal vez, conciencia de miedo por su sociedad, hábito por los constantes informes sangrientos, y sobre todo, crear un desinterés por temas que deberían estar en la agenda noticiosa, como política, economía, medio ambiente, derechos humanos, cultura; entre otros.

Los mensajes subliminales que se esconden en cada aviso publicitario, los que a su vez son emitidos después de notas sensacionalistas, tienen una razón de ser, la cual es persuadir al espectador, para que compre el producto del canal de televisión: la noticia; adquiera el producto que el auspiciador vende; pero sobre todo, obtenga noticias carentes de información relevante, y así se mantengan súbditos al poder. Tal como la teoría funcionalista lo dicta: “los medios de comunicación son utilizados por el Estado (el Gobierno) para vigilar el entorno, controlarlo y para transmitir la herencia social, antes transmitida mediante la educación”. Así, los medios son desde esta perspectiva un subsistema dentro del sistema social.

Una característica de los medios de comunicación, según la Teoría Funcionalista se resume en dos grandes funciones sociales y una disfunción:

- **Función de conferir prestigio:** la posición social de personas, acciones o grupos se ve prestigiada y enaltecida cuando consigue atraer la atención favorable de los medios. Este dicho se puede representar con las figuras políticas, pues al gozar de poder, muchas veces pueden manipular a los medios de comunicación para que éstos resalten “sus actos heroicos y desinteresados”, por el bienestar social.
- **Función de reforzar las normas sociales:** al dar publicidad a las conductas desviadas se acorta la distancia entre la moralidad pública y las actitudes privadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única. Aquí, vemos graficada la agenda diaria de los noticieros, que emiten casos de indisciplina, borrachos orinando en la calle, entre otras informaciones.
- **Disfunción narcotizante:** los medios disminuyen el tiempo dedicado a la acción organizada; el reportero tiende a considerarse participante, cuando en realidad no desarrolla acción alguna: conoce los problemas pero no actúa para resolverlos. Muchas veces, los reporteros abusan de los stand up (salir frente a cámaras), para emitir un informe, o dictar frases irrelevantes como “aquí solía pasear con sus amigos”. En este ejemplo, el reportero se coloca en el lugar indicado y señala para decir parte de su guión.

Como todas las teorías de la comunicación, esta corriente funcionalista trata sobre el poder y la influencia de los medios de comunicación en el público. La teoría funcionalista centrará sus investigaciones en la capacidad de los Medios para realizar sus funciones (conducta de los receptores, intereses de la audiencia, poder y efecto de los Medios).

Por ello, la Teoría Funcionalista plantea que los Medios establecen la norma social en una sociedad y cumple un papel de agente socializador, debido a tres factores:

1. **Tendencia al equilibrio del sistema social.** La tendencia natural es al equilibrio, los Medios de Comunicación son instrumentos de control social que contribuyen al equilibrio necesario.
2. **Organización institucional de las funciones sociales.** Los Medios de Comunicación como institución contribuyen a satisfacer las necesidades de la

sociedad. Función es aquí una condición, el estado de las cosas, el resultado de una operación con una estructura que tiene una pauta observable y regular, y que cumple una finalidad de acuerdo a una o más variables. La función puede ser manifiesta o latente (racionalizada, resultado instrumental), y disfuncional (no racionalizada, resultado disfuncional).

3. Interdependencia institucional de las funciones sociales. La sociedad es una estructura interdependiente, el cambio en un elemento repercute en el resto.

2.2.3 Teoría de la sociología de la producción de mensajes

La llamada también teoría de gatekeeper o guardabarreras, realizó estudios de audiencias. Algunos de estos estudios reflejaron una preocupación inicial por analizar la manera en que los editores de las diferentes secciones de un periódico seleccionaban ciertas noticias y rechazaban otras. Sus principales teóricos son Schramm, Berlo, Lazarsfeld, Bertalanffy, Parsons, Katz, McQuail, McCombs, y Luhmann.

La misma preocupación que mostraron Schramm, Berlo y demás representantes de esta teoría; es la misma que se refleja en la presente investigación; que trata de analizar y descubrir las razones, por las cuales los editores, productores y encargados de los diferentes noticieros de televisión, deciden emitir numerosas noticias sensacionalistas, dejando de lado informes de corte económico, cultural, y social.

La sociología de producción de mensajes analiza el impacto de los diversos elementos que influyen en la producción y contenido final de los medios. En este sentido, las investigaciones se han centrado en dos aspectos:

- 1) En detectar si los contenidos de las noticias se recopilan mediante los canales rutinarios o bien, si provienen de la creatividad y las pesquisas de sus reporteros
- 2) En analizar si los contenidos del mensaje provienen efectivamente de las fuentes informativas que aparecen citadas las noticias.

Estos dos aspectos siempre han estado en debate en el periodismo; si debería

ventilarse el origen de la información obtenida, y conocer a las fuentes. El conocer el origen de estos datos periodísticos puede traer consecuencias buenas y malas. Buenas, porque se demostraría que el proceso noticioso es transparente; y malas, porque se puede descubrir, que algunas de las noticias televisivas emitidas, tienen interés político y económico; y allí estaría la respuesta, del porque la mayoría de notas periodísticas que se transmiten en televisión, son de corte policial, que no ayudan a nada a la sociedad.

Por otro lado, entre las perspectivas teóricas positivistas que estudian los contenidos del mensaje y los efectos a largo plazo en las cogniciones y en la formación de las actitudes en los individuos, se encuentran el análisis de cultivo y el establecimiento de la agenda. El análisis de cultivo como perspectiva teórica ha contribuido a la reconsideración de la influencia de los medios (en especial la televisión) como agentes de socialización y cambio mediante la exposición al patrón total de programación mediática más que a géneros o programas específicos.

Nuevamente, se habla de la influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad. Los televidentes se vuelven en agentes de socialización y su actitud frente a cierto tipo de noticia (en este caso, sobre muertes, atropellos, maltrato, etc) es un reflejo de las informaciones a las que están continuamente expuestos. Muchos de los ciudadanos se vuelven jueces, siguiendo la “verdad”, del programa televisivo que emite algún informe, creando de la noticia una películina, con “pobres”, y “villanos”, al mismo estilo mexicano.

De acuerdo con las investigaciones de los estudiosos Gerbner & Gross, las implicaciones de la exposición acumulada al sistema general de mensajes, (imágenes y valores que transmiten y repiten los medios) deben de ser medidos en términos de cambios en el comportamiento, y en el grado en que cultivan ciertas perspectivas de la vida, pues, los televidentes transforman lentamente sus actitudes para tomar nuevas conductas, siguiendo patrones que ven en la televisión.

Casos como la “desaparición de Ciro Castillo”, “la muerte del joven aliancista Walter Oyarce”, “el encarcelamiento del maquillador Carlos Cacho”; son algunas de las informaciones que han provocado distintas reacciones en los televidentes,

según el sentido de las noticias que se difundieron en diferentes canales.

Las informaciones que difunden los medios de comunicación, según la “sociología de producción de mensajes”, no identifican ni atribuyen ningún hecho comunicativo específico, ni mensaje particular. Esta teoría estudia la presencia de estos mensajes en los medios, la totalidad de sus contenidos, de sus discursos.

La “sociología de producción de mensajes”, al igual que “la agenda setting” (teoría que comparte patrones de investigación), sugieren que los medios al proponer contenidos temáticos sí generan importantes efectos en los receptores; pues los televidentes fijan todo su atención a aquellos informes que generan morbo en ellos, como las notas televisivas protagonizadas por parientes violadores de menores, madres que golpearon a sus hijos salvajemente, un accidente de tránsito, etc.

2.2.4 Teoría de las industrias culturales

Los alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer, a mediados de los años ochenta, fueron los impulsores de la Teoría de las Industrias Culturales, al darse cuenta que éstos medios de cultura dejaban de ser un servicio social, desde el momento que se realizaban transacciones económicas. Para los estudiosos, las industrias culturales no podían seguir bajo el velo de arte, cuando en realidad eran negocios. Asimismo, las calificaban de industrias de la diversión, “pues en un sentido crítico, las industrias culturales no divierten, y si la mayor parte de radios y cines desaparecieran, es probable que los ciudadanos no sentirían su ausencia”.

Además, argumentaban que “la industria cultural está interesada en los hombres sólo como sus propios clientes y empleados”.

Se debe tener en cuenta que las industrias culturales se caracterizan por tener los medios convencionales (prensa, revistas, radio, televisión y, ahora Internet). En efecto, la cultura ha sido reemplazada por la diversión, o mejor dicho, por el espectáculo, y eso es lo que transmite, o vende. Los medios de comunicación, como la radio, con sus programas faranduleros (los cuales aumentan cada año); el cine (con películas llenas de efectos especiales, y carentes de un guión de peso), el internet (donde el mal uso, sólo lleva a que los internautas busquen links de chismes o chat, y busquen videos que se mofen de otro); y por último,

la reina de todos, la televisión, la cual sólo busca entretener con programas de espectáculos, concursos, y noticias violentas; quedando fuera las actividades culturales clásicas, aunque ampliamente mercantilizadas en los últimos tiempos (el teatro, los conciertos, la danza, etc).

Así, las industrias culturales se programan de acuerdo a las necesidades de las masas (100% diversión, y 0% información), para que las satisfagan y consecuentemente encuentren un vínculo de alineación. En este sentido, Adorno y Horkheimer afirman que la sociedad moderna convierte a sus pobladores en una masa amorfa adecuada para ser manipulada de acuerdo a intereses mercantiles.

Tal como plantea la presente investigación, los medios de comunicación, en el caso de estudio, la televisión, con los noticieros matutinos, sólo difunden lo que desean difundir, sin dar cabida a otras notas de interés cultural, político, social; para tener a los televidentes subyugados a los informes que presentan, mostrándose éstos como una verdad absoluta, frente a los problemas que afronta la sociedad.

Uno de los problemas críticos que presenta la industria cultural, es que promueve una cultura de masas acrítica, lo cual es grave, ya que deja indefensos a los ciudadanos ante una posible dictadura, o totalitarismo.

Las industrias culturales se convierten en el motor económico y de desarrollo de la Sociedad de la Información”, teniendo en la televisión, su principal agente, ya que soporta varios mercados: el de la información, el de la comunicación política, el de la comunicación comercial y el de productos de entretenimiento

2.2.5 Teoría del homo videns. La sociedad teleredigida

El investigador italiano, Giovanni Sartori, añadió una nueva especie humana al ciclo de evolución de los seres humanos: “el homo videns”; el cual se caracteriza por la reflexión, por su capacidad para generar abstracciones. Según Sartori, el homo sapiens, el “ser intelectual”, se está convirtiendo en un “homo videns”, una criatura que mira pero que no piensa, que ve pero que no entiende.

Es en la etapa de la infancia, donde inicia el proceso de evolución del homo videns, donde la televisión se convierte en la primera escuela del niño. El niño de hoy,

se educa a base de imágenes, y la palabra, los libros, quedan relegados frente a la representación visual. Pues a un infante le parece más atractivo observar imágenes en movimiento, las cuales las considera como absoluta verdad. Dicha formación va atrofiando su capacidad para comprender.

En este punto, es donde nace la preocupación de que el niño tenga como profesora, amiga, guía y compañera a la televisión; pues su concepción del mundo se vuelve una caricatura. Lo que pasa en la sociedad, queda relegado, a transmisiones de extrema violencia del anime japonés “Dragon Ball”, o de estar pendiente a un nuevo capítulo de la serie nacional “Al Fondo hay sitio”, o estar atentos para ver qué nuevo atropello, matanza o violaciones emiten los noticieros.

Al adquirir tanta importancia la televisión, ésta se convierte muchas veces en un medio para conseguir poder y así manipular a las personas, y los ciudadanos quedan relegados a lo que muestre la televisión, nos convertimos en una sociedad “teleredigida”. De ahí, es donde aparecen, los estudios y las teorías de la Agenda - Setting. Ver y creer cómo cierto lo que aparece en pantallas, y no averiguar más. En el caso del presente estudio, los noticieros de televisión de la mañana, sólo muestran lo que quieren mostrar, y el televidente se ha acostumbrado a observar cada día, mientras ingiere los alimentos matutinos: sangre, violaciones, atropellos; y pequeños destellos, si por milagro fuese, de informes económicos, políticos o sociales, por considerarlos “no tan atractivos”.

Asimismo, que la televisión lo convierta todo en espectáculo, deja de lado el diálogo, a los interlocutores, y a la búsqueda de la información. La imagen de ahora (en este caso, la informativa), crea juicios y sentencia. Quien es acusado por los medios, es, en la mente del público, culpable inmediatamente.

Irónicamente, viviendo en la era global, la televisión fortalece el localismo, por ello, los informes prevaletentes son concernientes a la capital, mejor dicho, de los robos en cada avenida. Siempre se muestra lo mismo, en primeros planos, buscando que los televidentes sientan lástima por lo que ven. Niños llorando porque sus padres los golpearon, familias humildes mostrando sus viviendas de estera en el arenal de Pachacútec, o vecinos enfurecidos golpeando a un delincuente, que es escoltado por agentes policiales.

Según Sartori, esta abundancia de pseudo-información no garantiza la comprensión de los fenómenos: “se puede estar muy informadísimo de muchas cuestiones, y a pesar de ello no comprenderlas”. En resumen, el homo videns que ha perdido la capacidad de disentir se vuelve, entonces, un elector teledirigido.

2.3 Sensacionalismo periodístico

Según diversos autores, el sensacionalismo periodístico o periodismo sensacionalista, busca generar sensaciones, generalmente de morbo, tristeza, miedo, preocupación, a través de un estímulo externo, en este caso, las noticias, las cuales presentan imágenes de sangre, sexo, violencia, vicio, etc. Esta tendencia sensacionalista es utilizada por los canales de televisión para incrementar sus ventas y ganancias, quienes utilizan sus programas periodísticos, especialmente los noticieros, para difundir imágenes con cadáveres, familiares sufriendo la pérdida de un ser querido, personas ensangrentadas, etc.

El sensacionalismo en el periodismo es un modo de plantear los hechos de manera exagerada, perdiendo el sentido noticioso de los mismos, a cambio de ganar más dinero. Algunos profesionales, usan el término “amarillista” en vez de “sensacionalismo” para nombrar a los medios informativos que buscan alimentar a sus audiencias con contenidos que muestren personas heridas, o simplemente muertas.

Actualmente, los noticieros televisivos prestan más importancia a asuntos de escasa trascendencia como la vida privada de personas famosas, debido al enorme interés que despiertan entre el público.

