

410424  
20



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGON**

**"EL MANEJO DE LA INFORMACION EN  
LOS NOTICARIOS DE TELEVISION"**

**OPCION: SEMINARIO DE TITULACION**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :  
LICENCIADO EN COMUNICACION Y PERIODISMO**

**P R E S E N T A :**

**CERVANTES VACA MARTHA ELIZABETH  
GARCIA LOPEZ NUVIAD ERICA**

**ENEP**



**ARAGON**

**ASESOR: ROSA MARTHA FERNANDEZ**

**MEXICO D.F.**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**2003**

**A**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# DEDICATORIAS

## **PARA TI ALEJANDRO**

La fuerza que me ha inspirado para  
continuar adelante en todos mis  
proyectos y aspiraciones.

## **A MIS PADRES**

Por el ejemplo de lucha y  
perseverancia.  
Por el apoyo incondicional  
que me han brindado.

## **PERO SOBRE TODO**

A ti mi Dios, que nunca me  
abandonaste en los momentos  
más difíciles.

**LOS AMA  
MARTHA**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

*"Si te equivocas...acéptalo  
no te defiendas  
no busques justificaciones  
tienes derecho a cometer errores  
tantos como necesitas  
para ir aprendiendo  
las lecciones de la vida".*

A mi madre, ejemplo  
de fortaleza y coraje para salir  
adelante en todo.

A Daniel, Víctor y Ramiro por  
su apoyo y ayuda incondicional  
que me han brindado a lo largo  
de estos años.

A ese ser que ha llegado  
a mi vida llenándola de luz  
y alegría.

LOS AMA  
NUVIAD ERICA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# ÍNDICE

PAG

I.- INTRODUCCIÓN .....	4
<b>II.- PROYECTO</b>	
II.1.- Tema .....	6
II.2.- Enunciado del problema .....	6
II.3.- Delimitación del problema .....	6
II.4.- Justificación .....	6
II.5.- Objetivo general .....	6
II.6.- Objetivos particulares .....	7
II.7.- Hipótesis .....	7
II.8.- Público meta .....	7
II.9.- Planteamiento del problema .....	7
II.10.- Técnicas de investigación .....	7
II.11.- Fuentes de consulta .....	8
II.12.- Perfil del espectador .....	8
II.13.- Marco de referencia conceptual .....	8
<b>III.- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL</b>	
III.1.- <i>Estructura de los noticiario de televisión</i> .....	11
III.1.1.- Noticias en televisión .....	13
III.1.2.- La noticia ilustrada con imágenes .....	17
III.1.3.- Secciones con las que cuenta un noticiario .....	18
III.2.- <i>Línea editorial en los noticiarios</i> .....	19
III.2.1.- Censura y autocensura .....	20
III.2.2.- Manipulación e intereses políticos .....	22
III.2.3.- Evolución de los medios informativos .....	25
III.3.- <i>El espectador y el noticiario</i> .....	27
III.3.1.- Lo que necesitan los medios para que la gente los pueda ver y creer en ellos .....	29
III.3.2.- Limitaciones técnicas en los medios electrónicos .....	30
III.3.3.- Funciones y responsabilidades de un comunicador .....	31
III.3.4.- Propuestas de los televidentes para mejorar la calidad de los noticiarios .....	32

**IV.-PRODUCCIÓN**

IV.1.- Presupuesto .....	34
IV.2.- Calendario de grabación .....	35
IV.3.- Guía de entrevistas .....	38
IV.4.- Escaleta .....	40
IV.5.- Guión técnico .....	44
IV.6.- Guión de edición .....	57

<b>V.- CONCLUSIONES</b> .....	61
-------------------------------	----

<b>V.- NOTA</b> .....	62
-----------------------	----

<b>VI.- BIBIOGRAFÍA</b> .....	63
-------------------------------	----

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# INTRODUCCIÓN

El video-reportaje tiene como propósito presentar la estructura de los noticieros de televisión, el tipo de información que se presenta, de acuerdo a los horarios, así como la censura y autocensura que se aplica en éstos. Utilizamos el método cuantitativo —a través de entrevistados— que nos permitieran saber qué piensan los participantes acerca del vínculo que cada día mantienen con la televisión, en particular los noticieros. Si están de acuerdo con el formato que actualmente utilizan y qué cambios desean ver en ellos.

Existe mucha generalización sobre qué es la audiencia y cómo se comporta, en especial porque gran parte de las investigaciones se orientan a determinar la conducta del público en una sola dimensión. En este caso evitamos este enfoque para permitirle al receptor que expresara su opinión sobre el contenido de los noticieros de televisión. Para ello se solicitó a los entrevistados que respondieran algunas preguntas relacionadas a los noticieros que actualmente se transmiten en televisión y del contenido de éstos.

La credibilidad del espectador hace percibir una noticia televisada como realidad o ficción. El impacto de las emisiones llamadas noticieros, dedicadas a difundir información acerca de hechos tanto internacionales como nacionales y hasta locales, son día a día más importantes. Quizá por la manera en que durante las emisiones se trata la información, en la estructura y manejo que se les da.

Es lo que la gente pide. Es el argumento que esgrimen los productores para defender sus noticieros. Escándalo, entretenimiento, crimen y desastres naturales son los ingredientes predilectos de las noticias. Además, de la correspondiente dosis de oficialismo. Ahora hay otros intereses que defender, por encima de la misión pueril de informar a la sociedad: los dueños de los medios se deben a sus anunciantes para, como ellos mismos dicen, "sobrevivir".

Por ello el interés de conocer la opinión de los espectadores sobre lo que desean ver en los programas informativos, pero sobre todo que estemos conscientes de los derechos y responsabilidades ciudadanas, específicamente frente a la información, para poder exigir a los diferentes emisores ese comportamiento ético y profesional, responsable y coherente con el derecho humano de todos: estar bien informados.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

La televisión es el medio de comunicación más excitante que ha ideado el hombre. Tiene una inmediatez que salta por encima del tiempo y el espacio para hacer ver, a los espectadores que se hallan a kilómetros de distancia, los acontecimientos históricos que están sucediendo, haciendo de ella uno de los medios más poderosos de comunicación de la sociedad moderna, debido a su amplia capacidad para transmitir información y a su adaptabilidad a diversas circunstancias

La televisión debe emplearse con cuidado para obtener los mejores resultados. En México, la industria de la televisión se encuentra en un momento de crisis de identidad, que significa oportunidad y cambio frente al espectro inédito en los procesos de formación de la voluntad política, y de la relación entre los actores políticos y sociales. Esta oportunidad puede ser aprovechada para oponer a la crítica pública medidas concretas que den cuenta de un interés legítimo por hacer de la televisión un compromiso social.

La televisión presenta una gran variedad de programas, pero podemos dividirlos en tres grupos:

**De entrenamiento:** que se pueden subdividir en: comedia, deportes, musicales, drama, etc.

**Informativos:** como los noticiéros y los programas documentales de temas científicos, sociales, históricos, y culturales.

**De opinión:** como las entrevistas, debates, mesas redondas, etc.

En encuestas nacionales, la mitad de los ciudadanos afirma que ve algún noticiario, cifra que es de alrededor de un tercio de los mexicanos, según las mediciones de *rating*, pero que aumenta sensiblemente cuando ocurre un fenómeno que requiera la atención política de los ciudadanos.

En la última década los mayores cambios son el paso de la técnica del cine a la del video; el uso de satélites para cubrir noticias en directo y el establecimiento de una red de corresponsales por todo el país, para descentralizar las noticias.

## II.- PROYECTO

### II.1.- Tema: EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LOS NOTICARIOS

II. 2.- **Enunciado del problema:** La necesidad de información del público en los noticiarios de televisión.

II.3.- **Delimitación del problema:** La estructura y contenido de los dos principales noticiarios de televisión. *TELEVISIÓN AZTECA* y *TELEVISA*, durante el periodo agosto 1998 a febrero de 1999 y las necesidades del televidente en un programa informativo.

II.4.- **Justificación:** El objetivo del reportaje es dar a conocer el contenido de la información que transmiten los noticiarios de televisión, la manera en que se da un mismo acontecimiento o suceso y las diferentes versiones que de ella surgen. La preocupación por los últimos sucesos en el país dan pie para encaminar este análisis hacia dos noticiarios de televisión de las principales empresas: TV AZTECA y TELEVISIA, que se han convertido en espacios privilegiados dirigidos a intereses particulares y no a crear una información que sea cada vez más clara, que permita enfrentar la transformación desde una perspectiva crítica del periodismo.

La elección de tomar como punto de estudio estos dos noticiarios de televisión es por la viabilidad al acceso de la información y porque son programas que la mayoría de la gente ve. Por último la importancia de este tema es para que los futuros comunicólogos tomen en consideración el avance y retroceso del contenido informativo dentro de los noticiarios en la televisión, así como también guiar al televidente para comprender mejor el significado de lo que está viendo.

II.5.- **Objetivo general:** Dar a conocer, a través del video-reportaje, la estructura y contenido de los noticiarios y las necesidades que requiere la gente, de un programa informativo de televisión.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**11.6.- Objetivos particulares:** Que el espectador conozca cuál es la función social de un noticiario.

- Que el receptor identifique los criterios que se toman en cuenta para que una nota salga al aire.
- Que el público televidente tenga elementos par ver si los noticiarios cumplen o no, su función de informar.
- Explicar a través de los expertos -entrevistados- si los noticiarios tienen capacidad de realizar análisis de algún tema o hecho en sus espacios informativos que genere alguna reacción en el público.

**11.7.- Hipótesis;** Sabemos que la función social de un noticiario no sólo es el de informar, ser veraz, oportuno y objetivo, sino proporcionarle a la sociedad la información que necesita; sin embargo, la apertura de los noticiarios en televisión no cumplen con esta función, ya que se desvía de acuerdo a los intereses de quienes los manejan.

**11.8.- Público meta:** -Estudiantes de comunicación y espectadores mayores de 18 años.

**11.9.- Planteamiento del problema:**

- ¿Qué es un noticiario?
- ¿Cuál es la función social de un noticiario?
- ¿A qué nos referimos cuando decimos "línea editorial" y cómo se maneja?
- ¿Con qué problemas de información se enfrenta un programa informativo, en este caso, un noticiario?
- ¿Cómo se da la censura en los noticiarios?
- ¿Qué le gustaría ver al televidente en los noticiarios de televisión?
- ¿Qué necesitan los medios para que la gente pueda creer en lo que dicen?

**11.10.- Técnicas de investigación:** Para alcanzar resultados parciales en la investigación se tomará en cuenta:

- Entrevistas a gente que participan en la realización del programa "Hechos A.M."; así como a personas que laboran en Radio Educación.
- Sondeos a universitarios de comunicación y al público televidente.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 11.11.- Fuentes de consulta:

- Libros
- Revistas
- Internet
- Videoteca (stock)

11.12.- **Perfil del espectador:** Para que sepamos qué tipo de personas están viendo un programa de televisión, podemos sacar el perfil de la audiencia de un programa, también conocido como composición de audiencia. Es decir, saber cuántos años tienen las personas que ven un programa, de qué sexo y a qué nivel socioeconómico pertenecen. La manera en la que se divide la composición de audiencia es:

Edad.- Se divide en tres categorías.

- 1.- Menores de 18 años.
- 2.- De 19 a 44 años.
- 3.- De 45 a más.