José C. Lozano Rendón en su trabajo “Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México”, usa el término espectacularización como sinónimo del sensacionalismo, pues sostiene que ambos conceptos se centran en el “uso de recursos de forma y fondo que apelan a las emociones y a los sentidos más que a la razón”.

Esta “espectacularización” de la noticia, como lo indica Lozano Rendón, tiene altos índices de rating y de aceptación del público, ya que los informes que se emiten buscan identificarse con los televidentes. Así, bajo la modalidad de “defensores de los que menos tienen”, y de “ser una puerta abierta para los más olvidados”;

los medios de comunicación tienen en los accidentes de tránsito, violencia sexual y familiar, asesinatos, entre otras notas de corte sangriento y victimario, una gran entrada para generar más titulares, y por ende, más rating y publicidad, que beneficiará a la empresa periodística. Tal como lo indica Juan Jara en su tesis “Los medios de comunicación sensacionalistas y su Influencia en la cultura y moralidad de los estudiantes”: “los medios de comunicación han suministrado abundante material sobre la faceta del problema que más toca la sensibilidad humana, los muertos y atropellados”

Las noticias sensacionalistas se logran a través de diversos elementos, como la adopción de tonos de voces (altos y rápidos) por parte de los reporteros y conductores, la dramatización y la fragmentación en la cobertura de los acontecimientos.

Además, los efectos visuales, el uso de cámaras subjetivas, lentas; la música dramática, efectos de sonido y recursos de diseño y edición, son elementos claves para elaborar estas notas que pretenden emocionar al televidente, generando en ellos sensaciones de tristeza, repudio y miedo sobre su sociedad.

En el libro “Perversiones Televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales”, de Francisco R. Pastoriza; se analiza las causas y consecuencias del fenómeno en que se ha convertido la televisión, donde los programas, explotan el dolor, la desgracia, las pasiones humanas, y todos aquellas emociones, que provocarán alta audiencia. Es un estudio de la televisión europea, especialmente la española, pues ningún país en el mundo se ha librado de este fenómeno violento y sangriento, en que se ha convertido la televisión.

Pastoriza, siguiendo el modelo de Umberto Eco, divide en dos eras la historia de la televisión: la “arqueotelevisión” o “paleotelevisión” (desde su nacimiento hasta mediados de la década de los ochenta); y la “neotelevisión” (la televisión de nuestros días). Ésta última es la que ha acogido gran interés de estudio, ya que emite en grandes proporciones, dosis de sensacionalismo, especialmente desde los programas informativos.

Este sensacionalismo, viene acompañado de ficción y espectáculo en los contenidos de los noticieros, “con el fin de hacerlos más atractivos, presionados

por la audiencia y por la publicidad...El hecho de que la muerte sea noticia y de que suscite expectación, y como consecuencia un posible incremento de audiencia, puede explicar, aunque no justificar, el constante interés de los productores por las muerte, las agonías, los accidentes y los asesinatos en la televisión” (1997:18) Asimismo, se hace referencia a un nuevo género informativo, que aparece en la segunda mitad de los años ochenta: “Infotainment” (mezcla de información y entretenimiento; de realidad y de espectáculo), el cual es rápidamente adoptado por las cadenas de televisión, al ver una mina de oro presente. Este nuevo género, apela a los sentimientos, y busca satisfacer el morbo de los espectadores a través de la oferta informativa; pues es más atractivo y rentable emitir los atropellos del día, que informes sobre el cambio climático o agendas culturales. Y son los mismos espectadores, quienes muchas veces se convierten en los protagonistas de la información, en actores del espectáculo.

Resalto el papel que han tomado los televidentes en el giro abismal de los programas informativos, pues como diría el autor “parece que los espectadores no premian la calidad de la información sino la descarga de adrenalina que le provoca, lo que ha llevado a una imparable tendencia, la de ilustrar con imágenes de ficción los hechos informativos”, además, cita al vicepresidente de la ABC News, Dick Wald, quien justifica a la televisión actual: “la televisión es un medio de masas, no de élite, y para sobrevivir como medio de masas hay que presentar las noticias de forma que atraigan la audiencia”. (1997:19)

Pastoriza, agrega otra característica a esta nueva forma de informar: “la ficción informativa”, la cual utiliza recreaciones, sean con actores de carne y hueso, o creados digitalmente, y se usan para realzar la noticia, especialmente de aquellas, que explican el modus operandi de un asesinato o de un accidente automovilístico. También, se señala los orígenes de la “Televisión basura”, que empezó en Estados Unidos en los últimos años de la década de los ochenta. Se comenzó a emitir en horario de prime time una serie de programas cuyo contenido atraía el morbo de la audiencia.

Se indica que en 1988, se transmitió “Faces of the death” (Rostros de la muerte), un video en el que se veía la muerte de una o varias personas (ejecuciones de rehenes, accidentes, enfermedades), el mismo consiguió ventas millonarias a pesar de su comercialización clandestina. Esto fue lo que provocó, que la

televisión empezar a difundir temas de ese corte. La polémica por lo que reflejaba la televisión, en ese entonces, es la misma de ahora: ¿realmente las noticias muestran la realidad social, o se está creando una realidad para venderla a la misma sociedad?

La proyección de la imagen es cuidada, se realza los contenidos de morbo y escándalo, se usan primeros planos, fondos musicales que realcen el drama de las situaciones, la cámara lenta en edición. Pero, el autor también afirma que esta tendencia por ver noticias violentas, se debe también a la conformidad de los gustos sociales.

“Está comprobado que a la sociedad le gusta contemplar escenas de violencia; la realidad nos obliga a aceptar que la violencia forma parte de la naturaleza humana. Desde los orígenes de la civilización y en todas las culturas, ha sido un ingrediente esencial de la humanidad, unido a su atractivo como espectáculo, su función lúdica, desde el circo romano al cine violento de nuestros días. Toda forma de sensacionalismo atrae instintivamente al público y esto, en el mercado televisivo, significa que atrae mayores ingresos porque atrae más publicidad”. (1997:282)

En el libro se recalca, que “los informativos de televisión han facilitado a las audiencias la posibilidad de contemplar todos los horrores, maldades y aberraciones reales que tienen lugar en nuestro mundo por lejanos que se puedan localizar” (1997:283). El mostrar violencia genera más violencia e insensibilización frente a casos de inseguridad de ciudadana, accidentes, etc. El aumento de violencia en los medios de comunicación se compara al aumento de la violencia en la sociedad, especialmente en los países más civilizados, relación de causa-efecto, claro ejemplo el de la sociedad americana.

Mario Gutiérrez, en su libro “Géneros informativos en televisión”, al igual que los otros citados en esta investigación, concuerda en que el entretenimiento ha logrado protagonismo en la televisión, teniendo ésta como obligación el de distraer, agradar, divertir, hacer gozar, y que el reír o llorar, sean sinónimos de placer. “Es por esto que lo informativo está obligado a aligerar contenidos y espectacularizarlos, captando la atención y el interés del televidente con elementos atractivos, impresionándolo con recursos impactantes y llamativos, convirtiendo

la realidad en un espectáculo singular...Ver un incendio un accidente o una persecución policial resulta más llamativo que su descripción..la espectacularidad nace de la participación directa del televidente con el relato de los hechos, con su implicancia en los hechos, incorporándolo vivencialmente en la narrativa, al mismo tiempo que lo distancia de todo compromiso con éstos". (2003:48)

En el capítulo "El espectáculo de la noticia", el cual hace referencia al slogan de "24 horas" (noticiero más antiguo de la televisión peruana); se expone el nuevo sentido de la información televisiva, el cual "expone realidades diversas, novedosas e inmediatas, que se despliegan a manera de un show de noticias de actualidad y de novedades varias" (2003:53)

La noticia, bajo este criterio de espectacularización, busca que la información que se emita debe ser consumible a lo que exige la televisión. Debe tener impacto, interés y estilo, haciendo del acontecimiento un "producto noticiable".

El llamado también "telediario", es un formato que trabaja la noticia desde su actualidad e impacto social. La importancia de analizar el contenido de un noticiero, en este caso, el que se emite en las mañanas, es porque es considerado "la médula de la información periodística y columna vertebral de toda emisora". "La estructura de los noticieros puede ser variada, según la valoración noticiosa, el estilo del programa y la estrategia usara para captar el interés del público...todo depende de la coyuntura, ritmo y realidad de cada país. Una estructura que se subordina al interés e impacto que pueda tener la información, respondiendo a una visión relacionada con la llamada agenda global" (2003:62)

2.3.1 Orígenes del sensacionalismo periodístico

El sensacionalismo periodístico, empezó en los medios escritos, su origen se remonta al siglo XVI, con las gacetas alemanas y francesas que incluían notas sobre crímenes, dramas familiares y chismes de la realeza. En la segunda mitad del XIX, se atribuyó el carácter de sensacionalista a aquellas manifestaciones escritas, a éstas se les tildó como expresiones de una manera particular y deliberada de hacer periodismo. Esto ocurrió principalmente en Francia, Inglaterra, Alemania y en los Estados Unidos de Norteamérica.

Melvin De Fleur señala al respecto que “En tal contexto competitivo, los propietarios de los periódicos rivales más importantes se entregaron a una lucha despiadada por la conquista de nuevos lectores. En Nueva York, especialmente, William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer recurrieron a cualquier medio para lograr el aumento de sus cifras de circulación. De éstas dependían, como es lógico, los ingresos por publicidad y los beneficios. Ambos ensayaron diversos recursos, ardides, estilos, experimentos y formas de presentación para conseguir que sus periódicos resultaran más atractivos para sus lectores”.

Un ejemplo claro, es la distorsión con la que Hearst, quien controlaba los diarios Examiner y Morning Journal, creó en 1898, con la declaratoria de guerra a España por parte del gobierno estadounidense. En ese momento, Cuba había iniciado su guerra independentista contra España, y fue entonces –mas sin ninguna relación con el conflicto- que el acorazado “Maine” de la flota de Washington, debido a desperfectos, se hundió en la bahía de La Habana. Hearst envió al lugar a su dibujante Frederick Remington, quien una vez allí constató que no había nada extraño que reportar y que el hundimiento no era atribuible al enfrentamiento. El magnate de la prensa, sin embargo, le ordenó: “Usted mande sus dibujos, yo pondré la guerra”. De este hecho, además, se derivaría a mediano plazo una prolongada intervención integral de los Estados Unidos de Norteamérica en la isla caribeña.

Otro ejemplo de prácticas sensacionalistas a través de la historia, es el de la agencia noticiosa internacional Associated Press, que inventó en 1944 un ataque nazi contra una flota mercante brasileña en el Océano Atlántico que impulsó al gobierno de Brasil a hacerse parte de las naciones aliadas contra Alemania y, poco después, tras la victoria de la revolución cubana en 1959, difundió en más de cuarenta oportunidades versiones falsas sobre una supuesta muerte del líder de ese movimiento, Fidel Castro.

En la década de 1950, surgieron en Italia los ya conocidos “paparazzi”, fotógrafos presentes en todas partes, que se ocupaban de obtener tomas comprometedoras de los personajes públicos para venderlas a publicaciones sensacionalistas, sin importarles violar la privacidad de éstas personas. Un ejemplo, fue la persecución que sufrió la princesa Diana de Inglaterra en julio de 1996, quien era seguida por

unos paparazzi, la consecuencia, fue la fatídica muerte de LadyDi, tras chocar su auto, queriendo escapar de estos fotógrafos.

Como expliqué en el concepto de sensacionalismo periodístico, el término de sensacionalismo o sensacionalista, también se le considera “amarillo”, y este concepto tiene dos acepciones acerca de su origen. El primero se atribuye a que en determinado momento el papel en que era impresa la prensa sensacionalista era de tono amarillento o cuando menos que sus titulares principales eran impresos en color amarillo. En segundo lugar, se le atribuye el término de “amarillo”, por una historieta que era incluida en uno de los primeros periódicos estadounidenses de esta clase, y se centraba en un personaje que era el “Yellow Kid”, el “muchacho amarillo”. Otra acepción es que la denominación que no se corresponde directa y específicamente a la prensa sensacionalista sino a cualquier producto periodístico cuya posición política sea indefinida y oportunista. Por último, que su desempeño implica necesariamente, como rasgo definitorio, la “invención de lo real” que se informa, lo que estaría reñido en esencia con la ética de la profesión periodística. Para entender mejor el sensacionalismo, basta con recordar imágenes como las de los atentados del 11 de septiembre del 2001 a las Torres Gemelas en Nueva York. Todos los medios televisivos, apenas minutos después de sucedida la tragedia, no dejaban de lanzar, una tras otra, imágenes de gente herida, muertos, figuras humanas realmente catastróficas y por ello muy impactantes. Otras imágenes sensacionalistas que siguen siendo repetidas continuamente son las imágenes del reciente terremoto ocurrido el 15 de agosto. En las pantallas de millones de peruanos se transmitieron situaciones peor de morbosas de las que experimentamos durante el atentado al World Trade Center, en ellas “parecía que los reporteros querían entrevistar a los muertos” como diría Fernando Vivas, colaborador del diario El Comercio.

2.3.2 Función del sensacionalismo periodístico

La función del periodismo sensacionalista es lucrar con el dolor ajeno y obtener beneficios económicos para el medio mismo, o sea más ingresos por publicidad y mayor captación de público, mayor rating. El sensacionalismo vende porque muestra las contravenciones a la moral social, aparte de que él mismo se ofrece como una contravención al tiempo de ser visto como una posibilidad de obrar o pensar en oposición a lo socialmente establecido. Ahí radica su “encanto”.

El “gancho” que utiliza es la locución narrativa del suceso, aquello que mueva la curiosidad y las pasiones de sus destinatarios. Este tipo de periodismo intenta satisfacer las curiosidades de los telespectadores, a través de estas notas cargadas de sensacionalismo. De la combinación de esos factores, que son aplicados a casos de asesinato, suicidio, asalto, violación, vandalismo, agresión, pelea, robo, uso de armas de fuego u otras, accidentes de cualquier tipo, muertes naturales de personas solitarias, hallazgo de cadáveres, secuestros, intentos frustrados de robo o asesinato, abusos de autoridad o romances escondidos o “ilegales”, entre otros, el sensacionalismo logra el principal resultado esperado: la captación de grandes audiencias.

2.4. La televisión

2.4.1 La televisión como medio de comunicación

La televisión surge a raíz de la “curiosidad”, rasgo característico del ser humano. Este medio de comunicación apareció gracias al esfuerzo y conocimiento en conjunto de varios hombres, lo cual llevó varios siglos de elaboración. El fin de este aparato, requería la creación y el perfeccionamiento, para poder transmitir imágenes y sonido a través de grandes distancias en apenas una fracción de segundo.