### 11.13.- Marco de referencia conceptual:

**ALCANCE:** es el número de personas "diferentes", pertenecientes a un grupo objetivo expresado en porcentaje, que al menos ha recibido el mensaje una vez ( mensaje puede ser programa, comercial, promocional de televisión, etc.)<sup>1</sup>

**ANÁLISIS:** es la separación de las partes de un todo hasta conocer los elementos que lo forman. Estudio detallado de un asunto.<sup>2</sup>

**AUTOCENSURA:** en el periodismo hay quienes se "autocensuran", es decir, quienes no ejercen la libertad de expresión. Muchos de ellos están comprometidos con intereses políticos y económicos.<sup>3</sup>

**AVANCE:** es algo previo a lo que se verá con mayor especificación durante el transcurso del noticiero.<sup>4</sup>

**CÁPSULA:** información breve, sobre algún tema o anuncio pagado por "X" patrocinador.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> De Fleur y Rokeach, "Teoría de la Comunicación de Masas", pag 13

<sup>2</sup> Orska Jorge y Cia "Globalización y Medios de Comunicación", pag 40

<sup>3</sup> Autores Varios "Enciclopedia del Periodismo" pag 25

<sup>4</sup> Autores Varios op cit pag 26

<sup>5</sup> De Fleur y Rokeach op cit pag 18

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**CENSURA:** no es una institución, sino una práctica. Consiste en recomendaciones, en el respecto a dependencias económicas de la publicidad y en un sentido de acoplamiento con el poder político, también es la restricción de la información cuando va en desacuerdo de quien lo escribe y sobre todo cuando daña intereses políticos y económicos de terceras personas.<sup>6</sup>

**COBERTURA:** se le llama al porcentaje de hogares dentro de un área geográfica determinada, que potencialmente puede sintonizar un medio determinado.<sup>7</sup>

**CRÍTICA:** conjunto de opiniones emitidas sobre cualquier asunto.<sup>8</sup>

**ESPACIO:** en televisión es el tiempo en que algún programa o anuncio publicitario está al aire (en vivo).<sup>9</sup>

**ESPECTADOR:** es la persona del otro lado de la televisión quien está presenciando algún espectáculo, programa y que mira con atención.<sup>10</sup>

**INFORMACIÓN:** noticia (as) que uno trata de saber. Es el primer deber del periodismo es lograr que el público se entere de lo que ocurre en todo su entorno.<sup>11</sup>

**LÍNEA EDITORIAL:** forma y alcance a la noticia conforme a la orientación del medio quien lo representa. Dentro de esta función editorialista, cabe mencionar que, se tiene la finalidad de interpretación y orientación del lector.<sup>12</sup>

**MANIPULACIÓN:** manejar a su modo.<sup>13</sup>

**NOTICARIO:** programa de noticias que informa sobre un suceso reciente y nuevo.<sup>14</sup>

**OBJETIVIDAD:** la objetividad de la percepción aspira a conocer los objetos con independencia de las valoraciones personales.<sup>15</sup>

<sup>6</sup> Bilbao "La Comunicación y las Masas" pag 119

<sup>7</sup> Ibidem pag 120

<sup>8</sup> Berlo K. David "El proceso de la Comunicación" pag. 5

<sup>9</sup> Autores Varios "Enciclopedia del Periodismo" pag 60

<sup>10</sup> Berlo K. David "El proceso de la Comunicación" pag 42

<sup>11</sup> Fleur y Rokeach, "Teoría de la Comunicación de Masas", pag 85

<sup>12</sup> Fernández Chastreb Fatima "Los Medios de Difusión Masiva en México", pag 120

<sup>13</sup> Galeano Ernesto César "Modelos de Comunicación", pag 3

<sup>14</sup> Autores Varios op cit pag 10

<sup>15</sup> Wolf Mauro "Investigación de la Comunicación en Masas", pag 61

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**PERIODISMO:** la palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de las noticias llegan hasta el público. Cuanto ocurre en el mundo, si es de interés general, y de todos los pensamientos, los actos y las ideas que esos acontecimientos provocan, se convierten en materia fundamental del periodista. Periodismo es llevar información de aquí y allá, con precisión, perspicacia y rapidez, dar al público lo que el público quiere, la verdad, que es lo que debe saber.<sup>16</sup>

**RECEPTOR:** hay decir primero que el hablante al expresar lo que sede a comunicar, articula las palabras de manera que adquieran una significación específica y ordena de éste modo los enunciados. El receptor, a su vez, decodifica las señales (conjunto de enunciados), de éste modo se establece la comunicación.<sup>17</sup>

**SECCIÓN:** división de segmentos dentro de un noticiero o programa.

**SHARE:** es el porcentaje de televisores encendidos sintonizados en un canal específico de televisión en un tiempo determinado.

**TELEVISIÓN:** es la transmisión de imágenes a distancia, valiéndose de ondas eléctricas.

**TEASSER:** es la entrada en síntesis de noticias que se verán durante el transcurso del programa.

**TENDENCIA:** propensión o inclinación hacia determinados fines.

**TEXTO:** es la redacción de una nota que al ser usada en televisión es leída (en off) por el conductor teniendo como protección imágenes acerca de lo que se está diciendo.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Autores Varios op cit pag 49

<sup>17</sup> Fernández Christieb Fátima "Los Medios de Difusión Masiva en México", pag 210

<sup>18</sup> Castañeda Yáñez Marganita "Los Medios de Comunicación y la Tec Educativa" pag 78



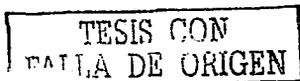
### III.- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

#### III.1.- ESTRUCTURA DE UN NOTICIARIO DE TELEVISIÓN

El impacto de las emisiones llamadas noticiarios, dedicadas a difundir información acerca de hechos tanto internacionales como nacionales y hasta locales, son día a día más importantes. Quizá por la manera en que durante las emisiones se trata la información, en la estructura y manejo que se les da. Los noticiarios en televisión por lo general, debido a la manera en que son estructurados sugieren estar dirigidos a televidentes que buscan únicamente información a partir de la televisión. En México tenemos dos cadenas importantes que difunden noticiarios a nivel nacional e internacional. Televisa y Televisión Azteca. En 1973 se fusionan Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, para formar TELEVISA (Televisión Vía Satélite), con el fin de coordinar, operar y transmitir la señal de canales 2, 4, 5 y 8. En 1985, Canal 8 cambió su señal convirtiéndose en XEQ Canal 9, que en un principio se constituyó como un canal cultural, para posteriormente manejar una línea comercial. En septiembre de 1988, Televisa concretó la creación del primer sistema de noticias en español vía satélite: ECO, transmitiendo en vivo. En 1997 toma la presidencia de Grupo Televisa el Sr. Emilio Azcárraga Jean. El 3 de junio de 2001, Canal 9 se convierte en Galavisión; y el 30 de abril del mismo año, Canal 4 se convierte en 4TV.

Una de las principales participantes en la industria del entretenimiento. Los productos y servicios que Grupo Televisa ofrece son:

- Producción y transmisión de programas de televisión
- Distribución de programación para televisión restringida
- Distribución de programas a nivel internacional a través de licencias
- Televisión por cable
- Servicios de televisión directa al hogar vía satélite
- Publicación y distribución de revistas
- Producción y distribución de discos
- Producción y transmisión de programas de radio
- Promoción de espectáculos deportivos y eventos especiales
- Servicio de mensajes electrónicos personalizados (paging)
- Producción y distribución de películas
- Servicios de doblaje
- Portal horizontal en Internet



El canal 13 inicia sus operaciones el 1° de septiembre de 1968 con la transmisión del informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, posteriormente (la señal, la frecuencia, etc.) se retiran para realizar pruebas de imagen y sonido y regresan para salir al aire el 12 de octubre de ese mismo año con la inauguración de los Juegos Olímpicos en México. En marzo de 1972 el Estado expropió el canal 13, manifestando así su interés por participar de manera más activa en la comunicación nacional. En 1985 inicia operaciones el canal 7, orientado a resaltar los valores nacionales, así como las manifestaciones culturales y deportivas. En ese mismo año nace el "Instituto Mexicano de la Televisión" (IMEVISIÓN), que empieza a operar con los canales 7, 13 y 22. En 1990 se desincorporan de IMEVISIÓN los canales 7 y 22. El canal 7 se pone a la venta para explotación comercial y transmite repitiendo la señal del canal 13; el canal 22 se mantiene como canal cultural a petición de 800 intelectuales de "La comunidad cultural de México". En 1993 se publica la convocatoria para la adquisición del paquete de medios de comunicación y con la experiencia previa, TV Azteca inicia la carrera de expansión de transmisión, servicios y cobertura de programación.

Para conocer la estructura de los diferentes noticieros de televisión, debemos realizar las siguientes preguntas:

1. ¿En cuántas secciones está dividido el noticiero?
2. ¿Cuáles son las secciones que conforman el noticiero?
3. ¿En que orden son presentadas las secciones del noticiero?
4. ¿Cuál sección es la que tiene mayor duración?
5. ¿Cuál sección es la que tiene menor duración?
6. ¿Cuál sección es la que tiene mayor número de noticias?
7. ¿Cuál sección es la que tiene menor número de noticias?
8. ¿Cuál es la noticia más importante del noticiero? (de acuerdo a su duración, de acuerdo al lugar que ocupa en la presentación del noticiero y si tiene o no comentarios del conductor del programa).
9. ¿Cuál es la noticia menos importante del noticiero? (de acuerdo a su duración, de acuerdo al lugar que ocupa en la presentación del noticiero y si tiene o no comentarios del conductor del programa).
10. ¿Se incluye publicidad después de leer la noticia más importante?
11. ¿Se incluye publicidad después de leer la noticia menos importante?

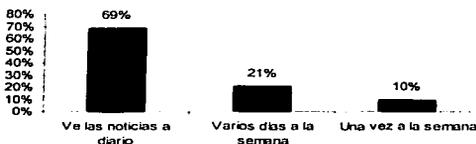
La estructura de los noticieros es similar, locutores a cuadro, la jerarquización de ésta es similar, algunas ocasiones se da relevancia a hechos nacionales y en otras a las internacionales. Cabe mencionar que aquí el papel del locutor, conductor o entrevistador será importante, quizá desde su presencia, la entonación de la voz y la manera de presentarse.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Laura Márquez Elenes, "Los Noticieros en TV", pag 3

### III.1.1.- Noticias en televisión

Los noticieros han tenido la función de mantener informada a la población de lo que acontece en el mundo, y la mayoría de las personas dan por hecho que dicha información constituye lo que pasa en realidad, sin dudar de su veracidad; ante este hecho debe tenerse presente que lo que se nos presenta es sólo un fragmento de la realidad vista desde el ojo del emisor y desde su ideología. En la actualidad, los noticieros representan una fuente de información muy importante, a través de la cual las personas cuentan con una concepción de lo que acontece en su realidad inmediata, y entienden su participación como sujetos sociales.

De acuerdo con la encuesta anual sobre consumo cultural del periódico *Reforma*, las noticias se consolidan como el género televisivo predilecto de los mexicanos y los noticieros como los programas más vistos, tanto en la Ciudad de México como en Guadalajara y Monterrey. Durante 1998, los noticieros acapararon 28% de las preferencias de los capitalinos, frente a las telenovelas, que sólo alcanzaron un 17 por ciento. En el DF, 69% de los encuestados ve las noticias a diario y 21% las ve varios días a la semana, lo que, en conjunto, arroja 90% de televidentes en contacto permanente con las noticias de la TV.



Fuente: *Reforma*, 1998

En 1996 en México se transmitían al aire en los canales de la televisión abierta (2,4,5,7,9 y 11) casi 200 horas de noticias por semana. Esta exuberante oferta informativa constituye la mayor oferta de un sólo género televisivo. Es incluso mayor que la oferta de telenovelas.<sup>2</sup>

Respecto al manejo de la información, su discurso puede ser un tanto real cuando son transmisiones en vivo o enlaces; dándole a los receptores la idea de presencia y participación. No es raro que en los noticieros lleguen a presentar una misma noticia de manera simultánea y esto parte de una simple teoría de probabilidad: si sólo hay cinco o seis historias importantes en el día, se asume que las cadenas noticiosas presentarán estas historias, dedicarán a cada una el mismo tiempo y las presentarán en un orden determinado.

<sup>2</sup> Guillermo Orozco Gómez, "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas entre familias mexicanas", pag. 76

Para dar el toque final a las notas, para que no se queden en declaraciones de funcionarios sino que reflejen a la ciudadanía, los periodistas entrevistaban a los transeúntes o visitan restaurantes, escuelas, tiendas y oficinas. Entonces, piden opiniones sobre ciertos temas: por lo regular plantean una sola pregunta y, a partir de esa información, es que las personas deben responder.

LO QUE LA TELEVISIÓN DEBERÍA CUMPLIR SEGUN EL PÚBLICO		
	1995	1996
Informar	14%	19%
Divertir	47%	16%
Educar	3%	15%
Todo lo Anterior	4%	49%
Ninguna	0%	1%
Otro	32%	30%

Por G. Orozco, Reforma, Diciembre '96

Mirar televisión, hablar y leer sobre televisión se ajustan a horarios: son el resultado de una atención enfocada o desenfocada, consciente o inconsciente. La televisión nos acompaña cuando nos levantamos, tomamos el desayuno, bebemos un té o vamos a un bar. Nos reconforta cuando estamos solos. Nos ayuda a dormir. Nos brinda placer, nos aburre y a veces nos cuestiona. Nos da la oportunidad de ser sociables y también solitarios.