La imagen más memorable que se tiene de la televisión, es la transmisión mundial del primer paso del hombre en la Luna, este acto histórico se realizó el 20 de julio de 1969. Pero antes de ese hecho histórico, visto mundialmente, en 1930, la BBC de Londres realizó su primera transmisión de prueba por televisión con la tradicional carrera de Derby.

Así como estos ejemplos, vemos como la televisión es uno de los más complejos y a la vez fundamentales medios de comunicación. En nuestros días, la televisión no sólo informa acerca de los sucesos que ocurren en el mundo, sino que los transmite mediante sus cámaras.

La televisión es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. No se puede negar el potencial de sugestión social, la importancia como fenómeno cultural y su envergadura industrial y financiera que tiene la

televisión. Este medio de comunicación, enseña, comunica, entretiene, divierte y forma, pero también desinforma, deforma y aliena, pues la gran influencia que ejerce sobre la sociedad, hace que los televidentes accionen de acuerdo a las informaciones que se difundan en este medio de comunicación.

La televisión tiene una serie de características que le otorgan un alto grado de influencia, entre las que cabe reseñar las siguientes:

- La televisión tiene una gran fuerza expresiva, porque se basa en la imagen y esto es muy eficaz para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente. En pocas palabras, presentan la realidad con movimiento.
- La televisión es un gran espectáculo que a su vez integra otros espectáculos como el teatro, el deporte, la música, el cine, con lo cual tiende a refrenar la independencia de estos últimos. Jesús González Requena explica que la televisión ocupa un lugar privilegiado en la casa y cómo esto supone la abolición de la intimidad. La presencia de la televisión en los lugares clave de la vivienda (cuarto de estar, cocina, dormitorio) cambia la disposición de los muebles para adaptarse a su presencia. Esto también influye en la forma de comunicarse entre la familia, la comunicación se estructura en torno a un centro exterior al ámbito familiar (la televisión), con lo que ese lugar deja de ser un espacio de intimidad. La televisión se va acoplando a la vida familiar, llegando a ser un elemento cotidiano y necesario, y así cuando, por ejemplo, en una comida la televisión está estropeada hay cierta incomodidad entre los comensales, que no tienen más remedio que mirar al plato de comida para evitar las miradas de los demás.

La televisión es un vehículo de control. Es el símbolo de la cultura de masas, esta cultura se convierte en incultura cada vez mayor para aumentar su aceptación entre el público, que no tiene otras opciones mejores, y se hace dócil, deja de pensar.

Siguiendo con Jesús González Requena, la televisión vacía de ideología, la televisión y su público no se caracterizan por una ideología o sistema de creencias, sólo por posición escópica (la televisión es el objeto al que el público atiende). En vez de apoyar una ideología tiende a vaciar los sistemas de valores, todo se reduce a espectáculo. Entonces, el ciudadano (convertido en espectador que ve televisión y campañas electorales televisadas, precisamente dos formas de feed-

back o retroalimentación porque se compran bienes materiales y se vota), ya no es definido por una ética o ideología, sino económicamente, en cuanto a consumidor/ espectador, es decir por el mercado, por la lógica del capital.

- La televisión como medio de comunicación, forma parte en procesos de comunicación social, en la medida que la información que transmiten busca causar efectos en la audiencia y, por ello, requieren continuamente una medición de ese efecto. Esta característica de los medios audiovisuales convoca a distintos grupos sociales (empresas, organizaciones, entidades estatales, etc.) para que propongan contenidos o directrices editoriales sobre los contenidos emitidos.

2.4.2 La televisión basura o “telebasura” en el Perú

El término “telebasura”, se acuñó a los programas televisivos que difunden asuntos banales, poniendo en primer plano a los personajes (públicos) o al enfoque distorsionado al que recurren éstos para tratar diversos asuntos y personajes.

En un inicio, este nuevo género de periodismo, se llamó “televisión tabloide”, en Estados Unidos, para referirse a los programas talk shows del precursor Phil Donahue y luego a Jerry Springer, quienes causaron sensación y acapararon sintonías en el país americano. Esta Tv basura o trashy reality television, o como quiera denominarse a este fenómeno cultural, evidenciaba la actitud severamente crítica de sectores de ese país. El estilo de estos programas era romper la barrera de lo informativo para trasladarse al puro terreno del entretenimiento introduciendo a las celebridades en una zona que describiremos sencillamente como “tabloide”. “Estamos en la Década Tabloide” editorializó la revista Vanity Fair, recordando los casos de O.J. Simpson, Pamela Anderson, John Wayne Bobbit, Tonya Harding, Huh Grant y, por supuesto, Clinton y Mónica Lewinsky.

Esta definición de “tv basura”, se inició a fines de 1988, donde la característica de estos programas era explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo para atraer más audiencia”.

Así, Lima decidió lanzar programas de este corte para buscar sintonía y ser líderes del rating. Con ciertas similitudes a la prensa chicha, la telebasura limeña compartió muchas veces personajes centrales, de coyuntura, con los medios escritos.

Esta tipo de televisión ofrece tres variantes:

- Los programas de chismes, historias de famosos, personajes de mundo rosa, donde destaca Magaly Medina, conductora de “Magaly Te Ve”, emitido por canal nueve.
- La segunda, son los ya conocidos talk shows, teniendo como máxima exponente a Laura Bozzo. Temas como “No creo en los hombres”, “Mi padre me violó”, “Maridos borrachos”, “Soy la tetona del barrio”, son algunos de los menesteres que ofrecían sus programas. Pero estos talk shows tuvieron sus inicios con “Tal Cual”, conducido por Jorge Henderson en 1993. Posteriormente, apareció Jaime Baily con “1900”, emitido por canal cuatro en 1989.
- La tercera, y más preocupante, es la imagen actual de los noticieros, que inclinan a la crónica policial en sensacionalismo puro. El caso más representativo fue el programa “90 Segundos” (el de los ‘90, que dedicaba largos minutos y escenas a hechos violentos y escandalosos).

El exceso de informes policiales sangrientos, empezó en el canal dos. Los cadáveres en la pantalla, la reportera agitada que perseguía a sus entrevistados con tenacidad pocas veces vista, y el pedido de mostrar a sangre fría a muertos tirados en la pista, eran característicos de estos programas periodísticos.

2.4.3 Los noticieros televisivos

El noticiero es un programa televisivo que se encarga de transmitir a los televidentes las noticias actualizadas del acontecer nacional e internacional. El noticiero cuenta con elementos característicos en cuanto a su lenguaje, su diagramación, su material, etc., que lo distingue claramente del resto de los programas televisivos. Este programa informativo apunta a un público adulto ya que su estilo es formal y serio.

En sus primeros formatos, el noticiero televisivo seguía el diseño del radial: un corto de pocos minutos en los cuales se daba la información más importante del día. Sin embargo, con el tiempo, el noticiero ganó mayor entidad y hoy en día podemos encontrar no sólo una gran variedad de noticieros si no también canales enteramente dedicados a este tipo de programación.

Entre las características que presentan los noticieros están el lenguaje serio y formal, los conductores vestidos de manera formal y sobria.

Este formato televisivo es uno de los más complejos, puesto que las informaciones que se presenten ante cámaras deben pertenecer al día a día. Es decir, las noticias que salgan al aire tienen que ser actuales. Por ello la complejidad en mostrar notas que no sean desfasadas, para poder cubrir toda la programación del noticiero.

Generalmente, la pauta de un noticiero televisivo contiene 3 tipos de informaciones: noticias locales, nacionales e internacionales; noticias deportivas y noticias sobre espectáculos (nacional e internacional). Además, el equipo periodístico que conforma un noticiero televisivo, generalmente está conformado por los siguientes profesionales: Director, productor, Jefe de informaciones, Conductores, Reporteros, Camarógrafos, Director de cámaras, Sonidista, Jefe de piso, etc.

La transmisión de los noticieros televisivos generalmente están programados en tres turnos: mañana, mediodía y noche (al menos esa es la programación en nuestro país).

Los noticieros televisivos de la mañana se caracterizan por mostrar notas informativas del noticiero de la noche del día anterior. Además, de agregar algunos otros informes del día, enlaces micro-ondas, entrevistas en el set. Seguido del bloque deportivo y del segmento de espectáculo. La mayoría de las noticias que se ven, son de contenido policial, lo cual conlleva a ver repetitivamente, atropellos, violaciones, asesinatos, agresiones físicas, etc. Lo cual, es preocupante, ya que al ser un horario dial, no sólo los adultos se encuentran sintonizando las noticias, sino también, los niños que a esa hora van al colegio, y al ser menores, la alta carga de violencia que transmite un noticiero televisivo en la mañana, puede afectar sus emociones, al percibir imágenes tan violentas.

Mientras tanto, el micronoticiero del mediodía, muestra un resumen del noticiero de la mañana; el cual difunde las noticias más importantes que se lanzaron al aire.

Por otro lado, el noticiero de la noche, emite notas e informes un poco más extensos. Se caracteriza por abordar, en su mayoría, temas políticos y policiales. Además, de transmitir enlaces y entrevistas, seguido del bloque deportivo.

Lamentablemente, al pasar el tiempo, los noticieros televisivos se han convertido en portadores de noticias sangrientas y desalentadoras, transmitiendo a los televidentes la sensación de una sociedad violenta. La pregunta es: ¿realmente nuestra sociedad es violenta?, o es sólo una realidad exagerada que nos quiere transmitir la televisión.

2.5 La publicidad

Ramón Sánchez Guzmán define a la publicidad como “un envase atractivo con que se presenta ante el espectador...por ello hay que saber que no siempre un buen envase contiene un buen producto”.

La publicidad es un instrumento del mundo de los negocios, que tiene por finalidad vender y hacer vender, o mejor dicho, provocar la acción de compra, es allí donde hace uso de los medios de comunicación masiva, para realizar esta contra-acción. Aquí, la persuasión es muy importante.

En la actividad publicitaria, siempre se hallan presentes tres elementos básicos: emisor, mensaje y receptor. Además, cuenta con los siguientes factores para llegar a su fin: color, personajes, sonido.

Asimismo, la publicidad está de la mano con las siguientes disciplinas: Psicología, Sociología, Economía, Estadística, Antropología, Semiología y la Comunicación Social. Ésta última es la vía por la cual, la publicidad buscará emitir su mensaje al receptor de la manera más eficaz y creíble. Por ello, es importante en este estudio, ver, cómo la publicidad puede influir en la selección de ciertas notas informativas, pues a mayor audiencia a determinada noticia (en su mayoría, de corte policial, sensacionalista), mayor rating, por ende, más avisos publicitarios en el segmento donde se difundió el informe sangriento. Así, tanto la casa televisora como la empresa publicitaria ganan.

Dentro de las funciones que tiene la publicidad se encuentran:

- **Función de Información:** Aquí se da a conocer un producto, una marca, un eslogan. Esta función es asumida muchas veces por la palabra o por el contexto que aparece escrito, el cual es acompañado de la imagen, la cual debe transmitir una información precisa.

- **Función de Persuasión:** Para persuadir, la publicidad utiliza procedimientos como órdenes, amenazas, sugestión, asociaciones en serie, apelación a la imagen de uno mismo, mensajes subliminales, etc. Puesto que la imagen y el texto que acompañan al aviso publicitario deben ser sugerentes y vendibles para conseguir su logro, crear un impacto en el comprador.
- **Función Económica:** Esta función está destinada a que la publicidad sea rentable para quien la promueva, es decir, tiene que hacer vender el producto o imponer la idea al mayor número de personas posibles.
- **Función Estética:** Es indudable que en la publicidad hay un importante papel creativo, pues la necesidad de llegar al público, tiene un notable interés técnico y semiótico. Además, de la competencia que genera crear mejores avisos publicitarios, que el de la competencia, con el fin de vender el producto y posicionarse como favorito dentro de la sociedad.

La publicidad también crea una estética determinada, usando colores, composiciones, ritmos de montaje, etc.

2. 5.1 La publicidad en la televisión

En los medios de comunicación audio-visual las imágenes son solo una representación de la realidad, pero el observador suele identificarlas con objetos reales otorgándoles características y atributos propios del modelo original.

Los mensajes transmitidos en anuncios televisivos suelen ser fugaces y complementarios. Se estima que una persona pasa ante el televisor unas dos horas diarias. Si un ser humano hace esto durante 60 años, estaría ante el televisor más de once años de su vida. He allí la importancia que cobra la publicidad en la televisión.

En la programación de la televisión, la publicidad no es algo que se limita a los avisos comerciales, sino que las agencias publicitarias determinan y condicionan numerosos aspectos de producción, como el horario, el tiempo, el segmento, etc, donde se proyectará su aviso publicitario.

Los avisos que se difundan por este medio audiovisual, tienen que considerar elementos básicos, tales como:

- Identidad de los personajes (género, raza, nivel socioeconómico); así se

designa el horario adecuado de transmisión para el aviso, según el tipo de público que, estadísticamente, está viendo cierto programa en determinado tiempo.

-Actitudes de los personajes (gestos, comunicación no verbal); los personajes son usados como canales de transmisión de ideologías, poder, etc. Las expresiones y gestos que muestren en el aviso, son las sensaciones que tienen para con el producto. También, como parte de un plus de los personajes, está la voz, sea ante cámaras o en off, pues la dicción que preste al transmitir su mensaje, será importante para la recepción adecuada que tenga el televidente.

-Escenario; la puesta en escena de un aviso publicitario está ligada al concepto del mensaje que se quiere transmitir. Los escenarios que se usen pueden mostrar cierta dualidad de comodidad-incomodidad, o relajación-actividad.

- Recursos tecnológicos(luz, encuadre, color, etc); estos elementos de producción son los que le dan vida al aviso publicitario, puesto que al usar diversos planos, encuadres, luces, etc, se crea una historia significativa, que busca transmitir un mensaje.

-Texto (mensaje); es el propósito de la publicidad, transmitir un mensaje con el texto adecuado, que debe ser simple, eficaz, y creativo, para que impacte en el público.

2.6 Definición de términos básicos

- **Sensacionalismo:** Es un modo de plantear los hechos de manera exagerada, perdiendo el sentido noticioso de los mismos, a cambio de ganar más dinero y audiencia. El sensacionalismo constituye una modalidad más del periodismo.