El origen de los noticiarios televisivos se encuentra en la prensa escrita, y de ella toma sus caracteres generales; sin embargo, hay que destacar sus diferencias esenciales. Si el periódico impreso reserva para la sección de opinión y el editorial los juicios de valor y los comentarios, y el resto de los espacios noticiosos los dedican a la información objetiva, es decir desprovistos teóricamente de los puntos de vista e interpretaciones del informador. En la televisión "el discurso informativo se organiza en términos de enunciación subjetiva" es decir que la noticia sufre modificaciones voluntarias e involuntarias debido, principalmente, a los siguientes casos:

La actitud del presentador de la información, los tonos de voz, la mirada y los gestos. Los gestos influyen en el mensaje.

1. Los comentarios espontáneos o intencionales del presentador.
2. La ideología del programa o del patrocinador.
3. El papel que juegan las imágenes, en cuanto al orden, al foco de interés, al tiempo que permanecen en la pantalla, al mensaje verbal que los acompaña, etc.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

De acuerdo a Scanell (en Silverstone, 1996), la televisión es un fenómeno cíclico. Su programación se distribuye en diversos horarios de acuerdo a los patrones de regularidad que derivan del consumo: "Las telenovelas, los informes sobre el tiempo y los noticieros quizás sean los programas que más participen en esta planificación de las horas, los días y las semanas del año".

PROGRAMAS FAVORITOS DEL PÚBLICO		
	1995	1996
Deportivos	18%	17%
Noticieros	16%	16%
Culturales	8%	12%
Telenovelas	17%	11%
Películas	9%	10%
Musicales	8%	8%
Otros	26%	26%

*Reforma, Diciembre '96*

Un recorrido por la oferta y la demanda, revela que esta década comienza con novedades en los comportamientos de los consumidores y con nuevas propuestas televisivas por parte de los programadores. Según encuestas, en ciudades como San Paulo, Ciudad de México, Buenos Aires y Bogotá, la cantidad de personas que, tres años atrás, decían ver televisión para entretenerse, hoy manifiestan que la información pasó a ser el primer motivo de atracción.

En los noticieros de Televisa y TV azteca, los más vistos en el país, se apela a las emociones más primarias de la gente (o la mayoría de la gente) y las razones que dan tanto propietarios como realizadores sigue siendo la misma: "no hay que esperar de la televisión lo que no es", es tan fácil como cambiar de canal". Esas son las reglas del juego.

Con lo que respecta a las investigaciones que sobre la televisión se han realizado es digno de mencionar el estudio realizado por Richard Cawston representante de la BBC de Londres quien con la finalidad de determinar el grado de penetración cultural y el dominio de este medio de difusión recorrió varios países y arribó a las siguientes conclusiones:

- a) La propaganda comercial, la búsqueda del prestigio político y el entretenimiento barato son los objetivos a cuya realización está orientada la televisión en el mundo.

- b) Con muy contadas excepciones, la escena televisiva mundial está dominada por películas y series norteamericanas.
- c) El grueso de la televisión en el mundo continuará financiado por los intereses comerciales, por los Gobiernos o por una combinación de ambos.<sup>3</sup> Los medios masivos de difusión han desplazado en su papel socializador a la familia, la escuela, la iglesia, etc, ya que si bien sistematizan y refuerzan la ideología de una población y de sus cuadros dirigentes, ya los medios masivos han proyectado esa ideología.

La ideología de los medios masivos actúa en forma permanente ya que se encuentra presente en todo material periodístico, radial y televisivo.

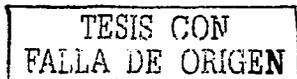
La televisión es parte de la institucionalidad de la instrucción, es un método de transmitir saber; es un invento para llevar la riqueza cultural a regiones culturalmente áridas; es un mecanismo para aumentar la eficacia de la escuela o la biblioteca .

Para el mundo de los negocios y la industria, la televisión es un instrumento de publicidad. Para quienes tienen a su cargo la regulación de la difusión, la televisión es un usuario del espectro de ondas de radio merced a un permiso gubernamental que obliga a trabajar en beneficio del interés público.

Para los difusores, el papel de la televisión es un negocio con todos los peligros y riesgos propios de los negocios.

---

<sup>3</sup> Pablo F. Marentes. "Televisión en México". Pág 9



### III.1.2.- La noticia ilustrada con imágenes

Podemos analizar los noticieros de la televisión mexicana a partir de características generales para saber cómo se difunde información. Primeramente la combinación de lo audiovisual de la televisión, esto es el sonido, la imagen a color, en movimiento que lo caracterizan, y asimismo comparándolo con la radio o prensa que no las poseen, puede ser considerado un medio más veraz. Esto quiere decir que se podría pensar en una aproximación casi idéntica entre la realidad de los hechos y la imagen proyectada en el noticiero de televisión.

Se equivocan quienes afirman que la imagen sirve para ilustrar el texto, ya que el texto escrito no es el único existente. Las imágenes también tienen capacidad de crear un texto que puede ser "*ilustrado*" por la palabra escrita o por la palabra hablada. La noticia oral se usa especialmente en el caso de informaciones relevantes de última hora.

Es el mero discurso verbal del presentador el que se responsabiliza de la información que ha de ser concisa y breve. La noticia sin imágenes, que en el desarrollo actual de la información debería revestir cierto carácter de excepcional, tiene una estructura diferenciada que la asimila a la noticia radiofónica escrita: Presentación, Entrada, Cuerpo de la noticia y Cierre. Recientemente las noticias sin imágenes, dada la abundancia y agilidad de las fuentes informativas, casi se reservan en exclusiva a las noticias de última hora que han llegado a la redacción sin tiempo para editarlas. A veces se trata de noticias de gran interés y se aprovechan para abrir con ellas. La noticia ilustrada presenta una estructura simple: Presentación, Entrada, Cuerpo y Cierre.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### III.1.3.- Secciones con las que cuenta un noticiario

La competencia entre los noticiarios televisivos, sobre todo entre aquellos que se transmiten a la misma hora, ha provocado que éstos sigan patrones casi idénticos tanto en estilo como en jerarquización de la información:

- Finanzas
- Internacionales
- Nacionales
- Estado del tiempo
- Deportes
- Espectáculos

La información se presenta de un modo fragmentado: declaraciones y respuestas breves, cortes, rúbricas. Por otro lado, la nota más importante, sea nacional o internacional, se anunciará al inicio del noticiario para transmitirla a la mitad o al final del programa.

Existen noticieros generales o especializados, así como programas donde se informa, sin ser necesariamente espacios noticiosos, ya que pueden ser barras de opinión o discusión de diferentes temas. En el caso de los noticieros llama especialmente la atención los de notas generales, pues en ellos la clasificación de la información se hace de acuerdo a la línea editorial de la empresa que lo produce. Un equipo amplio de tales compañías determina los tiempos y notas a transmitir considerando, incluso, la estructura de los noticieros de la competencia.

Por otro lado, la televisión se ha vuelto el medio más creíble, por encima de la radio, prensa y las revistas masivas. Esto nos lleva a cuestionar la espectacularidad con que los noticiarios manejan estas franjas, en donde dejan de ser únicamente espacios informativos, para dramatizar los hechos de manera tal, que la predilección por la truculencia y la farándula los sitúa a menudo en las fronteras de las telenovelas y las series policíacas. Bien vale la pregunta: ¿no será que los televidentes encuentran los noticieros más gratificantes, y por eso confunden la información con la diversión y el entretenimiento?

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### III.2.- LÍNEA EDITORIAL EN LOS NOTICARIOS

Mucho se ha comentado sobre las grandes etapas que han caracterizado el desarrollo de la humanidad, es decir, aquellos momentos en que han surgido elementos "detonadores" para que el hombre genere una nueva época en su vida. Así se habla de la revolución agrícola, de la revolución industrial y de la revolución que actualmente mantiene el interés de todo el mundo: la revolución de la información. En nuestra época la sociedad se encuentra literalmente "bombardeada" por todo tipo de información: científica, tecnológica, política, cultural, económica, en fin, por toda una gama de informaciones que ofrecen la sensación de un mundo en constante cambio.

Precisamente, son los medios de comunicación y la informática quienes han posibilitado que el hombre se entere del entorno que le rodea para poder actuar en él. Así, el periodismo mantiene a la sociedad al pendiente de sus cambios y tendencias a través de sus diversas formas de expresión: impresa, radiofónica y televisiva.

Los noticieros televisivos ofrecen un punto de vista audiovisual de la realidad. Y en una época donde la información audiovisual tiene gran credibilidad y aceptación, no resulta extraño que este tipo de expresión periodística tenga un impacto social considerable. Un elevado porcentaje de la sociedad busca información diversa en los noticieros de la televisión, porque le ofrece una forma accesible y hasta entretenida del acontecer social; además de que la televisión le proporciona la posibilidad de ser "testigo" de los acontecimientos que le interesan. Sin embargo, no se puede olvidar que los noticieros televisivos ofrecen solamente una serie de representaciones de la realidad y no la realidad misma. Es decir, proporcionan una visión muy particular de los hechos, evidentemente parcial y selectiva, de acuerdo a la postura ideológica de la instancia emisora.

La política editorial de un medio, ya sea electrónico o impreso, cuya misión sea "la verdad, sólo la verdad", está subordinada a los intereses que sus empresas representan. Toda misión se enfrenta a las estrategias comerciales o políticas de la empresa, las cuales constituyen motivaciones poderosas que terminan por opacar y frustrar los objetivos puramente periodísticos.<sup>4</sup>

Los periodistas, los que hacen la propuesta editorial, el trabajo sustantivo, nunca saben bien a qué atenerse con la moral de los directivos de una empresa. Son ellos los eslabones débiles de la cadena mediática, deberían estar en una etapa de búsqueda y de elaboración de un proyecto propio, en el cual fijen las bases de una propuesta que dé continuidad al compromiso ético de los medios con la sociedad.

---

<sup>4</sup> Jorge Medina Viedas, "Libertad y crítica. ¿simulaciones?", pag. 12

### III.2.1.- Censura y autocensura

La censura es la revisión que se hace a algún material de la prensa antes de su publicación. Pero utilizando este término con mayor amplitud, es usado también para referirse a la prohibición de la exhibición de un material cualquiera sea su modo de expresión antes o después de su publicación.<sup>5</sup>

Para ser responsable se requiere ser libre, se necesita de la convicción voluntaria de que se actúa en favor del interés público, pues es precisamente en la autonomía de la voluntad y en la libertad donde puede cultivarse la noción de responsabilidad. En esa tesitura, la eticidad de los contenidos no implica demérito en ningún sentido para la industria de la televisión. Y esto conviene precisarlo porque con cierta regularidad se incurre en errores de percepción que hacen ver a los contenidos éticos o televisión de calidad como enemigos principales de la rentabilidad económica de la televisión.

Entre los canales informativos que son públicos debemos identificar los institucionales, publicaciones de interés general, publicaciones especializadas, publicaciones técnicas y actos públicos. La información institucional es aquella que emplea una entidad destinada para satisfacer la demanda informativa de la sociedad y en particular del reportero. Esa información es muy útil para el reportero informador porque cubre una parte importante de sus necesidades, pues presenta la cara institucional de los hechos, que frecuentemente no corresponden a la realidad. Para el reportero investigador son datos complementarios. La información institucional casi siempre pone grandes trabas y generalmente choca con el periodismo de investigación.

La información de publicaciones de interés general es muy amplia y más ahora con el internet. Para un lector cuidadoso, informado e intencionado, en las miles de publicaciones -impresas, audiovisuales, electrónicas-, existen también miles de investigaciones en ciernes. Un método eficaz para iniciarlas son las miles de lagunas y contradicciones que se presentan entre distintas informaciones.

En un noticiero de televisión intervienen reporteros, corresponsales, agencias informativas y enviados especiales; además de un equipo de fotógrafos, camarógrafos, editores, redactores y conductores de televisión.