- **Noticias:** La noticia, como género, es una manera directa de reflejar la realidad que requiere la máxima objetividad posible por parte del periodista. Se informa de los acontecimientos en el momento en que se producen. La noticia audiovisual es sinónimo de rapidez e inmediatez. La rapidez, concisión y claridad que se requiere en los noticieros no permiten afrontar los hechos con gran profundidad.

- **Noticias sensacionalistas:** Son aquellos relatos que refieren a un hecho novedoso o atípico ocurrido dentro de una comunidad o determinado ámbito específico, que hace que merezca su divulgación, y buscan producir sensación, emoción o impresión, Angustia, dolor, compasión, sufrimiento, llanto, alegría, esperanza.
- **Noticieros televisivos:** Son programas televisivos que transmiten a los televidentes las noticias actualizadas del día y de las últimas horas. El noticiero cuenta con elementos característicos en cuanto a su lenguaje, su diagramación, su material, etc., que lo distingue claramente del resto de los programas televisivos.
- **Publicidad:** Es una técnica de comunicación comercial que intenta informar al público sobre un producto o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar a la audiencia hacia una acción de consumo. El acuerdo entre los medios de comunicación y los auspiciadores, es la emisión de los anuncios por parte de los medios de comunicación a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario dentro del canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el previo conocimiento del anunciante. Tal contrato es denominado contrato de emisión o de difusión.
- **Rating:** El rating es una cifra que indica el porcentaje de hogares o espectadores con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos (o promediando minutos y fechas), en relación al total de TV Hogares o televidentes considerados en la muestra (encendidos + apagados). Esta cifra siempre va a ser menor que la de share o cuota de pantalla.
- **Canales de señal abierta:** Son todos aquellos canales de televisión que llegan por medio de las ondas electromagnéticas que se pueden transmitir por el espacio libre. Éstos son captados por la antena del televisor.
- **Auspiciadores:** Son las personas u empresas que participan en un evento, aportando dinero o apoyo logístico. Este apoyo financiero para la realización de un evento se efectúa mediante canjes publicitarios.



CAPÍTULO III :



CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Como se señaló anteriormente en el Capítulo I: “Metodología de la investigación”, la presente tesis aplicó las metodologías de Krippendorff y Van Dijk, para demostrar las hipótesis propuestas. Para ello demostramos la validez de las hipótesis específicas y de esta manera, se comprueba la hipótesis general.

3.1 Análisis de los datos

3.1.1 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1.

a) Las noticias sobre accidentes de tránsito y asesinatos son las que prevalecen en los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011.

Según el pauteo realizado en la quincena del mes de agosto del 2011, donde se analizó los noticieros “Primera Edición” y “Primera Noticia”, específicamente los días: 15, 17, 19, 22, 23, 24, 25, 26; se concluye que las noticias sobre accidentes y asesinatos son las que prevalecen en los noticieros de la mañana. Siendo “Primera Edición”, el informativo que más notas sensacionalistas emite. (Véase los pautas en Anexos).

Aplicando la metodología de Krippendorff, se determina que, en el caso de “Primera Edición”, las noticias emitidas incurren en la exageración de zoom in y planos detalles para mostrar una y otra vez, rostros ensangrentados, autos destrozados, cuerpos mutilados cubiertos de mosaicos, rostros de personas llorando, familiares abrazándose, testimonios con voces quebradizas; y todo se suma bajo la locución con voz impostada, para mostrar pena, impacto.

A su vez, estos informes se presentan con caras serias, a veces tristes, de parte de los conductores. Si se trata de una noticia realmente impactante, como el que un señor pierda un ojo a causa de un cuchillo atravesado, ésta puede repetirse hasta cuatro veces en el noticiero, y puede tener una cobertura de hasta dos o tres días, con enlaces telefónicos con los familiares, o entrevistas desde la camilla de un hospital, donde se encuentra el herido, que no puede hablar, pero al que lo ponchan con zoom una y otra vez la parte herida de su cuerpo.

Algo similar ocurre en “Primera Noticia”, difunden sí noticias sensacionalistas, pero no al mismo nivel que “Primera Edición”, miden la dosis de sangre que verán los televidentes. Las notas policiales que emiten son menos, pero algunas veces recaen en las frases buscadas, y en los planos cerrados y acercamientos para mostrar la magnitud del accidente de tránsito, o la impotencia que muestran las personas al ver a sus seres queridos muertos.

A continuación, se pondrán algunos de los titulares que aparecieron en el noticiero “Primera Edición” (ya que es el que más noticias sensacionalistas emitió) durante el tiempo investigado; que servirán para corroborar la hipótesis, con la aplicación de la metodología de Krippendorff:

- **“Primera Edición” - 15 de agosto del 2011:
“UN MUERTO DEJÓ VIOLENTO CHOQUE ENTRE AUTO PARTICULAR Y CAMIONETA DE LA REGIÓN CALLAO”**

Este informe duró tres minutos y se repitió tres veces en el noticiero. La nota mostraba en repetidas ocasiones el mal estado en que quedaron ambos autos, utilizando paneos y zooms para enfatizar la gravedad del accidente. Además, se usó las imágenes de la cámara de seguridad en la que se ve el momento del impacto de ambos autos. Este video se repite a lo largo de la nota, colocando la foto de la persona fallecida a causa del accidente.

- **“Primera Edición” - 17 de agosto del 2011:
“SEPULTAN RESTOS DE ADOLESCENTE ASESINADO A POCAS CUADRAS DE SU CASA”**

Esta nota duró dos minutos, y fue un seguimiento que realizó el noticiero. Se emitió la noticia cuando asesinaron al joven y posteriormente, el sepelio de éste. El informe utiliza planos generales para que se aprecie a los familiares alrededor del ataúd. También, usan zoom in y primeros planos para captar a los familiares mientras lloran y piden justicia.

- **“Primera Edición” - 19 de agosto del 2011:**

“SEPULTAN RESTOS DE EJECUTIVO ASESINADO EN SU CASA EN EL CALLAO. BUSCAN AL PRINCIPAL SOSPECHOSO”

El informe duró dos minutos y se repitió tres veces en el noticiero. También es un seguimiento que realizaron los periodistas del programa. En la nota, se utiliza paneos, primeros planos y zoom in a los familiares que lloran mientras pasean el ataúd por las calles y cargan arreglos florales. Además, el reportero hace uso de frases elaboradas que causen tristeza en la audiencia, como: “El dolor de la matriarca de la familia era tan profundo que no encontraba consuelo en sus nietos”; mientras que se visualiza a la madre del fallecido llorando.

- **“Primera Edición” – 22 de agosto del 2011:**

“TRAILER APLASTA AUTOMÓVIL. CHOFER FUE RESCATADO CON VIDA”

La nota duró dos minutos y se repitió tres veces. En las imágenes se muestra primeros planos del auto destrozado. Además, hace uso del zoom in para tratar de captar al herido que se encuentra dentro del automóvil. También se realiza un seguimiento al herido que es trasladado a la ambulancia.

- **“Primera Edición” – 23 de agosto del 2011:**

“CONDUCTOR EBRIO ARROLLA A FAMILIA CERCA DE LURÍN; IBA CONTRA EL TRÁFICO”

La noticia duró dos minutos y se repitió dos veces. La reportera empieza explicando el estado del herido: “Con el rostro desfigurado y con más de cien puntos quedó este humilde padre de familia”; mientras se escucha esta locución, se ve un primer plano al rostro del hombre, donde se aprecia moretones y los vendajes que le han colocado, también le hacen un paneo. Luego se muestra en segundo plano a la hija del herido, menor de edad, sin cubrirle el rostro, hacen un zoom in a la pierna de la menor que está vendada por el accidente, y luego realizan un primer plano. Estos movimientos de cámara se repiten varias veces.

- **“Primera Edición” – 24 de agosto del 2011:
“GESTANTE QUEDA HERIDA EN CHOQUE; LA LLEVARON DE URGENCIA A DAR A LUZ”**

La nota duró un minuto y se repitió tres veces. Se realizan paneos y primeros planos a los autos involucrados en el accidente, se resaltan las partes destrozadas de ambos vehículos. Luego realiza un seguimiento con la cámara del traslado de la mujer embarazada, sacándola del taxi y subiéndola a la ambulancia.

- **“Primera Edición” – 25 de agosto del 2011:
“CHIMBOTE: HOMBRE MATA A UNA MUJER POR DESPECHO Y LUEGO SE SUICIDA”**

El informe duró un minuto y se repitió tres veces. Realizan un seguimiento con la cámara, mientras los familiares de la mujer asesinada caminan llorando. A la vez, la locución en off del reportero dice: “Su familia todavía no asimila lo sucedido y por eso el llanto desconsolado de su madre”. Se muestra la fotografía de la fallecida y del asesino, los familiares llorando en primer plano. También se ve a la madre de la víctima, declarando a las cámaras, mientras llora.

- **“Primera Edición” – 26 de agosto del 2011:
“LAMBAYEQUE: HOMBRE MATA A SUS HIJOS A MACHETAZOS”**

La noticia duró un minuto y se repitió dos veces. Se realiza un seguimiento con la cámara a los policías que sacan los cuerpos de los niños asesinados. En primer plano se ve a la madre llorando mientras ven el traslado de los cadáveres, y luego hacen un paneo desde los cuerpos envueltos de sus hijos hacia la madre y viceversa.

Siguiendo el estudio de Van Dijk, se deduce que:

- En el caso de “Primera Edición”, el 50% de las informaciones que transmite, son de tipo policial. Los atropellos, los suicidios, las agresiones físicas, tienen como protagonistas a personas de bajos recursos quienes se sienten olvidadas por las autoridades políticas, y ven en los noticieros televisivos, una ventana para denunciar y mostrar sus penurias. Por eso, se ve en pantallas, mujeres

llorando porque sus hijos fueron asesinados por no dejarse robar sus zapatillas. O familiares que miran con desdén cómo sus precarias viviendas ubicadas en arenales, se desplomaron en medio de la noche, mientras sus hijos dormían. Todos los testimonios provenientes son de personas de nivel socioeconómico CD, y los informativos de la mañana, como el de “Primera Edición”, emiten diariamente este tipo de noticias lacrimógenas, buscando “sensibilizar” a la población, y darle una “ventana”, a los “ciudadanos olvidados”.

Verónica Linares, conductora de “Primera Edición”, reafirma la hipótesis del presente trabajo, en una entrevista concedida para esta investigación: “El tipo de noticias que nosotros presentamos, son las noticias que pertenecen a un sector de clase media baja... Yo tengo entendido que el canal se dedica al entretenimiento y a la información, no a la cultura”.

Asimismo, cuando se le preguntó a la periodista sobre el abuso de noticias policiales en los programas informativos, Linares recordó la emisión de un informe sobre la muerte de un niño: “Recuerdo que hace poco hablaba sobre este tema con un amigo bloguero, a quien le dije, que en un momento pasamos en el noticiero una nota sobre un niño que estaba yendo a un matiné con su mamá. Cuando el niño estaba tocando el timbre de la puerta de la casa, una combi lo atropelló. Entonces, le dije a mi amigo, que nunca nos va a suceder eso, porque estamos en San Antonio, porque la gente que vive aquí, no lleva a sus hijos a la fiesta del vecino que queda al costado, generalmente lo lleva a un santito que se hace en un local alquilado, en un sitio más grande, y si llevas tú a tu hijo a un santito, no lo llevas caminando, o no lo llevas en combi, o en un taxi; lo llevas en tu carro o lo lleva el chofer. Entonces, en nuestra realidad, nunca va a suceder eso, o es poco probable que ocurra. Pero a estas familias y a estas personas, sí, porque los santitos de esos niños de ese sector socio-económico, se celebran en las casas, y por esas zonas se permite el ingreso de combis, difícilmente vería yo combis, o choferes borrachos manejando en La Planicie, por ejemplo. Entonces son realidades distintas”

Además, la presentadora del noticiero matutino de América Noticias, al preguntarle sobre el protagonismo que tienen las personas de sectores socioeconómicos bajos en las noticias, dijo: “Es lo que presentamos, son las injusticias que se dan”; y recalzó que en la televisión “existe una amplia gama de alternativas para que el

público decida qué quiere ver, y qué es lo que se enfoca más a su realidad, pero no todo es política”

- Por otro lado, el noticiero “Primera Noticia”, de ATV, tiene como prioridad temas de corte político, económico, coyuntura nacional e internacional, y entrevistas en set. Un 30% abarca noticias policiales, con la diferencia que no muestran a detalle el sufrimiento ajeno.

El conductor de este noticiero, Augusto Álvarez Rodrich, también fue interrogado para esta tesis, y comentó el tratamiento de noticias sensacionalistas en el informativo, del cual es presentador. “Primero, buscamos que estas noticias estén en la dosis adecuada, ya que si sólo pasas temas policiales no estás representando lo que ocurre en la sociedad; y segundo, es cómo dar esa información. Tú puedes sacar el muerto tirado y regocijar la cámara con la sangre y todo, pero puedes tratarlo mejor, dándole una manera más digna. No tienes porqué sacar el cuerpo acuchillado, tú puedes manejar y dar la misma información de otra manera”.

Contó además sobre el segmento “Lima insegura”, que difunde “Primera Noticia”, el cual es una alternativa periodística para tratar temas de delincuencia en la televisión: “Con Lima insegura, se busca bajar esa dosis de violencia, que en muchos canales, es un elemento que genera rating. Yo siento que los canales tenemos que ser más responsables en darle a la gente información, no que evadas o dejes de poner cosas, pero que sí representen mejor el día, no solo dar choques, muertos y crímenes, eso no es todo lo que pasa en la sociedad”.

Rodrich, también comentó sobre el abuso de publicidad en los noticieros, y de un posible confabulamiento con los informativos para pasar noticias sensacionalistas. “Siento que hay un abuso de ese tipo, y que hay alguna complicidad. Los anunciantes solamente buscan rating, y no les importa cómo, y el mejor ejemplo es lo que ha pasado con el caso de Ciro Castillo, siento que ha sido uno de los peores desempeños del periodismo peruano en mucho tiempo”

Hipótesis específica 2.

- b) La publicidad de empresas de celulares, educativas y de supermercados son los que más auspician los noticieros de la mañana de los canales de

señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011. La publicidad es de tipo comercial, demostrativa y directa.

En cuanto a la publicidad, el noticiero le dedica de 4 a 5 minutos a la tanda comercial que se emite después de cada corte comercial, las cuales publicitan alrededor de diez empresas por bloque.

Según el publicista Gustavo Rodríguez, entrevistado para esta tesis, señala que “el rating manda, y que los directores creen que se debe hacer todo por el rating. En cuanto a publicidad, los auspiciadores se van por el más adecuado para ellos” Durante las tandas publicitarias de “Primera Edición”, se encuentra la empresa de celular: “Movistar”; también de automóviles: “Toyota”, “Volkswagen”; empresas de aseo personal, como “Head & Shoulders”, “Pantene”; empresas educativas, como “Instituto de la Clínica Ricardo Palma”, “Universidad Peruana Los Andes”, “Instituto INTECI”. Y tiene, como principales auspiciadores a: “BBVA”, “Ripley”, “Ariel”, “Gillete”, “Toyota”, “Cristal”, “Primor”.

Por su parte, la tanda publicitaria de “Primera Noticia” es de cinco a seis minutos, y sus principales auspiciadores son: “BIF”, “Panadol”, “Pampers”, “Eno”, “Ariel”, “Sensodyne”, y “Aceros Arequipa”. La empresa de celular que publicita es “Claro”. En cuanto al rating, es visiblemente superado, por “Primera Edición”.

Hipótesis específica 3.

c) El tiempo asignado para resaltar las noticias sensacionalistas son de dos a tres minutos; y de acuerdo a la relevancia del caso, se repiten en cada bloque.

Por lo investigado, según demuestra los cuadros comparativos, el noticiero “Primera Edición”, es el que más incurre con emisiones de noticias sensacionalistas, llegando a transmitir de 10 a 12 informes de corte sangriento por día.

Asimismo, se deduce que cada una de estas notas, se repiten de 2 a 3 veces, según el impacto violento que tienen y pueden llegar a tener, cada una, de 3 hasta 8 minutos, y cada una de ellas, recurre incisivamente a los planos detalles y zoom in, para resaltar la gravedad del accidente, o mostrar a familiares llorando por la pérdida de algún ser querido.

Para ilustrar la comprobación de la hipótesis, véase en “Anexos”, las tablas que contienen las pautas de ambos noticieros investigados “Primera Edición” y “Primera Noticia”.

3.1.2 Hipótesis general

* La selección y difusión de noticias sensacionalistas en los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011, son los factores determinantes que influyen en la publicidad y el rating televisivo.

De acuerdo a lo investigado, se concluye que el rating es el principal factor por el que los noticieros de la mañana emiten noticias sensacionalistas. Por lo tanto, al tener mayor sintonía difundiendo este tipo de informes, mayor es la demanda publicitaria, para que las empresas auspicien los noticieros.

“Primera Noticia”; transmite de 5 a 7 notas sensacionalistas por día, casi la mitad de emisiones violentas, comparadas con “Primera Edición”. El noticiero de ATV, comparado al de América Televisión, da preferencia a informes de corte, político, económico, y desarrolla temas de coyuntura nacional, con extensas entrevistas.

También, se nota que los informes presentados tienen como protagonistas a personas de nivel socioeconómico BC, y son estos sectores los que más aceptación muestran por informaciones de este tipo, y esto se ve reflejado en los índices de rating que alcanza “Primera Edición”. (Véase en “Anexos”, los índices de rating que obtuvieron ambos noticieros durante el tiempo de investigación).

El abuso de noticias sensacionalistas en los noticieros, la espectacularización de las noticias en los informativos matutinos es asunto de estudio desde que se mostró este cambio en la televisión, que mostraba predilección por las informaciones de muertes, accidentes de tránsito y parecidos.

El libro “En vivo y en directo” (segunda edición), de Fernando Vivas, detalla un estudio que promovió ConcorTV, a través de Ad Rem, sobre el rigor y contenidos de los noticieros emitidos dentro del horario de protección al menor.

Los resultados arrojaron de lunes a viernes un 75,8 % de contenidos nacionales frente a un 24,2% de noticias internacionales, y 67% de notas informativas breves

frente a 35,2% de notas con desarrollo. Las áreas temáticas se distribuyeron así: 29,4% para deportes, 15% de policiales, 7,9% de política, 7,1% de problemática ciudadana, 5,5% de problemática social, 5,4% de tragedias y accidentes, 4% de catástrofes naturales, 3,5% de economía, 3,4% de salud, 2,8% de educación, y 2,1% de televisión y cultura.

En cuanto al protagonismo según actores sociales, se halló que el 35,7% eran ciudadanos comunes, el 29,3% deportistas, el 6,3% autoridades del Gobierno central, el 3,7% de las fuerzas del orden, el 3,7% políticos, el 3% gente de la cultura y el espectáculo, el 2,9% delincuentes y el 2,7% autoridades internacionales. Además, se concluyó que, el 25,7% de notas se caracteriza por su visible apelación a la emotividad, el 10% no identifica fuentes, el 7,1% contiene imágenes violentas y el 5,7% tiene fuentes mal identificadas.

Después, de los datos otorgados, Vivas, concluye que “el noticiero peruano tiene un importante protagonismo del ciudadano común y corriente, que puede ser una de las claves de su éxito de sintonía frente a las ficciones excluyentes”. Asimismo, resalta que la emotividad usada en los informes presentados en los noticieros, se ve presenciado en las historias que se introducen a mitad de la nota, para señalar los antecedentes “del crimen, usar a los vecinos y amigos como el coro trágico”...y éstas ven su clímax en “la revelación policial del misterio al llanto en close up de los padres jóvenes muertos o violados. El drama importa más que la revelación y la información es un subtexto que hace avanzar el relato”.

Alicia Retto, reportera de ATV, quien fue entrevistada para esta tesis, confirma lo planteado en la hipótesis: “si influye el rating en la selección de este tipo de noticias. El público pide ese tipo de noticias. Nosotros (Primera Noticia) hemos intentado bajar la nota de sangre, pero cuando lo hemos intentado, el rating baja”. Ante esta situación, la periodista de canal 9, recordó que habló, junto su equipo periodístico, con un sociólogo para entender porqué las personas prefieren este tipo de noticias, y dio las razones: “la gente en la mañana ve los accidentes porque tienden a buscar si hay personas conocidas en ellos, si en el bus que se chocó había algún familiar; por eso es que los noticieros empiezan con los accidentes de madrugada, con los policiales, porque los televidentes si necesitan las cuotas de sangre, sobre todo en los matinales”.

Al ser casi una necesidad para la audiencia empezar el día con noticias sobre muertes, los informativos de la mañana aprovechan la demanda de este tipo de informaciones, para emitir notas exageradas, que se conviertan en shows mediáticos, con primeros planos, zooms, frases elaboradas y con locuciones en off llenas de dramatismo.

Este abuso de mostrar sangre en los programas periodísticos, preocupó a “Primera Noticia”, según comenta Alicia Retto. La reportera de ATV manifestó que el noticiero ha intentado disminuir la dosis de noticias sensacionalistas, como accidentes de tránsito y asesinatos, sin mayor suerte, pues al hacerlo el rating no les responde.

“Cuando hemos intentado quitar este tipo de noticias, no hemos tenido suerte, no hay rating. Hemos cambiado el contenido del noticiero, hemos reducido éstas notas, pero no las hemos quitado, ya no hay cuchillazos, hay pocos accidentes, agregamos informaciones de servicio, en bloques como Yo Reportero, notas médicas, que reemplace la cuota d sangre”.

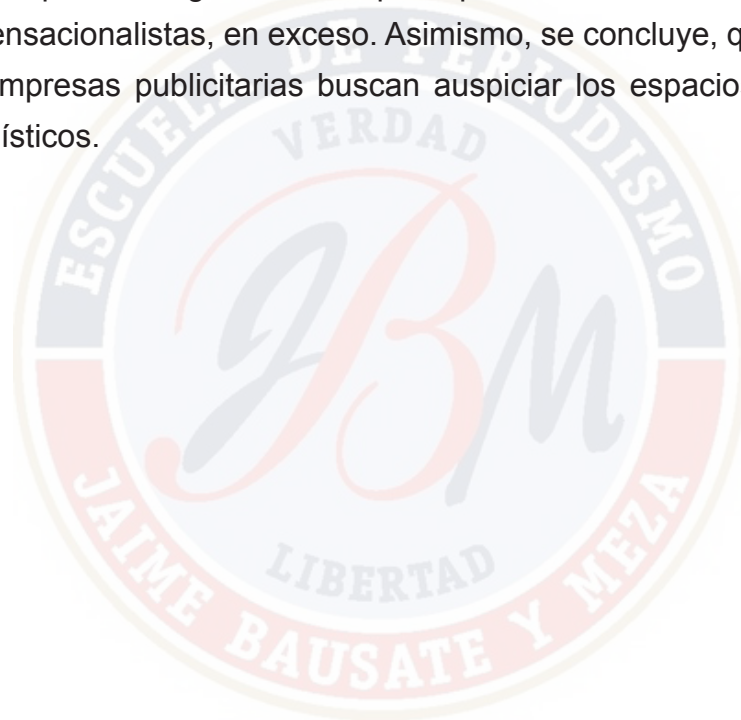
Esta preocupante situación, donde la sociedad sólo se preocupa por cosas banales, donde la cultura ha sido reemplazada por portadas sangrientas y faranduleras, la explica Mario Vargas Llosa, en su libro “La civilización del espectáculo”. Según el autor, una de las razones, por las cuales la civilización permite y acepta estas informaciones es porque ya no es crítica ni analítica. Esto ha permitido que las informaciones presentadas en los medios de comunicación sean banales.

Al desaparecer la crítica y el análisis, toma protagonismo la publicidad. Para muestra, se puede comprobar que el 80% de las informaciones que publican reconocidas revistas en nuestro país, son anuncios publicitarios, ante esto Vargas Llosa explica que “el vacío dejado por la desaparición de la crítica ha permitido que insensiblemente lo haya llenado la publicidad convirtiéndose ésta en nuestros días, no sólo en parte constitutiva de la vida cultural sino en su vector determinante. La publicidad ejerce un magisterio decisivo en los gustos, la sensibilidad, la imaginación y las costumbre”. (2012:38)

El efecto de la difusión masiva de la publicidad en grandes proporciones, es que amenaza los hábitos de las personas. Según el autor de “La civilización del

espectáculo”: “cuando se sustituye las ideas por las imágenes, los productos literarios y artísticos son promovidos, aceptados o rechazados por las técnicas publicitarias y los reflejos condicionados de un público que carece de defensas intelectuales y sensibles para detectar los contrabandos y las extorsiones de que es víctima”. (2012:38)

Por lo investigado gracias a las referencias bibliográficas, las pautas que analizaron el contenido de ambos noticieros (véase en el Anexo), y las declaraciones de los entrevistas para esta tesis, como el de la reportera y el conductor de Primera Noticia, se reafirma que el rating es el motor para que los noticieros de la mañana emitan noticias sensacionalistas, en exceso. Asimismo, se concluye, que al tener más rating, las empresas publicitarias buscan auspiciar los espacios de estos programas periodísticos.



CAPÍTULO IV :



ÉTICA PERIODÍSTICA

El exceso de imágenes violentas y los shows mediáticos, han creado en la sociedad, desconfianza; ya que los ciudadanos, usuarios de la información, no perciben al periodista como un profesional transparente, responsable e incorruptible. A pesar, de que estos programas informativos tienen gran audiencia, el público desconfía de las informaciones que recibe diariamente, ya sea por la manipulación informativa, el sensacionalismo, los conflictos de intereses o la influencia de los grupos de poder económico, tal como afirma Eudoro Terrones en su libro “La ética en los multimedios de comunicación” (2008:4).

Mario Vargas Llosa, en su reciente libro “La civilización del espectáculo” cuestiona el estado en el que se encuentra nuestra sociedad, pues lo que prima en la tabla de valores es el entretenimiento, y donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal. Este encanto por el entretenimiento trae graves consecuencias, una de ellas, tal vez la principal: la banalización de la cultura; la que a su vez, provoca que la frivolidad se generalice. Éste problema, en el campo de la información, afecta al periodismo, pues lo puede convertir en un periodismo irresponsable de la chismografía y el escándalo. (2012:33).

Otra característica de esta sociedad, según Vargas Llosa, es el empobrecimiento de las ideas como fuerza motora de la vida cultural. “Hoy vivimos la primacía de las imágenes sobre las ideas. Por eso los medios audiovisuales, el cine, la televisión y ahora internet, han ido dejando rezagados a los libros...los que pasarán dentro de no mucho tiempo a las catacumbas”. (2012:46)

El lema de “dar las noticias que todos quieren saber”, o que “el ciudadano se siente más identificado”, no es del todo cierto, ya que en un país, no sólo hay problemas de muertes a causa de choques, también a causa de desnutrición, extrema pobreza, y olvido por parte del Estado; allí es donde los noticieros tienen que prestar verdadera atención, y ser responsables con las informaciones que difunden; pues como dice Augusto Álvarez Rodrich, conductor del noticiero “A primera hora” (canal 9), al ser consultado para esta tesis: “ los canales tenemos que ser más responsables en darle a la gente información, no se trata de evadir o dejar de poner cosas, pero que sí representen mejor el día, no sólo dar choques, muertos y crímenes, eso no es todo lo que pasa en la sociedad”

Además, de la sobrecarga sangrienta que se ve en pantalla todos los días, se suma múltiples informes sobre la vida privada de artistas, sacadas de vueltas

de futbolistas con mujeres que visten diminutos trajes en lentejuelas, entre otras cosas. Esta cuota de "chismosería", o como se le dice, "periodismo de espectáculos", ha generado grietas en el verdadero sentido del periodismo.

La difusión de estas noticias que captan el interés del televidente, sigue una moral guiada por intereses individuales dentro de una sociedad relativista, hedonista y utilitaria.

Esta tendencia de dar información violentista, proviene de la imposición de altos gerentes, quienes hacen que los noticieros muestren un mundo lleno de violencia, con comentarios ligeros, informes no tan interesantes, y sobre todo con espíritu mercantilista; pues muchas veces, permiten que los anunciantes y el rating manejen la pauta del contenido informativo.

En esta omisión de informes, para mostrar sensacionalismo, priorizando el factor lucrativo, el entretenimiento improductivo, el obtener mayor rating, el vender más, antes que el interés educativo y cultural de la sociedad; es donde se ve en juego la ética periodística, y el daño que le hace a la imagen y a la credibilidad de los hombres de prensa.

Esta corriente de espectacularizar todo, especialmente las informaciones, las noticias, según Mario Vargas Llosa, en su libro "La civilización del espectáculo" "ha llevado a que la franja que separaba al periodismo serio del escandaloso y amarillo ha ido perdiendo nitidez, llenándose de agujeros hasta en muchos casos evaporarse, al extremo de que es difícil en nuestros días establecer aquella diferencia en los distintos medios de información" (2012:54).