---

<sup>5</sup> Anna Karen, "¿Por qué la censura?", pag. 40

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Ante este panorama, resulta comprensible que existan una serie de mediaciones para la construcción de la noticia y que, por lo tanto, ésta constituye una representación de la realidad. De aquí que se pueda afirmar que en toda construcción existe una manipulación informativa, la cual no necesariamente es de carácter negativo. Bajo esta perspectiva resulta evidente que los noticieros televisivos dependen, para su elaboración, de una serie de criterios; los cuales no siempre corresponden a criterios periodísticos. Hablar de periodicidad, oportunidad, verosimilitud e interés público, puede resultar tan amplio como ambiguo; sin embargo, estos elementos que deben caracterizar el ejercicio periodístico pueden estar correctamente aplicados cuando evitan tergiversar, mentir, negociar o escamotear información; es decir, cuando se busca cumplir un compromiso ético con la sociedad a la que se dirige.

A pesar de ello, existen múltiples intereses y propósitos detrás de una noticia televisiva que no siempre se refieren a los propósitos periodísticos ideales y que exigen, necesariamente, la preparación de los televidentes, para que ellos sean capaces de establecer criterios adecuados que los lleven a formarse una opinión razonada y lo más objetiva posible, sobre su entorno social.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### III.2.2.- Manipulación e intereses políticos

Hoy los mensajes son generados y manipulados en un lugar ajeno, por personas ajenas y con intereses ajenos a la comunidad que los recibe. Los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continúa comunicación con los distintos sucesos sociales , económicos y políticos tanto en escala nacional como internacional

Los medios por un lado pueden contribuir a la formación de individuos más cultos, mejor informados y más libres, pero por el otro pueden servir para la difusión de una cultura superficial, rutinaria y consumista. Pueden ser utilizados para entender e ilustrar nuestros ocios, como también para alienarnos con falsos sueños e ídolos.

A continuación algunas de las preguntas que debemos plantearnos para corroborar la manipulación en los noticiarios:

1. ¿Se introducen inflexiones u observaciones explícitas, por parte del conductor, en la mayoría de las noticias?
2. ¿Se presenta alguna(s) noticia(s) en una sección que no le(s) corresponda en sentido estricto?
3. ¿Se transmiten noticias importantes que los otros medios de información no han difundido?
4. ¿La información de las noticias más importantes o la de las menos importantes, se proporciona en forma directa o indirecta, es decir, se hace referencia explícita a los hechos comentados o se evita mencionar nombres, lugares, fechas, horarios, cronología de los acontecimientos, etc., en forma directa?
5. ¿Se incluyen comentarios de funcionarios gubernamentales en las noticias más importantes y en las menos importantes?
6. ¿Las noticias más importantes y las menos importantes se dan sólo verbalmente o tienen apoyo de imágenes de algún tipo?
7. ¿Se contrastan noticias importantes a nivel nacional con noticias importantes a nivel internacional, aunque no se refieran a sucesos semejantes?
8. ¿El conductor del noticiero se convierte en protagonista del programa durante la lectura de las noticias más importantes o de las menos importantes? (ya sea a través de comentarios ajenos al tema de la noticia, al realizar chistes, inflexiones, interrupciones, ofrecer a cuadro un arreglo personal muy llamativo o realizar mucho énfasis en sus propios puntos de vista).

La información proporcionada por cualquier medio es incompleta. Hay que cruzar noticias provenientes de televisión con periódicos, Internet, agencias o revistas.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Contrariamente a lo que piensan la mayoría de los mismos televidentes en México, y por supuesto muchos emisores de información política como los partidos políticos y el gobierno, la recepción que normalmente se hace de la televisión, no es una mera asimilación pasiva, en este caso de noticias y propaganda política, sino que constituye un activo y complejo proceso de mediaciones.

Con base en un estudio reciente<sup>6</sup> sobre recepción de noticias entre familias mexicanas, -realizado con el objetivo de explorar el consumo informativo en México y de analizar si la información televisiva motivaba o estimulaba a los televidentes a una participación decidida como ciudadanos, o si más bien la inhibía al interpelar a los televidentes como simples espectadores, las percepciones de la información televisiva mostraron diversas mediaciones intervinientes que conflúan en provocar escepticismo y pasividad entre los televidentes.

Una primera mediación se manifestó proveniente de la misma televisión y su oferta programática noticiosa. En 1996 en México se transmitían al aire en los canales de la televisión abierta (2,4,5,7,9 y 11) casi 200 horas de noticias por semana. Esta exuberante oferta informativa constituye la mayor oferta de un sólo género televisivo. Es incluso mayor que la oferta de telenovelas. "¿Por qué hay tantas noticias?" - es la primera pregunta que se hacen los televidentes. "¿Son realmente noticias lo que la televisión dice que son?" -es otra de las preguntas más frecuentes. "¿Qué es entonces una noticia? ¿Lo espectacular, lo grandioso, lo insólito, lo relevante, lo novedoso?". "¿Quién define la importancia de la información, su tratamiento, su selección, su ubicación en secuencia dentro de los noticieros y el tiempo y énfasis otorgado?". "¿Cuáles son los criterios para informar en la televisión mexicana?".

Estas y otras preguntas afloraron en las entrevistas con televidentes ordinarios. Estuvieron presentes en sus mentes mientras veían televisión, no obstante que aproximadamente el 80% de los adultos diga -en este y en otros estudios- que es de la televisión de donde se informa y sólo un 15% menciona recurrir a los periódicos.<sup>7</sup>

El análisis de los medios masivos de difusión concretamente la televisión y su relación con la educación es un contexto específico: México como un país capitalista dependiente, se realizará a partir de la vinculación orgánica entre la estructura económica y superestructura político ideológica.

<sup>6</sup> Guillermo Orozco Gómez, "Percepciones, apropiaciones y usos de las noticias televisivas entre familias mexicanas", pag. 34

<sup>7</sup> Enrique Sánchez Ruiz, "El público de la prensa: la insuperable levedad de casi no ser", pag. 250

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Podemos señalar que los medios masivos de difusión en la actualidad, son un poderoso aparato educativo y socializador, no solamente porque brinda educación al hombre, sino porque además lo orienta hacia una determinada forma de vida, transmitiéndole al mismo tiempo una ideología tendiente a conformar el tipo de hombre que el grupo dominante necesita. Los analistas consideran que la televisión tiene influencia directa sobre la población y se ha convertido en un elemento socializador, a través de la televisión se pretende que el individuo aprenda las normas y las reglas que la sociedad establece para el comportamiento de las personas en su seno y lograr así, una cohesión social, o mejor la homogenización de los miembros de una sociedad.<sup>8</sup>

Cohen-Seat y Fougeyrollas afirman que la actitud de los individuos sometidos a la información verbal es una actitud de recepción, lo que significa que reciben los mensajes verbales a los que deben y pueden responder mediante conductas apropiadas, verbales o de hecho; mientras que la actitud de los individuos sometidos a la información visual es una actitud de participación, es decir, que las representaciones no son solamente recibidas y que son, hablando propiamente, vividas por aquellos que las reciben. El periodismo de investigación es un proceso laborioso, que busca descubrir y revelar hechos noticiosos, trascendentes y de interés general. En teoría, toda actividad humana deja un rastro y puede ser documentada e investigada. Por otro lado, debemos recordar el paradigma del porqué analizar la historia: mucho de lo que puede suceder en el futuro inmediato es una consecuencia o prolongación del pasado y del presente. Es decir, podemos explicar el presente si logramos unir hechos pasados. Partimos también de la hipótesis de que si rascamos lo suficiente podemos encontrar hechos novedosos e interesantes que se ocultaron o se intentan esconder, porque nunca se podrán eliminar completamente.

La vida produce recuerdos –buenos y malos- en las personas, fotografías, documentos –públicos y privados- y están por todas partes. Sin embargo, debemos reconocer que en nuestro país casi toda la información tiene un filtro informativo (98% de la gubernamental), una barrera de silencio cómplice y a veces de plano, una campaña de desinformación. Las barreras a veces son personales, sobre todo cuando se trata de complicidades de funcionarios públicos o privados.

Aún falta mucho por investigar acerca de la interacción información política-televidentes, las observaciones anteriores permiten comprender que no sólo la televisión como medio de transmisión de lo político, sino la política en sí misma, no gozan de gran legitimidad entre las tele-audiencias. Esta situación, sin embargo, no parece ser suficiente para motivar a los televidentes a buscar una mejor información en otros medios o a través de otros canales, o a reflexionar más extensamente sobre lo informado.

<sup>8</sup> Carmen Pérez Blanquet "La Historia en la educación", pag. 41

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### III.2.3.- Evolución de los medios informativos

Si algo caracteriza al siglo XX ha sido el desarrollo de la "cultura de masa", a través de los medios de comunicación que han vivido una expansión enorme y paralela al perfeccionamiento del capitalismo, convirtiendo a la noticia, en esencia una pieza breve y sesgada de la actualidad, en el centro de la cultura popular. Periódicos, radio y más tarde la televisión, se han convertido en los creadores de debates, de ideas compartidas, de mitos y leyendas.

En la década de los 90, la concentración de medios en México se da con características muy semejantes a las que prevalecen en la mayoría de los países. En 1993, al abrirse la competencia en la televisión comercial hay un giro hacia la homologación de ciertas prácticas, por ejemplo, la de venta de tiempos. Comienza a debilitarse la fórmula del "plan francés" creada por Televisa en 1983 para cobrar por adelantado el tiempo que un anunciante utilizaría durante un año, con esto además de liquidez la empresa ganaba exclusividad. Esto se acabó y surgió el criterio basado en los niveles de audiencia.

Para los servicios de televisión directa al hogar se realizan alianzas financieras con empresas internacionales y la oferta de contenidos es semejante a la de cualquier país. En 1995 se instala en México la primera central de medios extranjera para compra de tiempos en gran volumen, con lo que las principales agencias de publicidad crean su propia central. Para el primer trimestre de 1999 operan en México ocho holdings transnacionales de comunicación, cada una con su central de medios y su agencia de publicidad.

Detrás de todo este entramado hay un objetivo evidente: aumentar las ventas no sólo de los espacios publicitarios en los diversos medios, sino de los productos o servicios de los anunciantes que sostienen al medio. Esto es lo que ha ocurrido en México, década tras década, desde que existen los medios electrónicos. Nuestra legislación es el producto de conflictos provocados por dos situaciones básicas: una, la ausencia de un qué hacer ante las innovaciones tecnológicas y, dos, la tensión que genera la contradicción mercado/sociedad. Nos rige un conjunto de disposiciones jurídicas surgidas con apremio ante coyunturas particulares, llámense victoria carrancista (ley de imprenta) o repliegue diazordacista (acuerdo que da origen al tiempo fiscal).<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Fátima Fernández Christlieb, "En vez de comunicación, monólogos", pag 89



Por otra parte, la televisión ocupa un espacio tan importante en la comunicación que es difícil imaginar el siglo próximo sin la presencia que aún goza en la transmisión y la preferencia de los espectadores. ¿Cómo pensar constructivamente el futuro de la televisión? Muchas son las pistas que ofrecen los futurólogos, pero al menos se puede visualizar que el cambio estará en las tecnologías y las posibilidades que dará a los usuarios.

Es una realidad que la interfase Internet-televisión emerge progresivamente. La particularidad de Internet está en que los navegadores permiten la exploración de los sitios, profundizar en las informaciones, acceder a lo multimedia. Su debilidad está en la lentitud con que fluyen las imágenes. Mientras que la cualidad de la televisión está en captar un torrente de imágenes en tiempo real sobre diversos tópicos de actualidad: deportes, noticias, películas, programas de diversión y educativos. Pero no permite la navegación.

Dentro del cambio de la televisión comercial se presentan dos opciones para satisfacer las demandas de un sector del público y la necesidad de elevar el nivel cultural de los televidentes. Por un lado se encuentra el realizar programas de carácter educativo, conociendo de antemano que su público tenderá a ser monitoreado y en gran parte homogéneo.

Por otro lado, modifica hasta cierto punto los géneros exitosos de televisión al incluirles un contenido de tipo educativo, variando así una audiencia más amplia y heterogénea.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### III.3.- EL ESPECTADOR Y EL NOTICARIO

Actualmente, México -como muchos otros países del mundo- asiste a la puesta en escena de una televisión privada que ofrece menudos interrogantes sobre el sentido ético, deontológico, de sus contenidos programáticos. Debe quedar claro que en un Estado democrático de derecho el sentido teleológico de la televisión debe consistir en un servicio público en favor del interés general, y éste se materializa al brindar información de interés público con veracidad e imparcialidad, y ofrecer variedad de programas de cultura, educación y entretenimiento susceptibles de interesar a la sociedad en su conjunto.