Además, Vargas Llosa, agrega que "el periodismo de nuestros días siguiendo el mandato cultural imperante, busca entretener, y divertir informando, con el resultado inevitable de fomentar, gracias a esta sutil deformación de sus objetivos tradicionales, una prensa también light, ligera, amena, superficial y entretenida que, en los casos extremos, si no tiene a la mano informaciones de esta índole sobre las que dar cuenta, ella misma las fabrica". (2012:54).

El mostrar muertos, a causas de accidentes, asesinatos, catástrofes, es la forma más eficaz de entretener y divertir que han encontrado los medios de comunicación, pues así, según el autor, "alimentan las bajas pasiones del común

de los mortales. Entre estas ocupa un lugar epónimo la revelación e la intimidad del prójimo, sobre todo si es una figura pública, conocida y prestigiada.” (2012:56) Pero Vargas Llosa, también reconoce que si el Periodismo vuelve a ser responsable, para orientar, educar y entretener, debe tener un público. Lamentablemente, “el diario o programa que no comulga en el altar del espectáculo corre hoy el riesgo de perderlo y dirigirse solo a fantasmas”. (2012:58)

Según el crítico de televisión, Fernando Vivas, quien fue entrevistado para el presente trabajo, asegura que esta tendencia de los noticieros televisivos por transmitir noticias sangrientas, se debe al “efectismo”, pues “éste vende y determina que el noticiero sea muy importante para la televisión peruana”.

Asimismo, afirma que “el protagonismo popular de las notas violentas, es la posibilidad de darle cara a los más marginados”, y que la televisión “ha ampliado la frontera de lo que se podía ver en pantallas”.

Por otro lado, Vivas aconseja en que los noticieros “deben aprender a medir el impacto y su rebote en los ciudadanos”.

Según los principios por los que se debe regir todos los canales de televisión y emisoras de radio de señal abierta en el Perú, que dicta la Ley de Radio y Televisión, el ítem de horario de protección familiar, señala que:

Dentro de este horario (06:00 - 22:00 horas), la programación de las emisoras de radio y canales de televisión debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes.

Por lo investigado, se puede afirmar que los noticieros televisivos, de la mañana, no acatan dicho dictamen, puesto que su horario de transmisión empieza a las 5.30 am, y desde el inicio del programa informativo se emiten noticias violentas, como atropellos y asesinatos, sin preocuparse por el impacto que puede ocasionar en televidentes menores de edad, que encienden sus televisores a esa hora, antes de irse a sus colegios.

4.1 La ética en la televisión

Para incrementar el rating de teleaudiencia, ganar credibilidad o confianza de parte del público televidente, no es necesario pasar siempre notas bañadas en sangre, si se sigue ciertas reglas de honor para lograr lo antes mencionado, según Eudoro Terrones en “La ética en los multimedios de comunicación”:

(2008:19)

- Todos los aspectos producción deben ser supervisados antes y después que las notas televisivas se emitan, y así evitar que aparezcan posibles errores en la pantalla del televidente.
- Evitar la emisión de imágenes que muestren el dolor de las víctimas, de sus familias, de los parientes o amigos.
- Cuando se difunda informes que contengan (de ser necesario), imágenes violentas, debe insertarse un anuncio dirigido al televidente indicando ese hecho. Asimismo, los conductores deben avisar a la audiencia lo que verán.
- Incluir en los noticieros, notas que difundan valores educativos y formativos, sobre cultura, economía, etc.
- La difusión de noticias deberá hacerse siempre con la mayor veracidad, objetividad, imparcialidad, pluralidad, sin manipulación.
- Las noticias, los eventos de actualidad y los documentales deben ser presentados sin que causen pánico innecesario, alarma o inquietud.
- Las escenas de violencia deben ser transmitidos en determinadas horas, para así velar por la niñez.

4.2 La ética en las noticias

Siguiendo las pautas de Eudoro Terrones en La ética en los multimedios de comunicación (2008:24), se aconseja:

- Los periodistas y el equipo que conforma el noticiero deberán seleccionar las noticias según criterios de significación, importancia, interés humano y servicio a auditorios definidos, excluyendo el sensacionalismo.
- Evitar detalles sensacionalistas que no sean esenciales para la información.
- Evadir conflictos de interés, y empresariales, y más aún, no ceder a la presión de grupos de poder y de intereses subalternos.

4.3 Fundamentos éticos del Periodismo

Podemos nombrar algunas pautas, que todo periodista debe seguir para cumplir bien su papel de hombre de prensa, siguiendo las normas éticas (“La ética en los multimedios de comunicación” – 2008:14):

- Callar antes que deformar y desinformar.
- Conservar el orgullo por la profesión.
- Contribuir a la formación correcta y crítica de la opinión pública.
- Decir la verdad, toda verdad y nada más que la verdad.
- Demostrar imparcialidad, y responsabilidad en la información, en la crítica y en el comentario.
- Mantenerse inflexible frente a presiones, prejuicios e intereses en conflicto.
- Promover y defender los principios y valores éticos en el ejercicio profesional del periodismo.
- Contribuir a la formación moral y educativo-cultural de la población.
- Ejercer la profesión con responsabilidad, imparcialidad, transparencia, honestidad, solidaridad, espíritu de justicia y de bien social.

CAPÍTULO IV :



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Al ser analizados los noticieros de la mañana “Primera Edición”, de América Televisión, y “Primera Noticia”, de ATV, durante quince días, en el mes de agosto, del 2011; se comprobó que la mayoría de informaciones que emiten ambos noticieros son sensacionalistas.
- Después de analizar las pautas informativas de ambos programas periodísticos, se dedujo que las noticias sobre accidentes automovilísticos y asesinatos son las más desarrolladas durante sus emisiones.
- Al comparar ambos noticieros, se comprobó que “Primera Edición”, de América Televisión, es el noticiero que más informes sensacionalistas difunde, haciendo de éstas un espectáculo para los televidentes, gracias a los movimientos de cámara, y locuciones trágicas que usan; y por ello, es el informativo que goza con mayor rating.

5.2 Recomendaciones

- Los medios de comunicación deberían elaborar y aplicar sus códigos de ética, los mismos que permitirían que los noticieros televisivos se autoregulen en la emisión de notas sangrientas, especialmente en las mañanas.
- Los informativos deberían elaborar segmentos al servicio del ciudadano, los que ayudarían en la reducción de notas violentas. Además, se debería emitir noticias sobre cultura y arte, pues no sólo hay cosas negativas en la sociedad.
- Respetar el dolor ajeno, disminuyendo zooms y primeros planos a las víctimas y familiares que se vean envueltos en tragedia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHCALLAY SAMANIEGO, Samuel. “La televisión de señal abierta como generadora de vínculo social en Lima Metropolitana. Análisis de racionalidades comunicativas a partir de la transmisión televisiva del asesinato del alcalde de llave, ocurrido el 26 de abril de 2004, hasta el final del mismo año”. Tesis para optar el título profesional de Comunicador social. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- CISNEROS HAMANN, Luis Jaime. “Realidad y Sensacionalismo: Una paradoja peruana”. Consulta: 3 de abril de 2011.
<http://www.c3fes.net/docs/peru_cisneros.pdf>
- El Mostrador. “Por qué los noticieros de TV parecen pura basura”. Consulta: 3 de abril de 2011
<<http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2011/01/18/por-que-los-noticieros-de-tv-parecen-pura-basura/>>
- GARGUREVICH REGAL, Juan. “Cultura Chicha y Comunicación Masiva”. Ponencia presentada al Seminario de Felafacs: Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. Consulta: 05 de marzo de 2011.
<<http://macareo.pucp.edu.pe/jgargure/peru.htm>>
- GIMÉNEZ, Bárbara y URÍZAR, Ivana. “Elementos sensacionalistas en las noticias de interés humano emitidas en los noticieros centrales televisivos entre el 06 y 11 de marzo de 2006 en el Paraguay”. Consulta: 18 de marzo de 2011.
<<http://www.monografias.com/trabajos67/noticias-sensacionalistas/noticias-sensacionalistas.shtml>>
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús. “El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad”. Cátedra. Madrid, 1988
- GUTIÉRREZ, Mario. “Géneros informativos en televisión”. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima, 2003
- ITURRIAGA, Sol. “Por qué los noticieros de TV parecen pura basura”. Consulta: 3 de abril de 2011.

<<http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2011/01/18/por-que-los-noticieros-de-tv-parecen-pura-basura/>>

- JARA, Juan. “Los medios de comunicación sensacionalistas y su Influencia en la cultura y moralidad de los estudiantes”. Consulta: 26 de marzo de 2011.

<<http://www.monografias.com/trabajos81/medios-sensacionalistas-influencia-cultura-y-moralidad-estudiantes/medios-sensacionalistas-influencia-cultura-y-moralidad-estudiantes.shtml>>

- KRIPPENDORF, Klaus. “Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Buenos Aires: Paidós, 1990.

- PASTORIZA, Francisco. “Perversiones Televisivas”. España: Instituto Oficial de Radio Televisión Española RTVE, 1997

- PAPINI, Andrea y DOMÍNGUEZ, Vanina. “Sangre, lágrimas y rating. Noticieros: el dolor humano como espectáculo”. Consulta: 23 de marzo de 2011

<http://www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu/Sangre_l%C3%A1grimas_rating_2008.pdf>

- SALA DE PRENSA. “EL sensacionalismo”. Consulta 06 de abril de 2011
< <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>>

- TERRONES NEGRETE, Eudoro. “La ética en los multimedios de comunicación”. BASIGRAF, 2008

- VAN DIJK, Teun. “Estructura y funciones del discurso”. Madrid: Siglo veintiuno, 1998

- VARGAS LLOSA, Mario. “La civilización del espectáculo”. Santillana Ediciones Generales, S. L, 2012

- VIVAS SABROSO, Fernando. “En vivo y en directo”. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima, 2001

- VIVAS SABROSO, Fernando. “En vivo y en directo”. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima. Segunda edición, 2008



Anexo 1: Tabla 1

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: LUNES 15 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
UN MUERTO DEJÓ VIOLENTO CHOQUE ENTRE AUTO PARTICULAR Y CAMIONETA DE LA REGIÓN CALLAO	ACCIDENTE AUTOMOVILÍSTICO-MUERTE	3	9 MN	CAJAMARCA: A PUNTO DE SER LINCHADOS POR ROBAR OVEJAS	VIOLENCIA FÍSICA		1 MN
TAXI SE ESTRELLA CONTRA VIVIENDA, SUS DOS PASAJEROS RESULTARON HERIDOS, CHOFER SE HABRÍA QUEDADO DORMIDO	ACCIDENTE AUTOMOVILÍSTICO	3	3 MN	AYACUCHO: ASALTAN PASAJEROS DE BUS INTERPROVINCIAL	ROBO		1 MN
ADOLESCENTE DE 17 AÑOS FUE ASESINADO PARA ROBARLE SUS ZAPATILLAS	ASESINATO	3	6 MN	FOTÓGRAFO IVO DUTRA FUE SEPULTADO EN LA MOLINA	CASO IVO DUTRA	2	6 MN
ANCIANO MUERE EN INCENDIO DE SU VIVIENDA EN LOS OLIVOS	INCENDIO-MUERTE	3	9 MN	ENCUENTRAN MAS PISTAS SOBRE LA DESAPARICION CIRO CASTILLO	CASO CIRO CASTILLO		6 MN
HUANCAMELICA: DOS MUERTOS Y DOS HERIDOS GRAVES DEJA CAÍDA DE STATION WAGON A ABISMO	ACCIDENTE DE TRÁNSITO-MUERTE	3	6 MN	ENTREVISTA: PADRES DE FOTÓGRAFO IVO DUTRA PIDEN JUSTICIA TRAS LA MUERTE DE SU HIJO	CASO IVO DUTRA		16 MN

PUNO: AYMARAS AZOTAN A DELINCUENTES QUE ASALTARON A MOTOCICLISTA	VIOLENCIA FÍSICA		1 MN																		
HOMBRE MUERE BALAEADO EN SAN MARTÍN DE PORRES. SE RETIRÓ DE FIESTA CON TRES DESCONOCIDOS	ASESINATO	2	4 MN																		
TRAVESTI MUERE EN SU CUARTO TRAS APLICARSE SILICONAS	MUERTE	2	6 MN																		
MURIÓ FOTÓGRAFO ATROPELLADO POR UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO	CASO IVO DUTRA	2	2 MN																		
MUJER MUERE AL ARROJARSE A ACANTILADO EN MIRAFLORES	SUICIDIO	2	4 MN																		
LADRONES ROBAN EN PARROQUI DE EL RÍMAC	ROBO		1 MN																		
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		12																			
CANTIDAD DE BLOQUES		14																			
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	9,9																			
	Lima Hogares AB %	13,2																			
	Lima Hogares C %	11,2																			
	Lima Hogares DE %	6,9																			
	Lima Hogares Total %	5,2																			
	Lima Hogares AB %	4,8																			
	Lima Hogares C %	6																			
	Lima Hogares DE %	4,8																			
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS																					
CANTIDAD DE BLOQUES																					
RATING OBTENIDO (%)																					
	Lima Hogares Total %	5,2																			
	Lima Hogares AB %	4,8																			
	Lima Hogares C %	6																			
	Lima Hogares DE %	4,8																			
	Lima Hogares Total %	5,2																			
	Lima Hogares AB %	4,8																			
	Lima Hogares C %	6																			
	Lima Hogares DE %	4,8																			

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 2: Tabla 2

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: MIÉRCOLES 17 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
ASALTAN Y MATAN EN SU CASA A FUNCIONARIO DE QUÍMICA SUIZA	ASESINATO	1	6 MN	AREQUIPA: SUJETOS SE SALVARON DE SER LINCHADOS	VIOLENCIA FÍSICA	1	1 MN
OBRAERO MUERE AL CAER DESDE EL CUARTO PISO DE UNA OBRA	ACCIDENTE-MUERTE	1	2 MN	CAJAMARCA: RONDEROS CASTIGARON A PAREJA INFIEL	VIOLENCIA FÍSICA	1	2 MN
SEPULTAN RESTOS DE ADOLESCENTE ASESINADO A POCAS CUADRAS DE SU CASA	ASESINATO	1	2 MN	CAJAMARCA: CAMIONETA CAYO POR UN ABISMO	ACCIDENTE	1	2 MN
CHOFER QUE ATROPELLÓ Y CAUSÓ LA MUERTE DE FOTÓGRAFO DECLARA EN LA FISCALÍA, DICE QUE NO COMETIÓ INFRACCIÓN	CASO IVO DUTRA	3	6 MN	FAMILIA DE CIRO PIDE NO DETENER LA BÚSQUEDA	CASO CIRO CASTILLO	1	2 MN
TARMA: SEIS MUERTOS EN VOLCADURA DE CAMIONETA	ACCIDENTE/ MUERTE	3	6 MN	HALLAN A QUÍMICO FARMACÉUTICO MUERTO EN SU DEPARTAMENTO	MUERTE	1	1 MN
HUARAZ: HALLAN CADÁVER DE JOVENCITA DESAPARECIDA HACE OCHO DÍAS	ASESINATO	3	3 MN				

PUCALLPA: TRIPLE CHOQUE DEJA VARIOS HERIDOS GRAVES	ACCIDENTE AUTOMOVILÍSTICO	2	2 MN																
JAÉN: OBRERO MUNICIPAL MUERE APLASTADO POR RECOLECTOR DE BASURA	ACCIDENTE-MUERTE	3	3 MN																
REIMPLANTAN BRAZO A NIÑA QUE FUE ATROPELLADA	SOBRE-EXPOSICIÓN DE MENOR	1	8 MN																
PISCO: ACUSAN A GUARDIÁN DE COLEGIO DE VIOLAR A MENOR	VIOLACIÓN	1	2 MN																
PUNO: BALACERA EN DISCOTECA DEJA DOS HERIDOS	VIOLENCIA	1	1 MN																
ESPAÑA: CUIDADORA MATA A TRES NIÑOS DISCAPACITADOS ASFIXIÁNDOLOS	ASESINATO	1	1 MN																
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		12												TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		5			
CANTIDAD DE BLOQUES		14												CANTIDAD DE BLOQUES		8			
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %										Lima Hogares Total %	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %		
	10,1	9,3	10,1	10,5										5,1	4,2	6,1	4,8		

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 3: Tabla 3

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: VIERNES 19 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
POLICÍA MUERE BALEADO POR EVITAR ASALTO A CAMIÓN	ASESINATO	3	9 MN	RONDAS URBANAS DE CAJAMARCA CONTINUÁN CASTIGANDO	VIOLENCIA	1	1 MN
DELINCUENTES ENCAÑONAN A BEBÉ DE 9 MESES PARA ROBAR EN VIVIENDA. SE LLEVARON 80 MIL SOLES	VIOLENCIA	3	6 MN	UCAYALI: ESTALLÓ UNA AVIONETA DE LA POLICÍA	ACCIDENTE	2	4 MN
SEPULTAN RESTOS DE EJECUTIVO ASESINADO EN SU CASA EN EL CALLAO. BUSCAN AL PRINCIPAL SOSPECHOSO	ASESINATO	3	6 MN	FAMILIA DE CIRO CRITICÓ SONRISA DE ROSARIO PONCE	CASO CIRO	2	4 MN
INTERVIENEN LOCALES DONDE MENORES DE EDAD TRABAJABAN COMO PROSTITUTAS	VIOLENCIA	3	3 MN	OTRO POLICÍA FUE ASESINADO POR FRUSTAR ROBO	ASESINATO	1	2 MN
FISCALÍA DENUNCIA A CHOFER QUE ATROPELLÓ Y CAUSÓ LA MUERTE DE FOTÓGRAFO	CASO IVO DUTRA	3	6 MN	ORDENAN DETENCIÓN DE CONDUCTOR QUE ATROPELLÓ A IVO	CASO IVO DUTRA	1	3 MN
PUCALLPA: CINCO PERSONAS MUEREN AL CAER UNA AVIONETA	ACCIDENTE / MUERTE	3	3 MN	IQUITOS: TRES EMBARCACIONES SE INCENDIARON	INCENDIO	2	2 MN

PUERTO MALDONADO: ATAQUE NARCOTERRORISTA DEJA UN MUERTO Y DOS HERIDOS	VIOLENCIA / MUERTE	2	2 MN	APARECE NUEVA VÍCTIMA DE PELIGROSA COSMIATRA	ACTUALIDAD	1	3 MN
TRUJILLO: DISPARAN A MUJER QUE ACABABA DE DAR A LUZ . SERÍA VENGANZA POR CELOS	ASESINATO	2	2 MN				
DETIENEN A CUATRO JÓVENES POR PRESUNTO ULTRAJE SEXUAL A COLEGIALA	VIOLENCIA	2	6 MN				
IQUITOS: INCENDIO DESTRUYE TRES EMBARCACIONES. PASAJEROS SE SALVARON LANZÁNDOSE AL AGUA	ACCIDENTE	2	2 MN				
PROFESOR QUEDA GRAVEMENTE HERIDO POR RESISTIRSE A ROBO	ROBO / VIOLENCIA	1	1 MN				
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		11		TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		7	
CANTIDAD DE BLOQUES		15		CANTIDAD DE BLOQUES		8	
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	10,9		Lima Hogares Total %		4,4	
	Lima Hogares AB %	9,2		Lima Hogares AB %		3,1	
	Lima Hogares C %	13,5		Lima Hogares C %		6,9	
	Lima Hogares DE %	9,7		Lima Hogares DE %		3	

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 4: Tabla 4

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: LUNES 22 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
TRAILER APLASTA AUTOMÓVIL. CHOFER FUE RESCATADO CON VIDA	ACCIDENTE DE TRÁNSITO	3	6 MN	CONDUCTOR QUE SE QUEDA DORMIDO OCASIONA ACCIDENTE EN SAN BORJA	ACCIDENTE DE TRÁNSITO		1 MN
HOMBRE MUERE BALEADO EN UNA DISCOTECA EN LOS OLIVOS	ASESINATO	3	6 MN	TRUJILLO: NIÑO QUEMÓ A SU AMIGO DE 10 AÑOS	VIOLENCIA FÍSICA		1 MN
NIÑO DE 8 AÑOS MUERE TRAS INTERVENCIÓN PARA SACARLE DIENTES CON CARIÉS	MUERTE	3	6 MN	CANTANTE SILVERIO URBINA SUFRIÓ UN ACCIDENTE	ACCIDENTE DE TRÁNSITO		2 MN
DELINCUENTES MATAN A HOMBRE QUE SE RESISTIÓ AL ROBO DE SU AUTO	ASESINATO	3	3 MN	AREQUIPA: ROSARIO PONCE DECLARÓ ANTE FISCAL	CASO CIRO	2	2 MN
ASALTAN AGENCIA DE ENVÍO DE DINERO: DELINCUENTES USARON UN RESTAURANTE CONTIGUO	ROBO	3	3 MN	FAMILIARES DE CIRO CASTILLO DAN SUS IMPRESIONES SOBRE LA MANIFESTACIÓN DE ROSARIO PONCE EN AREQUIPA	CASO CIRO		7 MN
SERENO DEL CALLAO MUERE AL CAER DE LA TOLVA DE CAMIONETA	ACCIDENTE / MUERTE	3	3 MN	TACNA: CIUDADANOS CHILENOS ROBABAN UNA CARTERA	ROBO		2 MN
CAPTURAN A SUJETO ACUSADO DE VIOLAR A OCHO MENORES	VIOLENCIA	3	6 MN				
ASALTAN, DOPAN Y MATAN A DOS PRIMOS A LA SALIDA DE UNA FIESTA	ASESINATO	2	4 MN				

ROSARIO PONCE DECLARA ANTE FISCALÍA ANTE AREQUIPA PERO NO IRÍA A RECONSTRUCCIÓN	CASO CIRO	2	2 MN						
RESCATAN ANIMALES QUE ERAN PRÁCTICAMENTE SACRIFICADOS POR UN HOMBRE EN SAN MIGUEL	VIOLENCIA	2	2 MN						
TRUJILLO: MATAN A JOVEN A LA SALIDA DE QUINCEAÑERO	ASESINATO	2	2 MN						
PANDILLEROS MATAN A BALAZOS A UN HOMBRE EN EL CALLAO	ASESINATO	2	4 MN						
ASALTAN A LA ABUELA DE LA PEQUEÑA ROMINA. ES CAMBISTA Y LE ROBARON MÁS DE CUATRO MIL DÓLARES	ROBO	2	6 MN						
ADOLESCENTE SE SUICIDA EN SU VIVIENDA	SUICIDIO	1	1 MN						
CUSCO: ENFRENTAMIENTO DE BARRISTAS CON POLICÍAS DEJA UN MUERTO	VIOLENCIA / MUERTE	1	1 MN						
TRUJILLO: NIÑOS ECHAN COMBUSTIBLE Y QUEMAN A OTRO MENOR	VIOLENCIA	1	1 MN						
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		16							6
CANTIDAD DE BLOQUES		15							8
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	10,7	Lima Hogares AB %	9,8	Lima Hogares C %	12,1	Lima Hogares DE %	10	
	Lima Hogares Total %	5,4	Lima Hogares AB %	3,2	Lima Hogares C %	5,9	Lima Hogares DE %	6,2	
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS									6
CANTIDAD DE BLOQUES									8
RATING OBTENIDO									

Anexo 5: Tabla 5

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: MARTES 23 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
JOVEN QUEDA GRAVE TRAS SER BALEADA JUNTO A SU PAREJA	VIOLENCIA	3	12 MN	APARATOSO ACCIDENTE ENTRE CAMIÓN Y AUTOMÓVIL DEJA UN ATRAPADO EN LOS OLIVOS	ACCIDENTE DE TRÁNSITO		1 MN
AREQUIPA: ROSARIO PONCE DECLARA ANTE FISCAL Y VIAJA AL COLCA	CASO CIRO	3	6 MN	ROSARIO PONCE ASISTIRÁ A DILIGENCIA EN CHIVAY	CASO CIRO	2	1 MN
ANCASH: HALLAN MUERTO A TURISTA FRANCÉS CERCA DE LA LAGUNA DE PARÓN	ACCIDENTE / MUERTE	3	3 MN	HOMBRE MUERE ASESINADO DE UN DISPARO EN VENTANILLA	ASESINATO		1 MN
PUNO: PRESUNTOS DELINCUENTES SALVAN DE SER LINCHADOS POR POBLADORES	VIOLENCIA	2	2 MN	TRUJILLO: NIÑOS HERIDOS EN UNA BALACERA	ACCIDENTE-HERIDOS		1 MN
APARATOSO ACCIDENTE EN VÍA EXPRESA JAVIER PRADO	ACCIDENTE DE TRÁNSITO	2	2 MN	LIBIA: DEFENSAS DE MUJAMAR GADAFI COLAPSAN Y REBELDES SE APODERAN DE LA CAPITAL	INTERNACIONAL-VIOLENCIA		2 MN
CONDUCTOR EBRIO ARROLLA A FAMILIA CERCA DE LURÍN; IBA CONTRA EL TRÁFICO	ACCIDENTE DE TRÁNSITO	2	4 MN	PIDEN JUSTICIA POR MUERTE DE NIÑO EN HOSPITAL	NEGLIGENCIA-MUERTE		2 MN

ICA: SUJETO APUÑALA Y MATA A SU MADRE	VIOLENCIA	2	2 MN	CUSCO: MENOR DE EDAD MURIÓ EN CONFUSO ACCIDENTE	ACCIDENTE-MUERTE		2 MN
PUCALLPA: MADRE CASTIGA A SUS HIJOS LADRONZUELOS	VIOLENCIA	1	1 MN				
INICIAN DILIGENCIA SOBRE RECONSTRUCCIÓN DE DESAPARACIÓN DE CIRO CASTILLO	CASO CIRO CASTILLO	2	22 MN				
LA LIBERTAD: VIOLENTO ENFRENTAMIENTO POR INTENTO DE CIERRE DE UNA MINA.	VIOLENCIA	1	1 MN				
YURIMAGUAS: POBLADORES SE ENFRENTAN A LA POLICÍA Y LIBERAN A DETENIDOS POR NARCOTRÁFICO	VIOLENCIA	1	1 MN				
EE.UU.: PISTOLERO MATA A SU BEBÉ, HIERE A UN POLICÍA Y SE SUICIDA	ASESINATO SUICIDIO	1	1 MN				
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		12				7	
CANTIDAD DE BLOQUES		15				8	
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	10,6					
	Lima Hogares AB %	10,8					
	Lima Hogares C %	9,9					
	Lima Hogares DE %	11,1					
	Lima Hogares Total %	6					
	Lima Hogares AB %	4,8					
	Lima Hogares C %	5,9					
	Lima Hogares DE %	6,8					

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 6: Tabla 6

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos "Primera Edición" y "Primera Noticia", emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: MIÉRCOLES 24 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
GESTANTE QUEDA HERIDA EN CHOQUE; LA LLEVARON DE URGENCIA A DAR A LUZ	ACCIDENTE DE TRÁNSITO	3	3 MN	HOMBRE EN APARENTE ESTADO ELÍTICO	VIOLENCIA FÍSICA		2 MN
HOMBRE PIERDE EL OJO AL RECIBIR DISPARO DE PERDIGONES	VIOLENCIA	3	3 MN	TRUJILLO: MURIÓ EN SESIÓN DE CURANDERISMO	MUERTE		1 MN
INCENDIO PROVOCADO POR SUJETO EBRIO DESTRUYE ALMACÉN EN BARRANCO	INCENDIO	2	4 MN	SUJETO EBRIO PROVOCÓ UN INCENDIO EN BARARNCO	INCENDIO		2 MN
AREQUIPA: ROSARIO PONCE RECORRIÓ PARTE DEL CAMINO QUE TRANSITÓ CON INCENDIO CAUSA DAÑOS EN VARIAS VIVIENDAS DEL CENTRO DE LIMA	CASO CIRO	2	25 MN	ROSARIO PONCE ABANDONÓ DILIGENCIA EN EL COLCA	CASO CIRO	2	10 MN
LAMBAYEQUE: HOMBRE MATA A SUS HIJOS A MACHETAZOS	INCENDIO	1	1 MN	HIEREN A EX BOXEADOR MARIO BRONCANO CUANDO INTENTABA ASALTAR A UN TRANSEUNTE EN LA VICTORIA	VIOLENCIA	1	1 MN
	ASESINATO	2	2 MN	HOMBRE ASESINÓ A SUS HIJOS DE 6 Y 9 AÑOS	ASESINATO	2	2 MN