Los estudios disponibles relativos a las imágenes de televisión proporcionan ya indicaciones razonablemente válidas de que este medio está tratando de inducir en su público una adhesión a cierto número de creencias<sup>10</sup> respecto de la vida y el destino humano, las cuales varios críticos consideran nocivas. A pesar de haberse realizado en diferentes ambientes y oportunidades, con diversos focos y bajo distintos procedimientos, las investigaciones muestran regularidades que sugieren patrones. En efecto, un conjunto compuesto por las imágenes identificadas por dichos estudios contienen básicamente los elementos frecuentes que a continuación se presentan:

**Individualismo:** La creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre las de las comunidades de las cuales él forma parte.

**Elitismo:** La creencia de que el orden social natural requiere el predominio de unos pocos, mejor dotados que los demás.

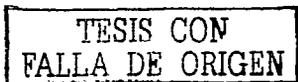
**Racismo:** La creencia de que la raza blanca caucásica es biológicamente superior a todas las demás.

**Materialismo:** La creencia de que las metas más importantes de los seres humanos son la adquisición de la riqueza, la acumulación de bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro del bienestar en general .

Una analista condensa las perspectivas críticas de la siguiente manera: El carácter comercial de la televisión tiene que considerarse en varios niveles: como:

- > La elaboración de programas con fines lucrativos en un mercado conocido como canal publicitario.
- > Como una forma cultural y política indirectamente determinada de dependientes de las normas de la sociedad capitalista, que vende tanto bienes de consumo, como una forma de vida basada en ellos.

<sup>10</sup> Rok each, 1997, p 2



El tema de la integración de la televisión en la vida cotidiana sigue siendo uno de los menos explorados empíricamente a pesar de ser uno de los aspectos más discutidos teóricamente por la corriente de los estudios culturales. Morley, por ejemplo, señala que dentro de los patrones establecidos y sistemáticos de la vida doméstica de la mayoría de la gente, los textos y las tecnologías de la comunicación y la información están crucialmente involucradas en la administración del tiempo, en la administración de la división del trabajo, y en la creación y mantenimiento de las relaciones sociales y las identidades individuales.

Morley agrega que para los estudios de audiencia el principal reto descansa en nuestra habilidad de reconocer la relación entre los televidentes y el aparato de TV de acuerdo a como son mediados por las determinaciones de la vida cotidiana -y por el involucramiento diario de las audiencias con todas las otras tecnologías en juego en la conducta de la comunicación mediada cotidianamente<sup>11</sup>.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

<sup>11</sup> Morley, 1992. P.197

### **III.3.1.- Lo que necesitan los medios para que la gente los pueda ver y creer en ellos**

La importancia de la televisión de todos los integrantes de la sociedad están relacionadas con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite. La sociedad tiene el derecho a la información basada en la verdad, la libertad, la justicia y la solidaridad.

Son los programas de debate y análisis político los que se ocupan de la realidad y sus problemas actuales. Transmisiones que se han convertido en una oferta televisiva que goza de la singular prerrogativa de permanecer al aire aun cuando las mayorías televisivas, las que dejan buenos dividendos, prefieren otras opciones.

Los medios de información, cuyo objetivo debería ser alimentar el debate público, exponer la corrupción, iluminar asuntos sociales importantes y facultar la participación ciudadana, optan, en su mayoría, por el sensacionalismo y las ventas. Los productores aseguran que para crear sus programas no necesitan más armas que su propia intuición y se adhieren a los formatos de los estadounidenses porque sólo ellos entendieron la televisión en "su verdadera dimensión. Los reporteros, que deberían denunciar abusos de poder, son ellos mismos víctimas del escrutinio por parte de las personas a quienes monitorean. Y, a grandes rasgos, el público es cada vez menos capaz de advertir la diferencia entre la noticia y la dramatización de la misma y entre noticia y propaganda pagada.

Para la percepción de contenido de un mensaje. Si su función evidente es la de entretener un aire confiado y ameno apropiado para tal función; si es un locutor de noticias, debe tener un aire apropiado de autoridad, presteza y confiabilidad. Cualquiera que sea su función debe ser visto como creíble en ese contexto, porque su mensaje será visto en los términos de una credibilidad básica.<sup>12</sup>

En México, ni la televisión comercial ni la educativa emplean procedimientos para promover la participación del público en cuanto a la elaboración de programas, selección de temas etc. Es digno de mención que la enorme riqueza y diversidad cultural de México no se haya difundido a través de programas con verdadero valor educativo que muestre nuestras tradiciones, costumbres, creencias, para que nos ubiquen en la realidad y nos muestren el papel que jugamos dentro de la dinámica social.

---

<sup>12</sup> J.P. Baguley, SW Duck, pag 55

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **III.3.2.- Limitaciones técnicas en los medios electrónicos**

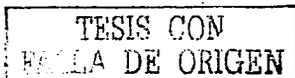
Quando hablamos de globalización, se piensa en un conjunto de relaciones económicas, políticas y sociales que han modificado sustancialmente a la estructura mundial. Donde más claramente se nota estos cambios son en los medios masivos de comunicación, a partir de los avances tecnológicos y de las modificaciones políticas y económicas operadas en el nivel mundial. Mensajes masivos, uniformes, estandarizados son recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Esto provoca que la función originaria de la comunicación social, la de transmitir los mensajes generados por miembros de una comunidad, se deforme.

Hoy sabemos que las tecnologías y los programas no serán la varita mágica para solucionar nuestros problemas, pues la solución que puedan dar dependerá en gran medida de lo que hagamos o dejemos de hacer los usuarios de estas tecnologías de la información.

En un curso de estudios de televisión, planeado para alumnos de quince años en escuelas interdisciplinarias, Masterman desarrolló un ejercicio de simulación realizando aspectos del periodismo televisivo. Habiendo adquirido primeramente ciertas habilidades básicas de producción. A los estudiantes se les concede un corto periodo de tiempo para preparar un boletín de televisión sobre noticias y temas de actualidad. Las presiones del periodismo televisivo cotidiano y de la hora límite para la transmisión en vivo aparecen integradas cuidadosamente en la agenda de simulación, y en el ejercicio se hacen prontamente visibles las habilidades y los inevitables partidismos provocados por las exigencias de la situación de televisión. Los tipos de debate han fueron resumidos de la siguiente manera:

1. ¿Nos presentan las noticias una descripción precisa de cómo es el mundo real?
2. ¿Por qué los hechos desagradables, extraños o excitantes juegan un papel tan importante en las noticias?
3. ¿Cómo consigue la televisión que sus noticias parezcan más dramáticas y excitantes?
4. ¿Cómo son presentados en televisión los hechos que puedan ser muy largos y complicados de explicar?
5. ¿Hasta dónde se da preferencia a ciertos relatos porque poseen un fuerte atractivo visual?
6. ¿Cómo es presentada cada noticia en la transmisión para obtener un máximo impacto?

Nota: Los resultados de tal enfoque no quedaron restringidos a la enseñanza de grupos de estudiantes de mayor edad.

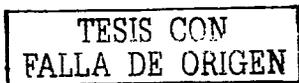


### III.3.3.- Funciones y responsabilidades de un comunicador

El primer deber de la prensa es obtener la comprensión más rápida y más correcta de los sucesos del día y al revelarlos sin demora. El periodismo tiene cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir. Extender la noticia es el fin primordial del periodismo, sin las noticias los individuos que forman la sociedad carecerían del sentido de identidad sin el cual no es posible la creación de leyes formales e informales. Por lo tanto, el periodismo moderno se encarga de que además del anuncio de los hechos, de los acontecimientos o de las teorías, el lector, radioescucha o televidente obtenga también una explicación, antecedentes, interpretaciones y diagramas. Todo ello tiene el propósito de ayudar a la gente a *comprender* mejor el significado de lo que lee o de lo que escucha. El deber del periodista es presentar la verdad hasta donde le sea posible alcanzarla.

El punto nodal en México no consiste únicamente en el hecho de que la industria de la televisión no conoce de ética televisiva, sino —más grave aún— que no ha querido saber sobre el tema: se rige hasta el momento por la regla del mayor beneficio al menor costo posible. Es verdad que se han realizado esfuerzos aislados por parte de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión para dotar de un código de ética a la industria del ramo; sin embargo, se ha tratado en realidad de un trabajo que cumple las veces de un cometido formal, pero sin efectos prácticos en sentido alguno.

Todo estudio que procure mejorar las formas en que pueda ser usado un medio de comunicación deberá encarar las cuestiones éticas de control de medio y la posibilidad de que pueda cometerse abuso a ciertas técnicas de presentación particularmente efectivas. Las estrategias de presentación afectan subliminalmente al espectador de televisión.



### III.3.4.- Propuestas de los televidentes para mejorar la calidad de los noticieros

En las preguntas sobre el tipo de información que deben dar los noticieros, nuestros entrevistados hicieron la siguiente elección de acuerdo a la clasificación temática que se les sugirió:

El 19.5% cree que los noticieros deben darle prioridad a toda la información, esto implicaría darle el mismo tiempo y espacio a notas de espectáculos como de nota roja, por ejemplo. En cambio, el 18.1% opinó que la información de Política y Economía es la de prioridad. Llama la atención que el 13.3% de los votos hayan sugerido que información sobre Ecología sea prioritaria en los programas de noticias, lo cual es una clara preocupación por los asuntos relacionados a la naturaleza, sobre todo considerando la época de incendios y de lamentables inundaciones que sufren algunas zonas del país. Cultura/Espectáculos y Problemas sociales obtuvieron el 12.8 y 12.4% de los votos, respectivamente. Esto, por un lado, confirma la importancia de la industria del entretenimiento y, por otro, la preocupación por los conflictos relacionados con el trabajo, la vivienda, los servicios, entre otros. El 11.3% opinó que los Deportes deben ocupar un buen espacio en las noticias y el 5.8% piensa que la Nota roja es lo más importante; este último porcentaje es interesante, ya que obliga a creer que lo que menos quiere la gente ver por televisión es violencia cotidiana provocada por asaltos, accidentes, homicidios, etc.

¿Qué tipo de información deben dar los noticieros?



Cabe mencionar que los resultados muestran preferencia sobre cierto tipo de información, éstos son muy cerrados y la diferencia porcentual es de una décima en promedio, lo cual nos permite pensar que la sociedad desea mantenerse informada en todos los ámbitos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Los medios deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida. Establecen qué es lo correcto y qué es lo incorrecto, y deciden cuáles son los hechos importantes y trascendentes del mundo. Para evitar esta situación es indispensable un cambio de conciencia, hay que tener una responsabilidad social sobre los mensajes que provienen de los medios.

La presentación de la información televisada puede tomar cualquiera de las siguientes formas:

- Prever información reciente
- Exponer diferentes puntos de vista
- Crear interés
- Dirigir la atención hacia ciertos aspectos

La televisión conduce ideas, no las crea. La planeación cuidadosa del contenido y la secuencias de las lecciones son factores esenciales.

## IV.-PRODUCCIÓN

### IV.1.- Presupuesto

<b>ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES PLANTEL ARAGÓN</b>		
<b>PRESUPUESTO</b>		
Título de la película: "El manejo de la información en los noticieros de televisión"		
Rodaje: 5 días		
Duración 22'		
Director: Martha Cervantes		
Productor Nuviad García		
Locaciones: 4		
Inicia: julio 1998		
Termina: abril 1999		
<b>RESUMEN PPRESUPUESTAL</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
Fotocopias		100.00
Hojas		80.00
Viáticos		600.00
Comidas		300.00
Diskets		60.00
C.D.		120.00
Vehículos		400.00
Material de imagen		1,250.00
Edición		5,000.00
<b>GRAN TOTAL</b>		<b>7,910.00</b>

#### IV.2.- Calendario de grabación

DICIEMBRE DE 1998

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
						Entrevista a Alejandro Rico 19 de diciembre
	Entrevista a Raúl Jardón 21 de diciembre		Entrevista a Gloria Jiménez 23 de diciembre			

ENERO 1999

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
						SONDEOS 16 de enero
						SONDEOS 30 de enero

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

MARZO DE 1999

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
						Entrevista a Guillermo López 13 de marzo

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### **IV.3.- Guía de entrevistas**

**Gloria Jiménez** (Productora asociada del noticiario "Hechos de la Mañana")

- 1.- ¿Qué es un noticiero?
- 2.- ¿Qué función social debe de tener un noticiero?
- 3.- ¿Qué elementos integran un noticiero?
- 4.- ¿Cuál era el objetivo de un noticiero matutino?
- 5.- ¿La estructura informativa con la que inician los noticieros es la misma?
- 6.- ¿Con qué secciones cuenta un programa de noticias?
- 7.- ¿Cuál es el perfil del espectador de los noticieros matutinos?
- 8.- ¿Considera que se manipula la información en la televisión?
- 9.- ¿Dentro del noticiero cuál es la función de un comunicador?
- 10.- ¿Qué elementos se toman en cuenta para que una nota salga al aire?
- 11.- ¿Quién decide cuáles notas salen?