CHICLAYO: HALLAN MUERTO A CAZADOR DADO POR PERDIDO DESDE EL DOMINGO	MUERTE	1	1 MN										
DOS VEHÍCULOS SE QUEMAN EN INCENDIO DE VIVIENDA	ACCIDENTE / INCENDIO	1	1 MN										
LANZAN BOMBA CASERA AL INTERIOR DE UNA VIVIENDA EN SAN JUAN DE LURIGANCHO	VIOLENCIA	1	1 MN										
FAMILIA DE CIRO CASTILLO DICE QUE LO HECHO POR ROSARIO PONCE ES UNA BURLA Y PIDE QUE VUELVA AL COLCA	CASO CIRO CASTILLO	1	6 MN										
DILIGENCIA DE RECONSTRUCCIÓN DE LO OCURRIDO CON CIRO CASTILLO CONTINÚA SIN ROSARIO PONCE	CASO CIRO CASTILLO	1	10 MN										
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		11							TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		7		
CANTIDAD DE BLOQUES		15							CANTIDAD DE BLOQUES		8		
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %	RATING OBTENIDO				Lima Hogares Total %	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %	
	10	9,7	10,2	9,9	4,9	5,7	5,3	4,2					

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 7: Tabla 7

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: JUEVES 25 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
HOMBRE MUJERE SEPULTADO POR DERRUMBE EN PUENTE PIEDRA	ACCIDENTE-MUERTE	3	6 MN	ROSARIO FUE ABUCHEADA TRAS LLEGAR A LIMA	CASO CIRO	2	4 MN
ROSARIO PONCE REGRESÓ A LIMA. DICE QUE VOLVERÍA AL COLCA SI LA CITAN DE NUEVO	CASO CIRO	3	9 MN	JULIACA: MUJER CATIGÓ A SU HIJO CON UN MARTILLO	VIOLENCIA FÍSICA	2	4 MN
AREQUIPA: CONTINUÁ RECONSTRUCCIÓN DEL RECORRIDO QUE HIZO CIRO CASTILLO	CASO CIRO	3	9 MN	HOMBRE MURIÓ SEPULTADO EN SU PROPIA VIVIENDA	ACCIDENTE-MUERTE		1 MN
CHIMBOTE: HOMBRE MATA A UNA MUJER POR DESPECHO Y LUEGO SE SUICIDA	ASESINATO	3	3 MN	DELINCUENTES CAUSAN ACCIDENTE AL HUIR EN CALLAO	ACCIDENTE DE TRÁNSITO		3 MN
PUNO: MUJER CASTIGA A SU HIJO Y LE ROMPE EL BRAZO DE UN MARTILLAZO	VIOLENCIA FÍSICA	3	3 MN	INTERNACIONAL:	INTERNACIONAL-		9 MN
CHICLAYO: BALEAN Y MATAN A DIRIGENTE DE CONSTRUCCIÓN CIVIL	ASESINATO		1 MN	PARO NACIONAL DE 48 HORAS EN CHILE	VIOLENCIA		
TRUJILLO: ESPOSOS MUJEREN ATROPELLADOS EN LA CARRETERA	ATROPELLO-MUERTE		1 MN	CUATRO HERIDOS POR COMBIS	ACCIDENTE DE TRÁNSITO		1 MN

OBRAERO MUERE ATROPELLADO POR VEHÍCULO DE LA SUNAT	ATROPELLO-MUERTE	2	4 MN												
JOVEN PIERDE UN OJO POR PERDIGÓN: EVALÚAN DAÑO CEREBRAL SUFRIDO POR PROYECTILES – SIM	VIOLENCIA FÍSICA		8 MN												
ORDENAN DETENCIÓN DE CHOFER QUE ATROPELÓ Y CAUSÓ MUERTE DE FOTÓGRAFO	CASO IVO DUTRA		1 MN												
ENTREVISTA A EDUARDO PONCE, PADRE DE ROSARIO PONCE	CASO CIRO		10 MN												
CHILE: HERIDOS Y	INTERNACIONAL –		1 MN												
DETENIDOS EN PRIMER DÍA DE PARO NACIONAL DE 48 HORAS	VIOLENCIA FÍSICA														
AUSTRALIA: JOVEN SALVA DE MORIR ARROLLADO POR TREN	INTERNACIONAL - ACCIDENTE		1 MN												
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		13												6	
CANTIDAD DE BLOQUES		10												8	
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares Total %	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %	RATING OBTENIDO		Lima Hogares Total %	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %					
	11,2	11	12,7	9,8			5,1	4,6	6,6	4,2					

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 8: Tabla 8

El siguiente cuadro comparativo mostrará las noticias sensacionalistas que los noticieros televisivos “Primera Edición” y “Primera Noticia”, emitieron los días investigados.

COMPARACIÓN DE NOTICIEROS

DÍA: VIERNES 26 DE AGOSTO DE 2011

PRIMERA EDICIÓN – AMÉRICA TELEVISIÓN				PRIMERA NOTICIA – ATV			
NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO	NOTICIA	TIPO	REPETICIONES	TIEMPO ACUMULADO
MUJER MUERE ENVENENADA. ANTES DE MORIR ACUSÓ A SU PAREJA, QUE LA HABRÍA OBLIGADO A BEBER PREPARADO	VIOLENCIA / MUERTE	3	12 MN	POLICÍA SE SUICIDA EN SU VIVIENDA EN CHORRILLOS	SUICIDIO	1	1 MN
SOLDADO MUERE AHOGADO EN PISCINA DE ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS	ACCIDENTE / MUERTE	3	6 MN	APARECEN NUEVAS CONTRADICCIONES DE ROSARIO PONCE	CASO CIRO CASTILLO	2	6 MN
PROSTITUTAS SECUESTRAN A CLIENTE PORQUE SUPUESTAMENTE LES PAGÓ CON BILLETE FALSO	SECUESTRO	3	6 MN	MERCADO UNICACHI ARDIÓ EN LLAMAS	INCENDIO	1	2 MN
ATROPELLAN A MUJER POLICÍA CUANDO DIRIGÍA EL TRÁNSITO	ATROPELLO	3	3 MN	ATENTAN LA VIVIENDA DE UNA HUMILDE MUJER	VIOLENCIA	1	2 MN
INCENDIO CAUSA DAÑOS EN VARIAS VIVIENDAS DEL CENTRO DE LIMA	INCENDIO	1	1 MN	HIEREN A EX BOXEADOR MARIO BRONCANO CUANDO INTENTABA ASALTAR A UN TRANSEUNTE EN LA VICTORIA	VIOLENCIA	1	1 MN
LAMBAYEQUE: HOMBRE MATA A SUS HIJOS A MACHETAZOS	ASESINATO	2	2 MN	HOMBRE ASESINÓ A SUS HIJOS DE 6 Y 9 AÑOS	ASESINATO	2	2 MN

PISCO: CHOFER DE CAMIÓN CHOCA CONTRA VARIOS VEHÍCULOS ; HAY UN MUERTO	ACCIDENTE DE TRÁNSITO / MUERTE	1	1 MN	POLICIA RESUSLTA HERIDO TRAS ASALTO FRUSTRADO EN LA VICTORIA	VIOLENCIA	1	1 MN	1 MN
CERRO DE PASCO: JUGADORES E HINCHAS MANDAN AL HOSPITAL A ÁRBITRO	VIOLENCIA	1	1 MN	MUJER QUE AGREDIÓ A SU HIJO IRÁ A UN PENAL	VIOLENCIA	2	2 MN	2 MN
MARIO BRONCANO RESULTA HERIDO EN CONFUSO INCIDENTE EN LA VICTORIA	VIOLENCIA	2	2 MN	ACUSAN A TRES MERETRICES DE ATACAR A UN HOMBRE	VIOLENCIA	1	2 MN	2 MN
CORONEL DE LA POLICÍA SE SUICIDA EN SU VIVIENDA	SUICIDIO	1	1 MN	MÉXICO: INCENDIO EN CASINO DEJA DECENAS DE MUERTOS	INTERNACIONAL: INCENDIO / MUERTES	1	2 MN	2 MN
FALLECE HOMBRE INFECTADO POR HONGO EN EL CEREBRO POR CONTACTO CON HECES DE PALOMAS	MUERTE	1	7 MN	HUÁNUCO: UNA BALACERA SE DESATÓ DURANTE LA CAPTURA	VIOLENCIA	2	2 MN	2 MN
				AUSTRIA: ACUSAN A ANCIANO DE ABUSO SEXUAL	INTERNACIONAL / VIOLENCIA	1	1 MN	1 MN
				DIEZ MUERTOS EN ATAQUE CONTRA LA SEDE DE LA ONU EN NIGERIA	INTERNACIONAL: VIOLENCIA/MUERTE	1	1 MN	1 MN
TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		11		TOTAL NOTAS SENSACIONALISTAS		13		
CANTIDAD DE BLOQUES		13		CANTIDAD DE BLOQUES		8		
RATING OBTENIDO (%)	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %	RATING OBTENIDO	Lima Hogares AB %	Lima Hogares C %	Lima Hogares DE %	4,7
	Lima Hogares Total %	9,9	9,7		11,7	Lima Hogares Total %	3,6	

Fuente Rating: IBOPE MEDIA

Anexo 9: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PUBLICIDAD, SENSACIONALISMO Y RATING DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS DE LA MAÑANA DE LOS CANALES DE SEÑAL ABIERTA DE LIMA METROPOLITANA, EN EL 2011

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES
<p>*Problema general</p> <p>¿De qué manera el sensacionalismo de los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta determina el mayor rating e incremento de las tandas comerciales en los espacios informativos?</p> <p>*Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cuáles son las noticias sensacionalistas que prevalecen en los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta?</p> <p>b) ¿Qué empresas comerciales a través de la publicidad auspician los segmentos en que se difunden las noticias sensacionalistas de los noticieros televisivos de la mañana <i>Primera Edición</i>, de América Televisión; y <i>Primera Noticia</i>, de Andina Televisión, de los canales de señal abierta?</p> <p>c) ¿Cuál es el tiempo asignado a las noticias sensacionalistas en los programas informativos <i>Primera Edición</i>, de América Televisión; y <i>Primera Noticia</i>, de Andina Televisión?</p>	<p>*Objetivo general</p> <p>Determinar qué relaciones existen entre las noticias sensacionalista, el tiempo de las tandas comerciales y el rating de los noticieros televisivos de señal abierta.</p> <p>*Objetivos específicos</p> <p>a) Clasificar y describir las noticias sensacionalistas que se difunden en los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en el 2011.</p> <p>b) Identificar cuáles son los auspiciadores de los segmentos en que se difunden las noticias sensacionalistas en los noticieros televisivos de la mañana de los canales de señal abierta. Caso <i>Primera Edición</i>, de América Televisión; y <i>Primera Noticia</i>, de Andina Televisión?</p> <p>c) Determinar el tiempo asignado a las noticias sensacionalistas en los programas informativos “<i>Primera Edición</i>”, de América Televisión; y “<i>Primera Noticia</i>”, de Andina Televisión?”</p>	<p>*Hipótesis general</p> <p>La selección y difusión de noticias sensacionalistas en los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011, son los factores determinantes que influyen en la publicidad y el rating televisivo.</p> <p>*Hipótesis específicas</p> <p>a) Las noticias sobre accidentes de tránsito y asesinatos son las que prevalecen en los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011.</p> <p>b) La publicidad de empresas de celulares, educativas y de supermercados son los que más auspician los noticieros de la mañana de los canales de señal abierta en Lima Metropolitana, en 2011. La publicidad es de tipo comercial, demostrativa y directa.</p> <p>c) El tiempo asignado para resaltar las noticias sensacionalistas son de tres a cuatro minutos; y de acuerdo a la relevancia del caso, se repiten en cada bloque.</p>	<p>*Variables</p> <p>Independiente Publicidad y rating</p> <p>Dependiente Noticias sensacionalistas</p> <p>*Indicadores</p> <p>a) Noticias sensacionalistas -Notas sensacionalistas sobre asesinatos y su tiempo de duración. -Notas sensacionalistas sobre accidentes y su tiempo de duración. -Notas sensacionalistas sobre violaciones y su tiempo de duración.</p>

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

*Tipo y nivel de la Investigación

La investigación que se realizará es cualitativa, puesto que pretende estudiar procesos humanos de manera directa y profunda, considerando el contexto que rodea al objeto de estudio. En el caso de nuestro estudio, la forma y el contenido de los noticieros de la mañana *Primera Edición*, de América Televisión; y *Primera Noticia*, de Andina Televisión de la mañana en dos canales de señal abierta, tratando de descubrir sin son el reflejo de nuestra sociedad violenta, o si por el contrario contribuyen a una sociedad más violenta.

Asimismo, la investigación es de nivel descriptivo, puesto que se identificará las características o variables del objeto de estudio, como es el caso de los noticieros *Primera Edición* de América Televisión; y *Primer Reporte*, de Andina Televisión de la mañana en dos canales de señal abierta.

*Diseño de la investigación

El Diseño de la Investigación constituye el plan o estrategia concebida para obtener información. Esto quiere decir que el diseño permite planificar qué se debe hacer para alcanzar los objetivos y dar respuesta a las interrogantes de la formulación del problema.

En la presente investigación, el tipo de diseño que se aplicará será el *Diseño No Experimental* (Hernández Sampieri, 1997: 266), pues dada las características del estudio, no existe ninguna manipulación deliberada de variables, por el contrario, nos basamos en la observación de variables de los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos cualitativamente.

*Población y muestra

-Población

La población está constituida por los canales de señal abierta de Lima Metropolitana con más rating y por profesionales de los medios televisivos a estudiar, conformados por, conductores, reporteros, y críticos de televisión.

-Muestra

La muestra está constituida por dos noticieros de la mañana de los siguientes canales de señal abierta: *Primera Edición*, de América Televisión; y *Primera Noticia*, de Andina Televisión. Asimismo, por profesionales de los medios televisivos mencionados.

*Técnicas e instrumentos de Recolección de datos

Se utilizará como técnica la observación, para elaborar registros de información documental, periódicos, grabaciones de videos de los programas noticiosos, etc. Utilizaremos una libreta de campo o dispositivos mecánicos o electrónicos (grabadora, videgrabadora, etc.) para observar y registrar la información requerida.

Asimismo, haremos uso de la Técnica de fichaje para registrar las noticias violentas que se transmiten en los noticieros de la mañana, hacer resúmenes e interpretaciones o comentarios de los mismos.

También se aplicará la entrevista dirigida, controlada, o guiada a los directores de los programas noticiosos de la mañana, así como también se aplicarán encuestas a los periodistas y/o reporteros que trabajan en estos noticieros, para ambas técnicas se utilizará el cuestionario como instrumento.

*Procesamiento de datos

Se utilizará tablas y gráficos estadísticos para saber las razones por las cuales se abusa de la emisión de notas sensacionalistas en los noticieros matinales