**Alejandro Rico** (Jefe de información del noticiario "Hechos de la Mañana")

- 1.- ¿Cuál es la cobertura de los espacios informativos?
- 2.- ¿Cuáles son las secciones con las que cuenta un programa de noticias?
- 3.- ¿Cómo es la estructura de un noticiero?
- 4.- ¿Cuál es el perfil del espectador de los noticieros matutinos?
- 5.- ¿Cuál es la línea editorial que debe seguir un noticiero?
- 6.- ¿Cuál es la función social de un comunicador?
- 7.- ¿Qué elementos se toman en cuenta para que una nota salga al aire?
- 8.- ¿Cuál es la relación y el lenguaje que se utiliza entre el noticiario y el público?
- 9.- ¿Quién decide cuáles notas salen?
- 10.- ¿Con qué criterios se elige una nota?
- 11.- ¿En función de qué o quién se modifica la información?

**Raúl Jardón** (Comentarista de Radio Educación)

- 1.- ¿Qué es un noticiero?
- 2.- ¿Qué función social debe de tener un noticiero?
- 3.- ¿Qué elementos integran un noticiero?
- 4.- ¿Con qué problemas de información se enfrenta un programa informativo?
- 5.- ¿Ha evolucionado la calidad informativa dentro de los espacios informativos?
- 6.- ¿Qué propuestas hay para encaminar a los noticieros hacia un periodismo real?

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Guillermo López** (*Director de Comunicación Social de Sepomex*)

- 1.- ¿Qué es un noticiario?
- 2.- ¿Qué función social debe de tener un noticiario?
- 3.- ¿Qué elementos integran un noticiario?
- 4.- ¿Con qué problemas de información se enfrenta un programa informativo?
- 5.- ¿Ha evolucionado la calidad informativa dentro de los espacios de los noticiarios?
- 6.- ¿Qué propuestas hay para encaminar a los noticiarios hacia un periodismo real?

### **SONDEOS**

- 1.- ¿Por qué medio se mantiene informado?
- 2.- ¿Qué noticiario de televisión ve?
- 3.- ¿Qué función social debe cumplir un noticiario?
- 4.- ¿Ha evolucionado la calidad informativa en los noticiarios de televisión?
- 5.- ¿Consideras que los noticieros matutinos cumplen o no con la función de informar y proporcionar herramientas de crítica?
- 6.- ¿Considera que son objetivos en la información?
- 7.- ¿En función de qué o quién crees que modifican la información?
- 8.- En cuanto a la información de periódicos, radio y televisión, ¿cuál piensas que es mejor con respecto a la información que te brindan?
- 9.- ¿Qué cambios consideras que deberían hacerse para que los programas de comunicación cumplan con la función de informar?

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

#### **IV.4.- Escaleta**

- 1.- SI de logo de ENEP Aragón
- 2.- Int/cabina de grabación. Pablo Latapí se encuentra en cabina para grabar el teasser del noticiero.
- 3.- Collage de imágenes que describen la forma en la que se realiza un noticiero.
- 4.- SI "Cómo se hace un noticiero...Noticias en televisión
- 5.- Int/estudio. Pablo y Ana saludan y presentan programa de televisión.
- 6.- Int/sala. Alejandro describe el significado de un noticiero.
- 7.- Ext/calle. Se pregunta a público por qué medio se mantiene informado.
- 8.- Ext/calle. El público responde a la pregunta qué es un noticiero.
- 9.- Int/sala. Alejandro. Da una breve definición del noticiero.
- 10.- Ext/calle. Sondeo al público responde a la pregunta por qué medio se mantiene informado y que noticiero de televisión ve.
- 11.- Int/oficina. Raúl nos explica qué es un noticiero, cuál es su función social y la diferencia que existe entre un noticiero de televisión y los periódicos.
- 12.- Int/sala. Gloria. Comenta el objetivo de un noticiero y su función social.
- 13.- Ext/calle. Guillermo. Señala cuándo un noticiero genera crítica en la información.
- 14.- Int/sala. Gloria. Indica la diferencia que existe entre un noticiero estatal y uno privado.
- 15.- Ext/calle Guillermo. Define la estructura de un noticiero.
- 16.- Int/sala. Alejandro. Señala cuáles son las secciones con las que cuenta un noticiero de televisión.
- 17.- Int/sala. Gloria. Resalta la importancia de la información de acuerdo a su relevancia.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

- 18.-** Ext/calle. Sondeo. Personas responden a la pregunta qué noticiario de TV ve.
- 19.-** Int/sala. Gloria. Explica la diferencia que existe en los diferentes horarios de transmisión de un noticiero y el tipo de información que se transmite.
- 20.-** Int/sala Alejandro. Da una breve definición de lo que es la línea editorial
- 21.-** Ext/calle. La gente responde ¿sabe qué es una línea editorial?  
Entrevista con Guillermo. Explica el concepto de línea editorial.
- 22.-** Int/sala. Alejandro. Comenta cómo se da la censura y autocensura en la información de los medios de comunicación.
- 23.-** Int/sala. Gloria. Indica quién es el responsable de supervisar la información antes de salir al aire.
- 24.-** Ext/calle. Guillermo. Subraya cómo se llega a manipular la información.
- 25.-** Int/sala. Gloria. Comenta quién es la persona que decide qué notas salen al aire y quién las supervisa.
- 26.-** Ext/calle. Guillermo. Habla de la manipulación y censura en las notas informativas.
- 27.-** Int/oficina. Raúl. Comenta el papel fundamental de los directivos y de los dueños de los medios.
- 28.-** Ext/calle. Sondeos. Televidentes responden a la pregunta ¿Considera que en los medios de comunicación existe censura
- 29.-** Int/oficina. Raúl. Señala la importancia que tienen los periodistas en los medios de comunicación.
- 30.-** Ext/calle. Guillermo. Se refiere a la censura que se aplica a la información de los periodistas.
- 31.-** Int/sala. Alejandro. Comenta la importancia de quitarse la autocensura.
- 32.-** Int/oficina. Raúl. Indica los problemas que tienen los reporteros en el medio al enfrentarse con los directivos, en el sentido de censurar la información.
- 33.-** Int/sala. Alejandro. Comenta el papel que tiene el televidente en los medios informativos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- 34.- Int/oficina. Raúl. Resalta la evolución en los medios impresos y electrónicos después del 1968.
- 35.- Int/sala. Gloria. Expresa los cambios que se han dado en los noticieros de televisión, en cuanto a la transmisión de información.
- 36.- Int/oficina. Raúl. Se refiere a los cambios que deben existir en los medios electrónicos para satisfacer las necesidades del auditorio.
- 37.- Ext/calle. Sondeos. Espectadores responden a la pregunta ¿Qué espera de un noticiero de TV?
- 38.- Int/sala. Alejandro. Se refiere a la relación que existe entre la imagen y la información que se transmite.
- 39.- Int/sala. Gloria. Resalta la importancia que tienen la imagen en un noticiero de televisión.
- 40.- Ext/calle. Sondeos. Espectadores contestan si ¿Considera que existen buenos conductores de tv?
- 41.- Int/sala. Alejandro. Se refiere a los conductores de televisión la importancia que representa para un noticiero de televisión.
- 42.- Ext/calle. Guillermo explica la relevancia que tiene el conductor en un programa de televisión.
- 43.- Int/sala. Alejandro. Señala la relación entre conductor y espectador.
- 44.- Int/sala. Gloria. Se refiere a las opiniones de un conductor de televisión y la diferencia entre un comentarista especializado en algún tema.
- 45.- Ext/calle. Guillermo. Indica el trabajo de un noticiero y su objetivo principal.
- 46.- Int/oficina. Raúl. Señala cómo se da la crítica en un programa televisivo y las limitaciones que ésta tiene.
- 47.- Ext/calle. Sondeo. Responde a la pregunta ¿Considera que hay objetividad en los medios de comunicación?
- 48.- Int/oficina. Raúl. Resalta la necesidad de un cambio en los periodistas y en el espectador
- 49.- Int/sala. Alejandro. Expresa su punto de vista sobre cómo debería ser un noticiero de televisión.
- 50.- Int/sala. Gloria. Explica el deber del realizador de un programa de noticias.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**51.- Ext/calle. Guillermo. Da a conocer lo que se necesita para un periodismo real, fuerte, consistente, capaz y que resuelva las expectativas o necesidades del espectador.**

**52.- Ext/calle. Sondeo. Lo que quiere el espectador de un programa informativo.**

**53.- collage de imágenes relacionadas de elaboración de un noticiero.**

**54.- SI Créditos.**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

IV.5.- Guión técnico

TOMA	VIDEO	AUDIO
1	<p><b>FADE IN</b></p> <p>S.I. Logo ENEP ARAGÓN</p> <p>CD A</p>	<p><b>FADE IN</b></p> <p><b>Voz off:</b></p> <p>La Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, presenta:</p> <p><b>Desaparece voz</b></p>
2	<p>MS de Pablo Latapi</p> <p>CD A</p>	<p>Latapi: Presenta programa</p> <p><b>Entra música/plantea/desaparece</b></p>
3	<p>Collage de imágenes</p> <p>CD A</p>	<p><b>Voz off:</b></p>
4	<p>S.I. del título del programa</p> <p>CD A</p>	<p>¿Cómo se hace un noticiero...Noticias en televisión?</p> <p><b>Desaparece voz off</b></p>
5	<p>Two shot a Pablo y Ana</p> <p>CDA</p>	<p>Pablo y Ana Buenos días...espacio</p>
6	<p>Int-sala-MCU de Alejandro Rico</p> <p>CD A</p>	<p><b>Alejandro:</b> Un noticiero es el contenido más importante que se genera en un país a nivel mundial.</p>

7	Ext-calle-Sondeo  CD A	<b>Público:</b> Responde a la pregunta por qué medio se mantiene informado
8	Ext-calle- Sondeo  CD A	<b>Público:</b> Responde a la pregunta qué es un noticiero
9	Int-oficina-MCU de Raúl Jardón  CD A	<b>Raúl:</b> Es un servicio a través del cual...
10	Collage de imágenes FS de estudio de televisión Tight shot carrete Two shot switchers Full shot de estudio  CD A	<b>Voz off de Raúl:</b> ...se da a conocer a la gente lo que pasa en México y el mundo; es un segmento dentro de la radio o de la televisión en la cual se recogen, se recopilan las informaciones del día, los comentarios que puedan haber acerca de esas informaciones y se dan a conocer de manera más o menos sencilla al público.
11	MS de Raúl   CD A	<b>Desaparece voz off</b>  <b>Raúl:</b> A diferencia de las notas o de los periódicos y las revistas, en radio y televisión los noticieros tienden a ser más compactos. Es su deficiencia, digámoslo así, porque no pueden presentar toda la información que te da una nota en la prensa escrita.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

12	Int-sala-MCU de Gloria Jiménez	<p><b>Gloria:</b> Como función social creo que es el de informar, el ser veraz, oportuno, objetivo y no se deben hacer juicios de valor. Creo que la labor y la función es primordialmente informar, tratar de ser lo más veraz, investigar a trasfondo totalmente lo que es la noticia, pero sin dar juicios propios de valor.</p>
	CD A	
13	Ext-calle-MCU de Guillermo	<p><b>Guillermo:</b> Un noticiero genera crítica cuando se acerca a la verdad.</p>
	CD A	
14	Int-sala-MCU de Gloria Jiménez	<p><b>Gloria:</b> La diferencia que hay entre un noticiero estatal y uno privado es que cuando es estatal es una información muy limitada porque está supervisada por Gobernación y cuando es privada tiene la misma supervisión, pero tiene más libertad de expresión.</p>
	CD A	
15	Ext-calle-MCU cargado a la izquierda de Guillermo	<p><b>Guillermo:</b> La estructura de un noticiero, con algunas variables, es muy parecida a la de algunos periódicos.</p>
	CDA	
16	Collage de imágenes MCU señor escribiendo en computadora Paneo-izq-persona escribiendo FS oficina Travel in-persona escribiendo MS mujer escribiendo en computadora CD	<p><b>Voz off de Guillermo:</b> Tiene un director de noticias, uno o dos subdirectores, un jefe de redacción, un jefe de información, un grupo de reporteros, quienes se reparten las fuentes de información, una sección de deportes y una cultural.</p>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

17	Int-sala- MCU a Alejandro Rico  CD A	<b>Alejandro:</b> El noticiero está compuesto por secciones, igual que un periódico.
18	Collage de imágenes FS oficina Over shoulder persona escribiendo Two shot-oficina- personas leyendo Tigh shot mano agarrando mouse MCU mujer escribiendo en computadora Over shoulder de mujer escribiendo  CD A	<b>Voz off de Alejandro:</b> Tiene su sección de notas internacionales, información nacional, financiera, de estados, espectáculos y su sección de hasta entretenimiento en algunos noticieros.
19	Int-sala-MCU de Gloria  CD A	<b>Gloria:</b> La noticia tiene que ser del día, generalmente la nota, la mejor nota es la del día, llámese el asalto de un banco, un incendio.
20	Ext-calle-sondeo  CD A	<b>Sondeo:</b> Personas responden a la pregunta qué noticiero de TV ve.
21	Int-sala-CU de Gloria    CD A	<b>Gloria:</b> Yo siento que si hay diferencia entre un noticiero matutino, vespertino y un nocturno. En primer instancia se hace un estudio socioeconómico; tienes que saber el horario en que lo transmites.  En la mañana un noticiero que empieza a las 06:30 de la mañana, es un noticiero que lo ve el de la oficina, un funcionario público, lo ve la gente que se va a trabajar a la oficina, una maestra, maestro, o sea, un obrero no lo ve, una ama de casa no lo ve, son notas más suaves, más light.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

22	<p>Collage de imágenes</p> <p>MCU-secretaria en oficina MS-señor cruzando calle FS de personas en la calle MS maestra en salón de clases Detalle-pies cruzando calle FS de supermercado MS de señora comprando verduras MCU de señor agarrando papas Pannig derecha a monitores Tigh shot de monitores en un estudio Till dow, cámara zoom de conductora Over shoulder de editor FS de personas en edición Travelin de switcher SF de cabina de edición Over shoulder de editor y monitores MCU de camarógrafo Over shoulder, camarógrafo Tigh shot de monitor de TV Over shoulder de camarógrafos/fondo conductores FS de estudio de TV MCU de conductor de TV FS de oficinas de redacción Plano detalle de manos escribiendo en computadora FS de auto chocado Tigh shot de parabrisas de auto chocado FS de persona herida tirada en el piso</p> <p>CD A</p>	<p><b>Voz off de Gloria</b></p> <p>El horario más fuerte de transmisión de un noticiero es el de las 07:30 de la mañana. Es antes de que el trabajador salga de su casa rumbo a su trabajo. En la tarde es un noticiero que trae la información más relevante que se haya generado en el transcurso de la mañana, esa es la información que se da a esa hora; la gente va a comer o está comiendo. Y en la noche ya es el conjunto de información a todo el público, es cuando la gente se va a descansar, por eso los horarios de los noticieros son tan tarde; después de las 10:00 de la noche.</p> <p>Si hay diferencia en cuanto al horario, el tipo de información que debes de meter Cambiar la redacción, meter imágenes más fuertes. Después de las 10:00 de la noche ya puedes meter un poquito de sangre -por así decirlo- si hay notas que así lo ameritan en la edición. Y en la mañana no, porque imagínate si estás desayunando y metes un ensangrentado, bombardeado, descuartizado, es bastante grotesco y en la noche sí.</p>
23	<p>Int-sala-CU de Alejandro Rico</p> <p>CD A</p>	<p><b>Alejandro:</b></p> <p>Toda empresa tiene una línea editorial, toda empresa tiene un momento de censura o sabe qué es lo que no debe de manejar o qué es lo que va en contra de sus intereses o en contra del interés de terceros que puedan afectar y al mismo tiempo le afecta a ellos.</p>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

24	Ext-calle-sondeos  CD A	<b>Sondeo:</b> La gente responde ¿sabe qué es una línea editorial?
25	Ext-calle-MCU de Guillermo  CD A	<b>Guillermo:</b> La línea editorial, no sólo en un noticiero, sino en todos los medios informativos, lo marca la dirección. Es el punto en el que el medio opina sobre si está bien o está mal determinado medio.
26	Int-sala-MCU de Alejandro Rico  CD A	<b>Alejandro:</b> Lo marca cada empresa y todos la tienen, aparte de la autocensura que uno mismo tiene, de expresar ciertas palabras, no escribirlas.
27	Int-sala-CU de Gloria Jiménez  CD A	<b>Gloria:</b> El director de información es el que decide qué notas van y qué no va, siempre y cuando las notas, si son políticas, si son notas muy fuertes, si de alguna manera se está afectando la reputación de una dependencia gubernamental, de algún secretario o de algún funcionario público, siempre tienen que irse supervisadas.
28	Ext-calle-MCU de Guillermo  CD A	<b>Guillermo:</b> No es manipulación, es el sello que le imprime el noticiario a través de su dirección sobre el tono, la interpretación que ellos tienen de determinados acontecimientos, de determinadas corrientes políticas, de determinadas ideas que están en el escenario del momento.

29	Ext-oficina-MS de Raúl Jardón  CDA	<b>Raúl:</b> El papel fundamental de los medios sigue estando en los directivos, y a través de ellos, en los dueños de los medios.
30	CU de EZPL.  CDA	<b>EZPL:</b> El Estado...medios de comunicación
31	Ext-calle-sondeos  CDA	<b>Sondeo</b> Responden a la pregunta ¿Considera que en los medios de comunicación existe censura?
32	Int-oficina/MS con zoom a MCU de Raúl.  CDA	<b>Raúl:</b> Los periodistas tenemos que buscar ser objetivos, es decir, reflejar los hechos tal cual son, pero es absurdo que pretendamos ser imparciales, nadie lo es. Lo negativo es la imparcialidad incluída por interés de obtener alguna ganancia política o económica...eso es lo negativo, pero no la imparcialidad en sí misma, que insisto, hasta inconscientemente se da.
33	Ext-calle-MCU de Guillermo  CDA	<b>Guillermo:</b> La censura más grave o la censura que realmente existe es la autocensura. El reportero por temor, por inhibición castiga su información.
34	Int-sala-MCU de Alejandro Rico  CDA	<b>Alejandro:</b> Lo que se necesita simplemente es quitarse la censura...nada más.

35	Int-oficina-MCU de Raúl Jardón	<p><b>Raúl:</b> El problema que tiene el reportero es más bien dentro del medio mismo, es decir, al enfrentarse con los directivos del medio. Puede uno de ellos objetar lo que dice, ya sea por intereses que le vengan de otro lado o puede ser por convicción sincera de que esa información no debe de salir.</p>
36	<p>CD A</p> <p>Ext-calle-sondeos</p> <p>CD A</p>	<p><b>Sondeo</b></p>
37	<p>Int-sala-MCU de Alejandro Rico</p> <p>CD A</p>	<p><b>Alejandro:</b> Ya el teleauditorio no es como hace unos años, era un ente sin capacidad de respuesta, no tenía una comunicación. Le daba miedo llamar a una televisora y decir sabe qué...está mal la información que nos están dando, es absurda, no creemos en ella. Ahora la mayoría de más gente se expresa.</p>
38	<p>Ext-calle-sondeos</p> <p>CD A</p>	<p><b>Sondeo</b></p>
39	<p>Int-oficina-MS de Raúl Jardón</p> <p>CD A</p>	<p><b>Raúl:</b> La calidad informativa en los medios se ha venido superando, sobre todo a partir de 1968</p>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

40	<p><b>Collage de imágenes</b></p> <p>FS de cabina de edición  Paning izq. Máquina de una pulgada  FS de sala de redacción  Over shoulder de señor acomodando  papel en máquina  Tigh shot de pantalla de computadora  Travel izq de persona escribiendo</p> <p>CD A</p>	<p><b><u>Voz off de Raúl</u></b>  Antes del 68 los medios eran de lo más uniforme que se pueda hablar, es decir, el panorama era gris. Todos decían exactamente lo mismo, sólo variaban las palabras en la forma de decirlo, salvo pequeñísimas excepciones. A partir de 1968 el reclamo de la sociedad, en este caso el de los estudiantes, que ponen en tela de juicio el papel de los medios con el famoso grito de "prensa vendida", obliga un cambio paulatino en éstos.</p>
41	<p>Int-oficina-MS de Raúl Jardón</p> <p>CD A</p>	<p><b><u>Raúl:</u></b>  ¿Cómo se da ese cambio? Se da a través de muy distintas formas. En primer lugar el que la gente, la sociedad ya no admite a los medios como los portadores de la verdad, pone en duda todo lo que los medios dicen.</p>
42	<p>Int-sala-MCU de Gloria Jiménez</p> <p>CD A</p>	<p><b><u>Gloria:</u></b>  La información está menos mutilada, es un poco más veraz. Se habla más de política, la noticia de antes era más apolítica y ahora no. Ahora si alguien mata en el aspecto político o que hay mucha corrupción, lo dicen.</p>
43	<p>Int-oficina-MS de Raúl Jardón</p> <p>CDA</p>	<p><b><u>Raúl:</u></b>  Se necesita una búsqueda de cambio conjunto, de una evolución del público y una evolución del medio electrónico, o sea, que pase un poco lo que ha pasado con los medios impresos, es decir, que la exigencia de un público cada vez más atento, cada vez más consciente quería más de los medios impresos y éstos tuvieron que cambiar.</p>

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

44	Ext-calle-sondeos  CD A	<b>Sondeo</b> ¿Qué espera de un noticiero de TV?
45	Int-sala-CU de Alejandro Rico	<b>Alejandro:</b> Ahora lo que se busca en cada una de las notas informativas es, o la imagen te da el sentimiento para que la gente se quede a ver lo que está viendo en televisión, o el redactor —cuando la imagen no es suficiente— es el que te va a dar ese sentir a través de las letras, a través de su escritura.
46	Int-sala-MCU de Gloria Jiménez  CD A	<b>Gloria:</b> La televisión en noticias es imagen, los noticieros en televisión, si no tienen imagen, no es un buen noticiero, o sea, puede estar perfectamente bien redactada una nota, pero si no tiene imagen no me dice nada.
47	Ext-calle-sondeos  CD A	<b>Sondeo:</b> ¿Considera que existen buenos conductores de tv?
48	Int-sala-CU de Alejandro Rico   CDA	<b>Alejandro:</b> De conductores es de lo que está careciendo la televisión mexicana en todos los aspectos. No hay conductor que esté bien preparado, y si los hay, son muy pocos. Es mínimo el que verdaderamente se prepara. Ahora más bien parece que son lectores de noticias, y que son muy mal lectores de noticias. En primera no leen bien la información que les corresponde, y es la que van a transmitir al público.

49	Ext-calle-MCU de Guillermo  CD A	<b>Guillermo:</b> Es muy difícil personalizar una tarea, como la conducción de un programa de televisión. Lo más importante, lo ideal, lo deseable en un noticiario es que un conductor tenga la información periodística.
50	Int-sala-MCU de Alejandro Rico  CD A	<b>Alejandro:</b> La participación del conductor sujeta más al público al televisor.
51	Int-sala-MCU de Gloria Jiménez  CD A	<b>Gloria:</b> No puede emitir un juicio personal porque son conductores de noticieros, no son comentaristas propiamente de fútbol. Un comentarista de fútbol sí puede dar su propio juicio personal, pero en los noticieros no porque manejan información muy delicada.
52	Ext-calle-MCU de Guillermo  CD A	<b>Guillermo:</b> En el noticiario todos son comunicadores, desde el realizador de imagen hasta el conductor. El trabajo de un noticiario es un engranaje, es informar, servir a la sociedad con información.
53	Ext-calle-sondeos  CDA	<b>Sondeo</b>

54	Int-oficina-CU de Raúl Jardón	<p><b>Raúl:</b> Los medios televisivos tienen más problemas para ofrecer esas cuestiones de la crítica, por las propias cuestiones en las que se hace un programa televisivo. Del tiempo, de la necesidad de tener imagen y no sólo texto, etc. tiene una riqueza y una posibilidad de penetración mayor, pero al mismo tiempo tienen limitaciones técnicas, no sólo en los medios. El que el público televisivo tenga interés en ese tipo de programas. Aquí hay una doble cosa, esa voluntad del medio electrónico televisivo, en este caso para hacerlo, pero también se necesita que del público haya receptividad para ello.</p>
	CD A	
55	Ext-calle-sondeo	<p><b>Sondeo:</b> ¿Considera que hay objetividad en los medios de comunicación?</p>
	CD A	
56	Int-oficina-CU de Raúl Jardón	<p><b>Raúl:</b> Los medios cambian en la medida en que la sociedad exija el cambio y en la medida en que los periodistas y los medios estén dispuestos a hacer ese cambio. Lo ideal no es una búsqueda de una falsa imparcialidad, sino de la objetividad.</p>
	CDA	
57	Int-sala-CU de Alejandro Rico	<p><b>Alejandro:</b> Yo siento que no hace falta que se abran más espacios para estos noticieros, más bien se necesita enfocar más el noticiero hacia más necesidades.</p>
	CDA	
58	Int-sala-MCU de Gloria Jiménez	<p><b>Gloria:</b> Tu labor es informar, investigar... dar a conocer. Yo presento y que el propio teleespectador haga su propio juicio de valor y cree conciencia.</p>
	CDA	

59	Ext-calle- MCU de Guillermo  CD A	<b>Guillermo:</b> ¿Qué se necesita para un periodismo real, para un periodismo fuerte, consistente, capaz, que resuelva nuestras expectativas o necesidades? Es un periodismo que tenga siempre como materia prima la información. Que siempre esté buscando la verdad, que siempre esté trabajando por investigar, por ahondar, por acercarse a la verdad, y la única forma de hacerlo es con la herramienta de la información.
60	Int-oficina-CU de Raúl Jardón  CD A	<b>Raúl:</b> Lo que se requiere es darle más voz a la sociedad. Todos sabemos que muchas veces los medios hacen la noticia y hay cosas que no les parece a los directivos de los medios, que sean noticia. Si yo fuera dirigente, director o funcionario de algún medio, lo que haría sería buscar precisamente la opinión de la gente, no necesariamente a través de estas cuestiones que ahora se estilan mucho, de la entrevista de la calle, etc...sino más bien buscar los problemas que a la gente le inquietan y tratar de darles respuesta a esos problemas, darle salida...darles voz.
61	Ext-calle-Sondeo  CD A	<b>Sondeo:</b> Que realmente...atole con el dedo
62	Collage de imágenes Disolvencia A:	<b>Entra música</b>
63	Entran créditos  FADE OUT	<b><u>Permanece música/plantea/desaparece</u></b>  FADE OUT

## GUIÓN DE EDICIÓN

CASSETTE	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
6	00:03'20'' 00:03'30''	Logotipo de la ENEP Aragón	10''
5	00:22'08'' 00:29'08''	Presenta programa Pablo Latapí	7''
6	00:20'06'' 00:26'06''	Voz off titulo del programa	6''
1	00:0'18'' 00:0'28''	Entrevista con Alejandro Rico. Definición de un noticiero.	10''
5	03:40'00'' 03:46'00''	Imagen Ana Lomeli y Pablo Latapí	6''
2	01:1'10'' 01:1'52''	Sondeo Por qué medio se mantiene informado y definición de un noticiero.	42''
3	00:0'12'' 00:0'56''	Entrevista con Raúl Jardón. Definición de un noticiero.	44''
1	01:0'38'' 01:1'02''	Entrevista con Gloria Jiménez. La función social de un noticiero.	24''
4	00:3'01'' 00:3'13''	Entrevista con Guillermo López. Función social de un noticiero	12''
1	01:1'21'' - 01:1'35''	Entrevista con Gloria. Diferencia de un noticiero estatal y uno privado	14''
4	00:1'39'' 00:2'09''	Entrevista con Guillermo Estructura de un noticiero	30''
1	00:0'29'' 00:0'43''	Entrevista con Alejandro. Secciones del noticiero.	14''

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

1	01:9'59" 01:10'05"	Entrevista con Gloria. Noticias en televisión.	6"
2	01:4'21" 01: 4'27"	Sondeo ¿Qué noticiero de TV ve?	25"
1	01:11'05" 01:11'40" 01:11'47" 01:12'27" 01:12'40" 00:12'56" 01:13'45" 01:14'16"	Entrevista con Gloria Horarios de transmisión en noticieros de televisión.	35" 40" 16" 31"
1	00:6'42" 00:6'59"	Entrevista con Alejandro Línea editorial	17"
2	01:6'59" 01:7'13"	Sondeo ¿Sabe qué es una línea editorial?	14"
4	00:2'30" 00:2'55"	Entrevista con Guillermo Línea editorial	25"
1	00:7'28" 00:7'35"	Entrevista con Alejandro Línea editorial	7"
1	01:6'22" 01:6'48"	Entrevista con Gloria Información en televisión	26"
4	00:6'08" 00:6'26"	Entrevista con Guillermo. Manipulación en la información.	18"
3	00:10'17" - 00:10'24"	Entrevista con Raúl Objetividad en los medios de comunicación	7"
7	01:8'26" 01:8'50"	Ernesto Zedillo	23"
2	01:8'50" 01:9'56"	Sondeo ¿Considera que en los medios de comunicación existe la censura?	1'16"
3	00:5'15" 00:5'48"	Entrevista con Raúl Censura en los medios de comunicación.	33"
4	00:2'39" 00:2'49"	Entrevista con Guillermo Censura en los medios de comunicación.	10"
1	00:10'38" 00:11'19"	Entrevista con Alejandro Autocensura	31"
3	00:12'00" 00:12'23"	Entrevista con Raúl autocensura	23

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

4	01:11'42'' 01:12'26''	Sondeo	44
1	00:12'26'' 00:12'42''	Entrevista con Alejandro Libertad de expresión	16''
4	01:12'42'' 01:13'37''	Sondeo	35''
3	00:6'04'' 00:6'12'' 00:6'36'' 00:7'24''	Entrevista con Raúl Libertad de expresión	8''  44''
1	01:2'56'' 01:3'24''	Entrevista con Gloria Información en los medios	28''
3	00:8'14'' 00:8'29''	Entrevista con Raúl Cambios en los medios de comunicación	15''
4	01:14'53'' 01:15'40''	Sondeo ¿Qué espera de un noticiero de televisión?	47''
1	00:20'40'' 00:20'59''	Entrevista con Alejandro Noticieros en televisión	19''
1	01:13'12'' 01:13'26''	Entrevista con Gloria Noticieros en televisión	14''
4	01:19'12'' 01:19'50''	Sondeo ¿Considera que existen buenos conductores en televisión?	38''
1	00:30'50'' 00:31'18''	Entrevista con Alejandro Conductores en televisión	28''
4	01:17'18'' 01:17'30''	Entrevista con Guillermo Conductores en televisión	12''
1	00:30'30'' 00:30'42''	Entrevista con Alejandro El papel del conductor en la televisión	12''
1	01:20'42'' 00:21'08''	Entrevista con Gloria El papel del conductor en la televisión	26''
4	00:18'08 00:18'23''	Entrevista con Guillermo Objetivo de los medios de comunicación	15''
4	01:33'23'' 01:33'41''	Sondeo	18''
3	00:18'41'' 00:19'26''	Entrevista con Raúl Cambios en los noticieros de televisión	45''

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4	01:40'26'' 01:41'08''	Sondeo	42''
3	00:20'08'' 00:20'49''	Entrevista con Raúl Cambios en los noticieros de televisión	41''
1	00:40'49'' 00:41'05''	Entrevista con Alejandro Propuesta para un mejor periodismo en los noticieros de televisión	16''
1	01:25'05'' 01:25'20''	Entrevista con Gloria Propuesta para un mejor periodismo en los noticieros de televisión	15''
4	00:28'20'' 00:28'47''	Entrevista con Guillermo Propuesta para un mejor periodismo en los noticieros de televisión	27''
3	00:20'47'' 00:21'29''	Entrevista con Raúl Propuesta para un mejor periodismo en los noticieros de televisión	42''
4	01:40'29'' 01:40'45''	Sondeo	16''

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CONCLUSIONES

De acuerdo al trabajo que realizamos, hemos llegado a la siguiente conclusión: los medios de comunicación social pueden engendrar cierta pasividad en los usuarios, haciendo de éstos, consumidores poco vigilantes de mensajes o de espectáculos. La mayoría ve noticias sólo para estar al tanto o para tener tema de conversación. Sin embargo, las noticias en general no son consideradas un insumo para tomar decisiones sobre lo que importa a los televidentes, ni para retroalimentar su cultura política, ni mucho menos para decidirse a realizar algún tipo de acción. Parece existir una separación tácita entre estar informado y participar en actividades ciudadanas.

Los noticieros de televisión, por un lado, pueden contribuir a la formación de individuos más cultos, mejor informados y más libres, pero por el otro, pueden servir para la difusión de una cultura superficial y rutinaria.

Como dice María Ester Perea de Martínez, en su libro "Conocer nuestro tiempo", los medios pueden ser artífices de una positiva renovación de la sociedad y abrir a la juventud mejores horizontes; pero todos estamos obligados a exigir que los mismos sean más responsables en el contenido de la información

Asimismo, se requiere de un comportamiento más ético y profesional de las empresas televisivas al informar y de los mismos actores políticos al actuar y ser fuentes de noticias. Es necesaria una verdadera estrategia de comunicación con la teleaudiencia, sustentada en acciones y planes creíbles, que permita a todos tener los insumos adecuados para pensar y tomar decisiones políticas, por una parte. Además, es indispensable una educación política que permita a los televidentes, a la sociedad en su conjunto, estar más conscientes de sus derechos y responsabilidades ciudadanas, específicamente frente a la información, para poder exigir a los diferentes emisores ese comportamiento ético y profesional, responsable y coherente con el derecho humano de todos: estar bien informados.

Finalmente, se requiere mucha más investigación sobre la interacción televisión-audiencia y sobre las diversas vinculaciones entre lo político, la política y los políticos, con la televisión y la información noticiosa.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **NOTA**

Cabe hacer notar que el título del video-reportaje no corresponde al título de la tesis, debido a que hubo cambios que se fueron dando durante la grabación del video. Se había planteado la necesidad de dar a conocer a nuestros espectadores como se llevaba a cabo la elaboración de un noticiario de televisión; sin embargo, el poco tiempo que teníamos para la terminación de éste y las entrevistas con las personas que intervienen directamente con los noticiarios de Televisa y TV Azteca no fueron posibles. Por ello, cambiamos el tema y se habló de lo que el público —en este caso el televidente— quiere ver en los noticiarios. Así como sus propuestas para mejorar el contenido de éstos.

Asimismo, deseamos destacar que el cambio de nombre en el video-reportaje ya no fue posible por cuestiones técnicas, como el tiempo en las salas de edición donde fue elaborado el video.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

# BIBLIOGRAFÍA

- QUIJADO SOTO MIGUEL ÁNGEL  
**LA TELEVISIÓN**  
MÉXICO EDT TRILLA, 1986  
67 PAG.
- VELARDE HERNÁN  
**EL REPORTAJE**  
LIMA, EDT. ARICA, 1979  
179 PAG.
- GONZÁLEZ ALONSO CARLOS  
**EL GUIÓN**  
MÉXICO, EDT. TRILLAS, 1990  
61 PAG.
- CBS NEWS  
**TÉCNICAS DE NOTICIAS EN TELEVISIÓN**  
MÉXICO, EDT TRILLAS, 1966  
763 PAG.
- AUTORES VARIOS  
**ENCICLOPEDIA DEL PERIODISMO**  
BARCELONA, EDT. NOGUER, 1966  
763 PAG.
- CASTAÑEDA YÁÑEZ MARGARITA  
**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA TECNOLOGÍA EDUCATIVA**  
MÉXICO, EDT. TRILLAS, 1979  
178 PAG.
- FERNÁNDEZ CHRISTRIEB FÁTIMA  
**LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA EN MÉXICO**  
MÉXICO, JUAN PABLOS EDITOR, 1982  
330 PAG.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN