

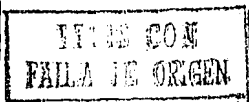
870124

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA DE PERIODISMO

172



PROPOSICION DE UN FORMATO NUEVO PARA EL NOTICIERO "AL TANTO"
EN GUADALAJARA

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

NOHEMI DEL CARMEN GONZALEZ ACENCIO

GUADALAJARA, JAL., JUNIO 1987



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 está 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.

I N D I C E

	Página
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I	
¿COMO VAMOS A ENTENDER LO QUE ES NOTICIA?.....	6
CAPITULO II	
LA NOTICIA POR TELEVISION.....	25
CAPITULO III	
ANALISIS DE LOS GENEROS Y FORMATOS PERIODISTICOS NACIONAL Y LOCAL.....	67
CAPITULO IV	
PROPOSICION DE UN FORMATO PARA EL NOTICIARIO "AL TANTO" - EN GUADALAJARA.....	138
CAPITULO V	
CONCLUSIONES GENERALES.....	187
BIBLIOGRAFIA.....	193

I N T R O D U C C I O N

Me gustaría poder transmitir lo apasionante que es adentrarse en el mundo de la información periodística, de la noticia, y analizar - los diferentes aspectos con que se presenta dependiendo del medio que - le da difusión.

Este aspecto (la presentación de las noticias) es en realidad lo que motivó la presente formulación de tesis, enfocada especialmente a la televisión.

El porqué de este estudio tiene su origen, es una inquietud - que despertara en mí desde que iniciaba la carrera de Ciencias de la Co - municación en la Universidad Autónoma de Guadalajara. Con los primeros conocimientos sobre lo que es noticia, su trascendencia e influencia en la sociedad, nacieron varias interrogantes. Cada uno de los medios de comunicación fueron desfilando ante estos conceptos tan reveladores, la prensa y la radio mostraron inmediatamente una gran ventaja sobre la te - levisión. Entonces surgió una pregunta obligada, ¿Qué estaba haciendo - el periodismo televisivo en Guadalajara? la respuesta fue la siguien - te: "un telediario mediocre" y de ínfima calidad.

Los motivos de este fenómeno los podemos encontrar en la te - sis del Licenciado Juan Francisco Martínez Rodríguez, "Problemas de las noticias por televisión en ocho ciudades de México".

Me intrigaba que en Guadalajara, que es considerada como la - segunda ciudad en importancia de la República Mexicana, no hubiera un - telediario que se preocupara en forma profesional, por mantener informa - da a la comunidad.

Fueron pasando los años y la televisión continuaba con un ser - vicio informativo mediocre: (1979-1984) se leían los encabezados de los periódicos ante las cámaras de televisión, la imagen de apoyo era incon

gruente y estática, esto es, el locutor aparecía a cuadro leyendo las cabezas de los diarios, mientras que en croma se ponía de adorno una imagen cualquiera. Ni soñar entonces con un periodismo televisivo, mucho menos trascendente y encauzador de la opinión pública.

En 1980, apareció "Dimensión 4"; un programa de noticias hecho por estudiantes de la UAG. El esfuerzo que se hizo fue bueno, pero presentaba el inconveniente de ser un programa completamente grabado y con información que ya había pasado de actualidad al momento de transmitirlo, que era el fin de semana.

Se hacían reportajes interesantes, pero aún distaba mucho de ser un programa que viniera a llenar el vacío que existía, ya que su contenido era historia; la noticia estaba excluida. Faltando la materia prima, el programa estaba destinado a desaparecer y así sucedió.

La idea de proponer un formato para presentar un programa de noticias que realmente cubriera las necesidades informativas de la ciudadanía se acrecentó y finalmente cuando comencé el proyecto de un formato como tesis, me encontré que en Guadalajara, ya existía un programa de noticias que en la actualidad está haciendo un excelente esfuerzo por mantener informada a la comunidad.

Aún falta mucho por recorrer. El periodismo televisivo se enfrenta a los retos de los constantes cambios y en la búsqueda de la excelencia informativa el trecho es largo.

Existen muchas fórmulas para presentar las noticias, aunque no hay nada escrito. Lo importante y primordial es encontrar la mejor; la que tenga como base la comunicación, la que incluya, además de distracción, una guía clara y encauzadora de la opinión pública. Todo pensando

en la comunidad, que es la generadora de noticias. Por lo mismo requiere de una guía que proponga conductas, que ayude a elevar el nivel de entendimiento y madurez de los ciudadanos hacia los diferentes problemas: económicos, políticos, sociales, a los que se enfrentan.

Se propondrá un formato para el noticiario "Al Tanto" que venga a favorecer al público televidente, con una presentación más ágil, participativa y clara de la información que se proyecta por este noticiario, - por lo cual tratamos en los primeros capítulos todo lo inherente al periodismo.

Para comenzar veremos lo que es la información como fenómeno social:

- la información y su definición,
- tratada por diferentes autores y desde varios aspectos
- hasta llegar a la información periodística
- haciendo una clara diferenciación entre lo que es;
- la información como dato y
- la información como noticia.

Luego pasaremos a dar una definición de lo que es noticia, por ser un elemento vital, materia prima del periodismo y que será la guía - perfecta para defender lo que se argumenta en la proposición del formato.

Ahora bien, la noticia en los demás medios no se da como en la televisión, por lo que desglosaremos punto por punto lo que es la noticia por televisión. En ese apartado se señalarán las diferencias entre el medio impreso y la televisión en la aportación de las noticias.

Se desea hacer patente no sólo las diferencias entre estos medios, sino poner de manifiesto las exigencias de un medio como la televisión en la aportación de la información. De este modo tenemos que se habla de la televisión como una forma nueva de reporterismo, en el que debe predominar la información visual y se analizan tres elementos que serán puntos claves para la proposición del formato, estos son:

- visualización de la noticia
- culto a la personalidad
- la noticia entendida como espectáculo.

Ahora bien, lo que se toma en cuenta para hacer esta proposición es lo siguiente: Principalmente los objetivos, intereses y gustos del público. Para tal efecto se realizó una encuesta y los datos obtenidos de ella vienen a contribuir con la finalidad primordial por la -- que se propone un formato nuevo; esto es, que se tome más en cuenta a la ciudadanía, ¿cómo? haciendo un noticiario más participativo y que cubra ampliamente sus necesidades de información.

Proponer un formato sencillo, con una estructura flexible, -- que proporcione al teleauditorio agilidad en la presentación de las noticias, vale realmente la pena, si con ello se mejora el servicio del noticiario en bien de la comunidad.

Es precisamente la comunidad quien a través de la encuesta -- (que se hizo siguiendo el método de muestreo al azar, repartido por zonas) reforzará las proposiciones que se plantean en el presente estudio, los puntos que se tratan en la encuesta hacen referencia a los siguientes aspectos:

- a) ¿Qué público se está descuidando?
- b) ¿Qué es lo que los tapatfios necesitan y desean ver?

- e) ¿Qué opinión tienen de lo que se hace?
- d) ¿Qué es lo que consideran susceptible de mejorarse?

Estos puntos traducidos en una encuesta de preguntas cerradas y abiertas, dieron como resultado respuestas muy interesantes, además la experiencia de aplicar los cuestionarios me dió la oportunidad de entrar en contacto con los sentimientos, valores, opiniones, ideas y cultura de la comunidad, lo que me permitió palpar la madurez y conciencia clara -- que tienen los ciudadanos tapatíos de la responsabilidad social del medio televisivo, como servidor y orientador de la sociedad. Esto puso de manifiesto que los tapatíos conocen perfectamente el papel que la comu nidad debe desempeñar para ejercer la libertad de expresión y su derecho - a opinar.

C A P I T U L O I

¿COMO VAMOS A ENTENDER LO QUE ES NOTICIA?

I.I.- LA INFORMACION COMO FENOMENO SOCIAL

Para evitar las confusiones que generalmente se presentan al hablar de noticia e información, se hace necesaria una explicación sobre lo que es información y lo que significa noticia.

Pensando en dar un panorama amplio y claro del significado de estos términos se han considerado las opiniones y estudios de diferentes autores sobre el tema.

Según Moles: "El término información en su sentido originario indica "puesta en forma", pero en el sentido corriente información es -- considerada como sinónimo de noticia". Si se considera esta afirmación podría incurrirse en el error de decir que todos los fenómenos de información son noticia. Esta precipitada asimilación entre información y noticia, contribuye a complicar más las cosas, que a precisarlas, ya que no todos los fenómenos de información en el mundo contemporáneo desembocan en un mensaje al que pueda propiamente calificarse de noticia. (1)

Por su parte Martínez Albertos asegura que: "La información es un fenómeno social de amplias ramificaciones y de generosa capacidad de recepción". Esta afirmación ya empieza a perfilar el concepto de información como un fenómeno social, pero aún faltan muchos puntos por esclarecer como veremos más adelante. (2)

Fattorello hace dos clasificaciones en las que trata de englobar todos los procesos informativos:

INFORMACION	A) PUBLICISTICA
	B) COMUNICATIVA

A).- La publicística es la información de actualidad o periodismo, propaganda y publicidad comercial. Tiene como fin genérico la difusión de mensajes entre los grupos sociales de una comunidad.

B).- La información comunicativa abarca todas aquellas variedades de comunicación humana a través de relaciones personales, que producen cierto grado de interacción por medio de contactos cara a cara; ejemplos: la educación, enseñanza, relaciones familiares o amorosas, amistad, proselitismo, política, religión, arte...(3)

En cuanto a la información periodística, que es la que nos interesa, nos dice que tiene como fin específico la difusión objetiva de hechos e ideas que son consideradas en un momento dado como noticias. Se omite la explicación de las demás clasificaciones para evitar divagar y salirnos del tema.

Según esta división hecha por Fatorello, la información comunicativa es aquella que produce cierto grado de verdadera comunicación. La información publicística no puede aspirar a otra cosa que a una simple y unilateral difusión del mensaje.

Esta teoría, aunque habla un poco más sobre la información como fenómeno social, no nos sirve totalmente porque da un panorama parcial del tema.

De aquí sacamos en claro que:

- 1) NO TODOS LOS FENOMENOS DE INFORMACION SON NOTICIA.
- 2) Y QUE HABLANDO PROPIAMENTE DE INFORMACION PERIODISTICA, EL OBJETIVO PRIMERO E INMEDIATO DE ESTA, ES SUMINISTRAR NOTICIAS.
- 3) PERO ESTA INFORMACION NOTICIOSA TIENE QUE INVOLUCRAR AL PUBLICO Y ASI CONVERTIRSE EN COMUNICATIVA.

Información es una palabra muy común en la sociedad contemporánea; sin embargo, cuando se pretende relacionar este vocablo con diversos fenómenos sociales o culturales, resulta que el significado del término se complica.

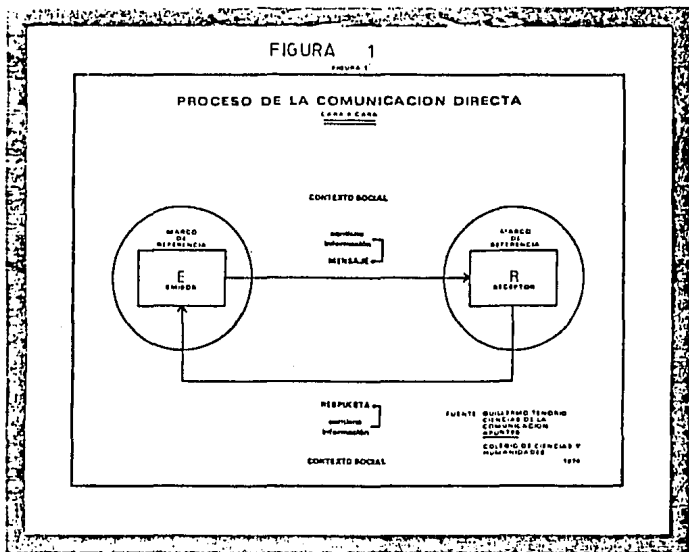
"Procesos de información son, por ejemplo, la comunicación de los hombres entre sí, la labor de cualquier sistema de regulación automática, la adaptación del organismo vivo a las cambiantes condiciones de su existencia, la transmisión hereditaria de los caracteres de los padres a sus hijos, el conocimiento del mundo por el cerebro humano.

"Con ayuda del concepto información se ha logrado encontrar lo común en procesos muy distintos a primera vista. El concepto "información" se asemeja en este plano con el de "energía" lo que ha permitido apreciar desde un punto de vista común, no pocos procesos que antes parecían diferentes". (4)

Lo que nos interesa especialmente es la aplicación que se da al concepto información en el ámbito social y en el contexto de la comunicación humana, es decir la relacionada con datos, noticias o conocimientos.

Se considera que la información es el contenido del mensaje o la respuesta: en consecuencia, la comunicación consiste en un proceso en el cual se transmite y se recibe información. (5) (Fig. 1)

De este modo, la información forma parte del proceso de la comunicación humana.

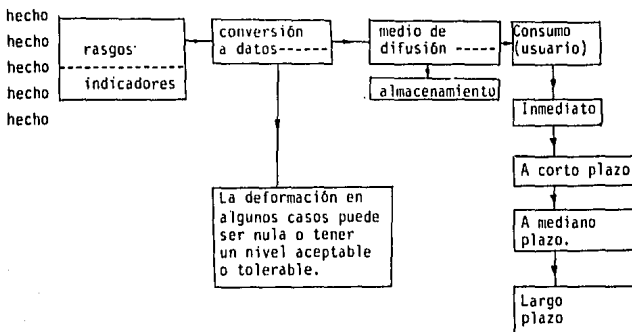


Desde una noción general y que en parte concilia casi todos -- los usos dados al concepto información, se considera que ésta se refiere a datos sistematizados: es decir, información es un conjunto articulado de datos.

De modo más preciso, se tiene que información es todo hecho -- (ideas, sentimientos, fenómenos de la naturaleza, indicadores, etc.) -- susceptible de ser convertido a datos, los cuales, a su vez, son susceptibles de ser transmitidos por un medio para su consumo inmediato o a -- largo plazo. Así mismo la información puede almacenarse de múltiples ma--neras para emplearse cuando se necesita resolver un problema. (6)

(Ver figura 2)

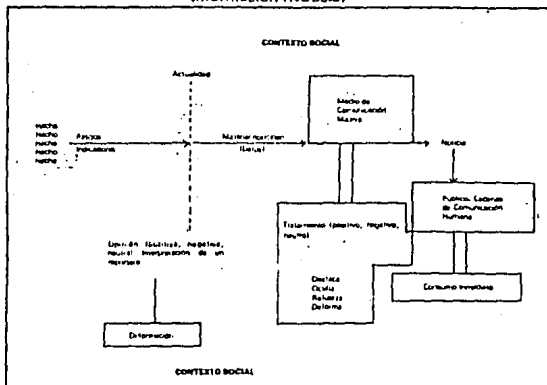
FIGURA 2



En principio también se puede decir que información es sinónimo de periodismo; pero, en ese caso, información elude a una noción más restringida o particular. En consecuencia, información periodística es un conjunto sistematizado de datos a los cuales se les ha dado un tratamiento especial y están revestidos de actualidad, (Ver fig. 3). (7)

FIGURA 3
Modelo B

Información (Noticia)



"Ya en perspectiva eminentemente periodística, pero relacionada con todo lo antes dicho, la información es un conjunto de noticias - difundidas por un medio de comunicación masiva" (8) Ver Fig. 4.

En los esquemas hacemos referencia a los términos: datos, rasgos e indicadores, entonces pasaremos a dar una explicación breve de los mismos.

Dato es el antecedente necesario para el conocimiento de una cosa.

Bunge considera que "Las ideas que expresan el resultado de una fase de observaciones, son un conjunto de datos". (9)

Aunque etimológicamente "dato" significa lo dado, en la práctica los datos no se dan en forma gratuita, hay que producirlos y/o recogerlos.

Los rasgos por su parte son los aspectos característicos, peculiares y notables de un objeto, hecho o fenómeno. Los indicadores -- equivalen a los síntomas para los médicos.

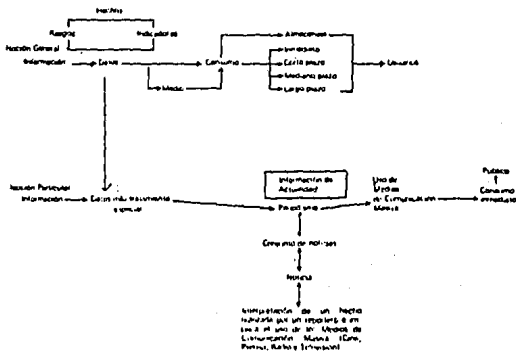
En cuanto a su composición, los datos están formados por rasgos e indicadores, y una definición de dato remite a entenderlo como la noción de un hecho; como los elementos que permiten conocer un fenómeno.

A los datos se les presenta en forma convencional, apropiada para la comunicación, su interpretación y tratamiento. El dato indica las situaciones del hecho, puntos difícilmente rebatibles, porque son observaciones y no juicios. Lo discutible a veces es la interpretación que se da a los datos. (10)

FIGURA 4

FIGURA 4

Relaciones entre la Información (datos) y el Periodismo (Noticia)



1.2.- LA INFORMACION COMO NOTICIA. REQUISITOS PARA QUE SEA TAL.

Ahora sí, hablaremos del punto central o corazón de la información periodística: "la noticia".

Según Martínez Albertos, la noticia, "Es un hecho verdadero - inédito o actual de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión". (11)

Al proponer una sola definición de noticia nos exponemos a dejar algunos puntos importantes que otros autores atinadamente señalan. Salvador Borrego da más luz para poder formular una definición completa del término. Nos dice que: "Noticia es más que el hecho, la significación del hecho; no el significado total, sintético de común denominador descubierto fácilmente por el sentido común ya que es el significado lo que presta importancia al suceso". También nos dice que: "La noticia es el significado del hecho probable o consumado" y siguiendo este criterio nos pondremos a salvo de informaciones serias pero vacías". (12)

NOTICIA ES:

- 1.- Más que el hecho
- 2.- Su significación.

QUE INTERESA AL MAYOR NUMERO DE:

- Lectores
- Espectadores.

POR TANTO:

- 1.- Hay un hecho
 - reciente
 - o probable

- 2.- Su significación
 - (o todo cuanto quieran conocer -Lectores y espectadores acerca del suceso)

Julian Johnson S. Harris afirma que los periódicos se dedican principalmente a la venta de un producto que se llama noticia: -- "Así como un comerciante los compra y los vende, así también el periódico compra y vende noticias. Compra de las agencias informativas --- (vendedores al por mayor) y vende al menudeo, mostrándolas no en un es caparate, sino en páginas impresas, contrata jornaleros (reporteros) - para recoger una cosecha de noticias. Sea cual fuere la comparación - las noticias pueden ser consideradas como un producto "comerciable." - y agrega respecto a la naturaleza de la noticia "que es más fácil reco nocer la noticia que definirla" (13)

Antes de dar una definición definitiva me pareció importante exponer este concepto de noticia para ponerlo como ejemplo de lo que - "NO es noticia" y que a pesar de lo bien argumentado que se presenta - el concepto es erróneo.

Hay una creencia muy generalizada de que la noticia no puede definirse y que sólo es aprehensible por intuición. Esta es una suposición propia de las profesiones aún en período de formación y desarrollo, cuando todavía el arte y el sentido intuitivo ocupan el lugar que la precisión técnica pasa a ocupar después, una vez que la actividad - profesional se ha vuelto más precisa y conciente.

Ahora bien, al decir que la noticia es una mercancía se cali

fica al periodismo como mercantilista y no como es su verdadera función de servicio público, esta afirmación propicia una mentalidad deshonestas y falta de ética.

El solo hecho de considerar al periodista como un jornalero y la noticia como mercancía, atenta contra la dignidad del individuo que tiene la función de transformar la información en noticia, lo convierte en un comerciante cuya finalidad no es respetar a su público sino -sacarle la mejor y más redituable ganancia, manejando a su antojo la información. La noticia se convierte no en un hecho que va a darle --información a los lectores, sino en mercancía.

Por esta razón debemos tener presente que del concepto que -se tenga de lo que es noticia, parten todas las orientaciones periodísticas.

A manera de sugerencia y sin pretender que ésta sea la única formulación posible de lo que es noticia, propongo aquí la siguiente definición que abarca los conceptos expuestos por Salvador Borrego y José Luis Martínez Albertos.

"Noticia es el significado del hecho probable o consumado. - Es más que el hecho, la significación del hecho".

REQUISITOS PARA QUE SEA TAL.

El hecho debe ser:

- verdadero
- inédito o actual
- oportuno
- de interés general.
- que se comunica a un público que puede considerarse masivo una vez, que ha sido recogido, interpretado y valorado por

los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión.

DESGLOSANDO:

"ES EL SIGNIFICADO DEL HECHO PROBABLE O CONSUMADO; ES MAS QUE EL HECHO: LA SIGNIFICACION DEL HECHO.

Esta afirmación que hace Borrego, da apertura a la valoración profunda que se hace en el periodismo de fondo, en el periodismo trascendente. Un hecho escueto o un posible acontecimiento, puede traer en su esencia un significado de gran trascendencia; y si el reportero o la oficina de prensa, ve con ligereza los acontecimientos, pueden defraudar a su público, privándolo de la información oportuna. Consecuentemente por esta omisión, el medio pierde credibilidad.

DEBE SER VERDADERO:

Este punto es la base del buen periodismo. Es el requisito indispensable que refleja la honestidad y el deseo de servir a la comunidad por parte del medio de difusión. Este aspecto no debe descuidarse por ningún motivo, ya que el uso inmoral de la información repercute en los seres humanos y ataca su dignidad como tales.

INEDITO O ACTUAL.

De estas dos afirmaciones depende la novedad y la atracción de la noticia. Hay asuntos que, por su categoría son permanentes y para fines periodísticos se reviven mediante el análisis de ángulos diferentes, esto hace que el hecho se convierta en noticia y atraiga la atención de los lectores. Esto se ve comúnmente en el periodismo científico.

Cuando sucedió el temblor en México, D.F., tanto los diarios como los canales de televisión, enriquecieron el tema sobre dichos fenómenos acudiendo a sismos sucedidos en años anteriores. Se habló de --

sus causas, de sus efectos, de los estragos ocurridos; en fin, se aludió a una serie de datos que ya habfan pasado a ser historia, pero quedada la situación de ese momento, aquellos se convirtieron en noticia.

OPORTUNIDAD.

La oportunidad es determinante, ya que sin este factor todo el trabajo realizado moriría en manos del reportero y lo que pudiera haber sido noticia toma otras denominaciones, luego necesita publicarse. De otro modo sería discurso, carta o chisme, pero nunca noticia periodística.

QUE SE COMUNICA A UN PÚBLICO QUE PUEDE CONSIDERARSE COMO MASIVO.

Tal como lo afirma Salvador Borrego, el periodismo asume la misión ineludible de difundir un sentimiento elevado de progreso social y de mejoramiento nacional. No se habla de responsabilidad para con un individuo en particular. Para este caso existen las formas adecuadas. Al hablar de masivo nos referimos a una difusión con la mayor amplitud a un grupo extenso de gente, a la cual vamos a influir y cuyas respuestas serán determinantes para el progreso o atraso de un país.

UNA VEZ QUE HA SIDO RECOGIDO, INTERPRETADO Y VALORADO POR LOS SUJETOS PROMOTORES QUE CONTROLAN EL MEDIO UTILIZADO PARA LA DIFUSION.

Es un hecho que toda información recibe un tratamiento, esto es el proceso de codificación del mensaje. Además, como se dijo anteriormente, se valora la información buscando la trascendencia del hecho y finalmente se transmite por un medio de difusión considerado como masivo para que llegue al mayor número de personas posibles, ya que sin esta característica no podría considerársele como noticia.

1.3.- IMPORTANCIA DE LA NOTICIA EN LA COMUNIDAD.

Todo este capítulo está enfocado a enfatizar la importancia -- que reviste el hecho de trabajar con la información periodística, por la simple razón de que el periodismo, es un fenómeno social de interrelación entre individuo y grupos sociales a los que vamos a afectar, positiva o negativamente.

En forma positiva, podemos afectar, vigorizar y fecundar la voluntad de las masas, para crear una fuerza social llamada opinión pública.

En caso negativo, afectamos para neutralizar, destruir o distorsionar dicha opinión.

El periodismo cuya materia prima son las noticias, comunica y vitaliza, la relación de los hombres y pueblos. Contribuye a que el ser humano y la comunidad tengan voz y voto en la Historia. (14)

El periodismo participa en la vida de la comunidad. Su verdad o su mentira resultan determinantes en el trazo de sus caminos.

La comunidad necesita informes y opiniones para nutrir su conocimiento y poder decidir. Las noticias y los comentarios constituyen un alimento espiritual, lo podríamos comparar con una válvula de presión por donde fluye una energía que emana del conglomerado humano para formar parte de la historia.

Con la información que recibe la comunidad, adquiere ésta la posibilidad de juicio. Por eso me atrevo a decir que es delicada la labor periodística y más por su gran poder de persuasión y penetración.

Ahora bien, Salvador Borrego señala claramente que en la función trascendental, el periodismo es un órgano sensorial sociológico al

servicio de la colectividad, es un órgano que penetra en la realidad actual, a través de las apariencias a veces desconcertantes y contradictorias, y que percibe el porvenir que las mayorías no pueden ver aún, es el tacto a distancia en el tiempo, que hace concientes para la sociedad los peligros y las promesas que se perfilan en el futuro. (15)

Los acontecimientos sociales no ocurren al azar ni brotan de la nada. Son el resultado de fuerzas y debilidades sociales. (16)

La sociedad desprende de su naturaleza un ambiente psíquico - en el que se conjugan, los esfuerzos, esperanzas, anhelos, debilidades, etc. que vienen a formar un conjunto de rasgos indicadores que dan la pauta o marcan pistas para que el periodista propicie la noticia o bien la detecte con anticipación.

Los acontecimientos, las noticias -periodísticamente hablando- las produce la vida en común. Son pues expresiones de esa vida social. Y así como ningún grupo, agrupamiento o sector social realiza una vida estrictamente autónoma y desligada, tampoco sus expresiones, es decir, sus sucesos o noticias, tienen una vida desligada o completamente propia.

"La vida social es una unidad. El periodismo como investigador de esa vida, como expresión pública de ella y como orientador reclama así mismo ser una unidad" (17)

Esto quiere decir que un periodismo mal entendido no buscará ser uno con la sociedad sino que atenderá sus propios intereses, ya sean económicos, políticos o de cualquier otra índole, habrá técnica pero sin expresión de contenido, de la misma manera que puede hacerse tocar una orquesta pero sin melodía.

"Se requiere la invisible presencia de un carácter que se preocupe por el país y sus habitantes- o por la región a la que se sirva- que proponga soluciones, que transmita una actitud definida hacia la vida y que anime a la colectividad hacia su propia superación". (18)

CONCLUSIONES

Después de haber plasmado algunos conceptos sobre lo que es noticia, después de haber hecho una clara diferencia entre información y noticia y haber formulado una definición sobre ella, es importante hacer la observación de que en este capítulo se encuentra en forma resumida y extractada la opinión de varios autores sin los cuales hubiera sido imposible realizar este estudio que arroja datos interesantes como los siguientes:

- | | |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| A) Comunicaciones | 1.- Ser de utilidad y tener valor para el receptor; |
| B) Sobre hechos nuevos | 2.- Ser nueva igual a recién transmitida; |
| C) Surgidos en la lucha por la existencia del individuo y la sociedad. | 3.- Ser comunicada a través de un tercero, expuesta a la influencia subjetiva de éste. |

1.- Las noticias:

- a) Llegan a ser la causa directa de nuestras acciones:
- b) Con su influencia psíquica ponen en marcha el mecanismo de la conducta humana.
- c) Representan la fuente secreta de donde brota a borbotones la vida multifacética de la cultura humana.

II.- La noticia:

- a) Se justifica por la necesidad que tiene el ser humano de recibir información.
- b) Influida:
 - Por determinados centros de interés.
 - y por la capacidad de facilitar esa información.
 - y según una voluntad precisa de dar a la información, al conjun-

to de noticias, un sentido histórico completo.

III.- QUIEN CONTROLE ESE DETONADOR DEL MECANISMO DE LA CONDUCTA HUMANA, ESTA EN CONDICIONES DE CONTROLAR LA MARCHA DE LA HISTORIA.

IV.- La información:

- a) Conformar un estado de opinión, de conciencia individual y social.
- b) Y se convierte, por tanto, en el detonador;
 - del comportamiento histórico de las masas,
 - de su voluntad de cambio o de parálisis.

Tenemos pues, que los medios sólo son instrumentos para realizar fines, y éstos constituyen metas de nuestros propósitos y esperanzas.

Las principales metas que una nueva sociedad debe alcanzar con sus medios de comunicación son:

- 1) Democratización en las emisiones, en los programas, en las oportunidades.
- 2) Preparación de todos los componentes de la empresa.
- 3) Proposición y crítica.
- 4) Participación activa en el trazo de sus destinos.
- 5) Una sociedad más justa y libre.

Para que los medios de comunicación social cumplan con su tarea necesitan siempre estar enlazados y enclavados a la sociedad.

- (1) Martínez Albertos, El Mensaje Informativo, España, A.T.E. 1977, pag. 24.
- (2) Ob. cit. pág. 23
- (3) Ob. cit. pág. 27
- (4) El Día.- Sec. Testimonio y Documentos, Tenorio Guillermo, Sábado 28 de Abril de 1979.
- (5) Riva Orive Pedro, "Estructura de la Información Periodística", -- citado por Tenorio Guillermo, sec. Testimonios y Documentos, El Día, sábado 28 de abril de 1979.
- (6) El Día.- Sec. Testimonios y Documentos, Tenorio Guillermo, Sábado 28 de Abril de 1979.
- (7) Ibidem.
- (8) El Día.- Sec. Testimonios y Documentos, Tenorio Guillermo, Sábado 28 de Abril de 1979.
- (9) Bunge Mario "La Investigación Científica" citado por Tenorio Guillermo, Sec. Testimonios y Documentos, - El Día.- Sábado 28 de abril de 1979.
- (10) Idem.
- (11) Martínez Alberto J.L., El Mensaje Informativo, España, A.T.E., 1977, pág. 35.
- (12) Borrego Salvador.- Periodismo Trascendente.- México, D.F., Litho Offset Alfaro Hnos. S.A. 1983, Págs. 9 y 13.

- (13) Stanley Johnson Julian Harriss,- El Reportero Profesional, México, Trillas, 1980, págs. 29, 30.
- (14) Borrego Salvador.- Periodismo Trascendente.- México, Litho Offset Alfaro Hnos., S.A. 1983, pág. 9.
- (15) Ob. Cit. págs. 5 y 6
- (16) Ob. cit., "Objeto y Metas del Periodismo" pág. 35
- (17) Borrego Salvador,- Periodismo Trascendente-, México, Litho Offset Alfaro Hnos. S.A., 1983, pág. 147.
- (18) Ob. Cit. pág. 146.

CAPITULO II

"LA NOTICIA POR TELEVISION"

II.1.- LA NOTICIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION, PRENSA, RA
DIO.

"La noticia es la que nutre al periodismo es la materia prima con la que se trabaja" (19) pero la amplitud de la misma varía dependiendo del medio que le da difusión. Así tenemos que la noticia en los medios impresos tienen espacio más amplio para enriquecerla con los detalles del suceso, y la ventaja de este medio, es su permanencia en el espacio y en el tiempo.

El periódico se convierte en un documento histórico con el paso del tiempo, El hecho de la invención de la imprenta es muy interesante, ya que ésta representa el carácter inquieto del hombre de todos los tiempos significa el eslabón entre la antigua manera de comunicar los hechos, esto es de boca en boca, y la necesidad del hombre de estar también informado de su acontecer, pero ya de una manera concreta y permanente.

Tenemos pues que "en México se observa un desarrollo vertiginoso tanto en los medios impresos como audiovisuales" (20) por lo que al ser ambos empleados por el periodismo para cumplir su función no entran en competencia entre sí, ni se puede decir que uno haya desplazado al otro, sino que se han desarrollado ampliamente y cada uno con sus cualidades y características bien definidos que no antagonizan sino más bien se complementan.

Veamos pues que la noticia en prensa es en estas épocas el resultado de una gran labor y entrega a lo que podríamos llamar al apostado del periodismo.

Carmen Alcalde por su parte nos da un punto de vista diferente: "La prensa escrita debe percibir ahora la enorme competencia, el -- desaffo a que la tiene sometida la prensa televisiva. Los nuevos sistemas de comunicación e información electrónica, especial, por computadoras, etc., pueden y deben ser instrumentalizados por los periódicos, -- los cuales, por su propia naturaleza, en extensión y en profundidad, podrán ofrecer un servicio informativo complejo y mejor elaborado, más -- veraz, en definitiva (por la posibilidad de investigar a fondo y de comprobar informaciones) que la televisión sometida siempre a presiones de tiempo y tantas veces a la improvisación". (21)

Esta crisis de la que habla Carmen Alcalde es en parte cierta y aplicable a algunas empresas periodísticas que se han empeñado en seguir el sistema que les resultó bueno en su tiempo, y que no pueden digerir aún, el rápido cambio que existe en nuestros días, pero esta generalización es muy apresurada, tomando en cuenta que en la actualidad en Estados Unidos y en algunas empresas periodísticas mexicanas, se utilizan ya los medios más sofisticados para obtener información. Ahora bien, esta comparación entre la televisión y la prensa resulta errónea ya que no se puede decir que un medio como la televisión no es veraz -- tan sólo porque está sujeto a la improvisación (y al respecto diremos -- que la improvisación no se entienda como algo sin elaborar, sino que debe entenderse como la flexibilidad del formato para dar paso a la noticia de última hora que previamente es redactada y procesada como información periodística).

Afirmar que la televisión es menos veraz, equivale a negarle la existencia como portador de noticias, aquí diremos que la veracidad no tiene nada que ver con las exigencias y limitaciones del medio para dar la información.

El domingo 25 de mayo Ricardo Rocha en su programa de reportajes de fondo, dedicado a los preparativos de la prensa para el mundial de fut bol, habló de la rapidez de la prensa para hacer llegar la información, pudimos ver los aparatos electrónicos más avanzados, todos al servicio de la prensa escrita. Ricardo Rocha en su comentario afirmó que: "Tanto la prensa escrita, como la televisión están en posibilidades de ofrecer en forma oportuna la información del momento".

Por su parte Bond Fraser F. asegura que: "No existe competencia real entre la televisión y la palabra impresa. Una a otra se complementan". (22)

Como se ha señalado en la revista "Times", cuando se trata de rapidez y fidelidad de las noticias en el momento mismo de estar sucediendo, la televisión y la radio están en su elemento singular. Por otro lado, para todos aquellos que desean una noticia bien elaborada e interpretada, que puedan leer a su propio ritmo, la página impresa contiene esa noticia.

Tanto la revista "Times", como, Ricardo Rocha, Bond Fraser -- concuerdan en una cosa que es fundamental QUE EL PERIODISMO IMPRESO Y LA TELEVISION PUEDEN SER COMPLEMENTO UNO DE OTRO, PRECISAMENTE POR SUS DIFERENCIAS Y LIMITACIONES.

II. 1.2 NOTICIA IMPRESA CARACTERISTICAS.

El medio impreso es vía de información periodística importante y precursora de otros medios más jóvenes.

Es necesario un mayor conocimiento de la noticia impresa y para ello daremos las características más significativas:

- A) Permanencia en el tiempo y en el espacio.
- B) Extensión.
- C) Hay mayor oportunidad de expresar abiertamente lo que dice la opinión pública por medio de los editoriales.
- D) Si se quiere volver a leer la información, se tiene a la mano.
- E) Ataca o influye al intelecto.
- F) Es un documento histórico.

DESVENTAJAS.

- A) No tiene la rapidez de hacer llegar la noticia al instante de estar sucediendo, como los otros medios.
- B) No llegan al número tan extenso de público que abarca la radio y la televisión:

1.- Por el costo. 2.- Cobertura. 3.- Analfabetismo. 4.- La mayoría de las personas son perezosas para leer.

- C) Muchos de los lectores sólo leen los encabezados.
- D) No hay retroalimentación inmediata y si algo estuvo mal redactado o hay un error de linotipo, el mensaje se distorciona y de manera inmediata no hay posibilidad de corregirlo.

Veremos que algunas de estas desventajas son superadas en los medios audiovisuales.

11.1.3 NOTICIA RADIOFONICA -CARACTERISTICAS-

Se han señalado las bondades de la prensa, no por ello dejamos de reconocer que la radio-aunque nació después de ésta- es un medio que posee también grandes cualidades para difundir noticias.

La radio se nutre en gran parte de la experiencia del periodismo impreso. La noticia en la radio conservando sus características intrínsecas, recibe un tratamiento especial; esto es en relación a la redacción. La radio tiene la limitante del tiempo, pero también posee cualidades que convierten al periodismo radiofónico en un portador rápido, eficiente e indispensable de información para la mayoría, ya que el precio del aparato es muy accesible, y esto lo convierte en un medio masivo de comunicación eficaz.

También tenemos que la radio posee la ventaja de transmitir -- sin mucho costo para la empresa, la información desde el mismo lugar de los acontecimientos, al instante de estar sucediendo los hechos.

Prontitud y accesibilidad en la difusión de noticias hacen -- del medio radiofónico un canal excelente de información noticiosa. Para verlo más claramente y tomando como base los apuntes de clase del Lic.- Ubaldo López, pasaremos a tratar en forma esquemática, las características del medio en la aportación de la información.

INMEDIATEZ
INSTANTANEIDAD
SIMULTANEIDAD Y
RAPIDEZ

Contribuyen así a HACER DE LA RADIO EL MEJOR Y MAS EFICAZ MEDIO al servicio de la transmisión de HECHOS ACTUALES.

Conclusión: LA RADIO ES UN EXCELENTE MEDIO INFORMATIVO EN CUANTO A RAPIDEZ Y ACTUALIDAD SE REFIERE.

CAPACIDAD DE LA RADIO PARA HACER ENTENDIDA POR UN PUBLICO MUY DIVERSIFICADO.

No exige un conocimiento especializado para la descodificación y la recepción, en las condiciones más diversas todas ellas favorecidas por la autonomía concedida al aparato tras el invento del transmisor.

LA FALTA DE PERCEPCION VISUAL ENTRE EL EMISOR Y EL RECEPTOR.

Es característica menos positiva que influye de forma determinante en la redacción radiofónica. Esto dará característica positiva.

CAPACIDAD DE SUGESTION SOBRE EL OYENTE

Tiene que crear mentalmente la imagen visual transmitida por LA IMAGEN ACUSTICA.

EL ACONDICIONAMIENTO TEMPORAL QUE SUFRE LA DESCODIFICACION.

La DESCODIFICACION al ser realizada por el oído SOLO PUEDE HACERSE EN TIEMPO PRESENTE, determinando así la NO-PERMANENCIA DE LOS MENSAJES.

EL "FEED-BACK" O RETROALIMENTACION DEL SISTEMA.

Esta característica es utilizada con forma simbólica de BIDIRECCIONALIDAD cuando el hecho es sólo un "eco".

CARACTERISTICA ESENCIAL DE LA TECNOLOGIA RADIOFONICA:

SIMULTANEIDAD _____ INMEDIATEZ

ASPECTOS MAS RELEVANTES
DE LA DIFUSION.

ACTUALIDAD _____ RAPIDEZ

1.- ESTRUCTURA DE LA REDACCION RADIOFONICA.

1.1.- El papel de la radio como medio informativo:

- No queda limitado a DAR LA PRIMERA NOTICIA.
- Sino que puede jugar un papel muy diferente:

Además de transmitir LO MAS RAPIDAMENTE POSIBLE los aconteci-
mientos actuales, puede aumentar la comprensión del público a través de:

LA EXPLICACION Y EL ANALISIS.

1.2.- Esta profundización de los temas, cuenta en la ra-
dio con la ventaja de poder ser expuesta por sus conocedores sin pasar -
por manos de los no-expertos (los periodistas), como no sea para darle -
la forma comunicativa adecuada al medio.

1.3.- Cuenta además en este sentido reflexivo- con la --
característica de RESTITUCION DE LA REALIDAD, a través de las representa-
ciones fragmentarias de la misma, vehiculadas en su contorno acústico.

1.4.- La importancia de la radio como medio informativo -
también está en su CAPACIDAD DE COMUNICACION con un público que no nece-
sita una formación específica para descodificar el mensaje.

a.- Este hecho tiene importancia en el caso de UN PUBLICO
QUE NO SABE LEER. Así la radio juega un papel informativo relevante en -
las sociedades subdesarrolladas con un porcentaje importante de analfabe-
tas.

b.- Este papel resulta aún más importante en las sociedades -
superdesarrolladas en donde el tiempo apremia y esto lleva a los buscado

res de información a recogerla en la radio, ya que les permite desarrollar otras actividades simultáneamente. Por lo general estas sociedades están en pleno auge en lo que respecta a la cultura audiovisual, por lo que sucede a menudo que desplazan la información impresa.

2.- LAS CARACTERISTICAS DE LA RADIO INFLUYEN Y DETERMINAN LA ESTRUCTURA DE LA INFORMACION RADIOFONICA.

2.1.- La estructura de la información radiofónica tiene dos características esenciales: Brevedad y sencillez, en función de la claridad enunciativa.

2.2.- Al redactar un texto periodístico para la radio -- hay que sentarse ante la máquina de escribir PENSANDO que se va a elaborar un texto:

-PARA SER OIDO, PARA SER CONTADO Y NO PARA SER LEIDO.

En definitiva se necesita un cambio total de mentalidad para escribir para la radio y este cambio de mentalidad afecta a tres aspectos:

- La puntuación; la estructura gramatical y el lenguaje.

JJ.2 EXIGENCIAS DEL MEDIO TELEVISIVO EN LA APORTACION DE LA INFORMACION - CARACTERISTICAS -

La conveniencia de transmitir las noticias por un medio como la televisión:

- No hay otro medio que ofrezca la misma rapidez, veracidad y realismo como un noticiero de televisión. El periodismo electrónico, como se ha dado en llamarle, se ha desarrollado mucho y no tiene nada que pedirle al periodismo tradicional, en honor a la verdad se ha nutrido de él una gran parte.

En otras épocas los cambios sociales eran tan lentos, tan escasos a comparación del ritmo de vida de nuestro tiempo, que el periodismo podía ser superficial, pero en la actualidad llena de adelantos tecnológicos, de sucesos sociales que van en acelerado proceso cambiante, - la misión del periodismo en televisión y su responsabilidad se agigantan. Ya no es posible que cumpla como informador y orientador sino que debe ser más profundo, más profesional; en una palabra trascendente. (23)

Ahora se requiere que se busque el significado universal de las noticias que descubra sus relaciones y sus parentescos; que ante el torrente a diario cambiante de los acontecimientos disponga de mayor y más documentada información y de más penetrante criterio para integrar, solidificar y promenorizar esa fluida situación (24) pero sin descuidar las reglas y características que rigen a la televisión ya que este es un medio audiovisual que requiere de más imagen y contenido sintético de información.

En televisión se requiere de un cuerpo de redactores profesionales que sepan sintetizar y dar en el poco tiempo de que disponen, no la mayor información posible, sino calidad en el contenido de esa información, de tal forma que la imagen hable por sí sola y las palabras refuerzen esa imagen esto es; que se toquen las fibras sensibles del tele-

auditorio impactando para que el mensaje quede permanentemente en las mentes del público.

Un noticiero de televisión tiene un alto grado de influencia en las personas, es muy importante para la comunidad y la estación que lo transmite. En casi todas las estaciones de televisión los departamentos -- de noticias constituyen casi otra estación que ya cuenta con personal tanto técnico como de producción, y se maneja como un grado bastante amplio de autonomía (este es el caso del noticiero "Lo Especial") con respecto al resto del canal.

Así como señalamos los pros y los contras del medio impreso y radiofónico, se apuntarán aquí los pros y los contras de la T.V.

1) El periodista de T.V. se ha desarrollado tanto que ha supe-rado a los de su mismo campo de tal manera que se ha convertido en la voz informativa más importante.

Al respecto Bond Fraser afirma "Los encabezados de los periódicos quedan supeditados a los programas noticiosos del domingo, las entre-vistas por T.V. y la participación de personalidades internacionales, re-ciben a causa de su valor informativo, una atención preferente por parte de la prensa". (25)

2) La T.V. tiene algunos limitantes que no tiene la prensa es-crita como es la reducida extensión que se le da a la noticia pero hay - que acreditarle un atributo natural que todo el mundo le reconoce aunque no entienda:

a.- La influencia personal y gráfica (que ejerce sobre los te-levidentes) y de la cual carece la palabra impresa.

También Bond Fraser nos dice al respecto: "El público

por su parte puede hacer sus propios reportajes. Observa la pronta reacción del entrevistado ante una pregunta inesperada y quizá inoportuna. - Nota el cambio involuntario de la expresión facial más difícil de dominar que el tono de la voz; y el espectador saca sus propias conclusiones". (26)

b.- Esta relación íntima con el público:

- No se limita ni mucho menos, a la televisión de entretenimiento, sino que se advierte, quizá con más fuerza todavía, en televisión periodística.

La televisión, participa es verdad, de una nueva manera de vivir y comunicar. No es posible considerarla como una simple distracción cuando está en vías de ser un instrumento activo de diálogo social.

"No leemos los mismos periódicos, ni los mismos libros, pero vemos la misma televisión. En ese sentido crea un verdadero punto de intereses comunes". (27)

c.- Es un medio de comunicación que casi coloca materialmente al auditorio en la escena de los hechos;

- llega a ser un trasmisor de experiencias,
- en la química de la televisión hay elementos de emoción y participación.

Esta participación:

No garantiza que el televidente se informe y se ilustre con lo que va a suceder, pero proporciona al periodista electrónico un catalizador eficaz para atraerse y retener a su público, con el objeto de ilustrarle e informarle.

d.- La comunicación entre reportero y televidente es casi total.

3.- Las fuerzas magnéticas que intervienen en el periodismo - por televisión probablemente influyan de manera particular en un sector-especial de la sociedad contemporánea:

LAS PERSONAS QUE NO LEEN.- Son las que echan una ojeada a los titulares, deportes, historietas cómicas, anuncios, etc., sin preocuparse por nada más.

a) Son bien conocidos por: -los directores de periódicos y -- los directores de noticias de la televisión.

b) Constituyen una parte importante del número de televidentes y forman un grupo bastante considerable, para poder afirmar que la televisión es el medio informativo de la mayoría.

c) En gran parte de sus secciones de noticias, la T.V. no puede abarcarlo todo pero (para bien o para mal) la información transmitida por la T.V. puede ser aceptada y considerada como suficiente por los que no leen. (28)

4.- La televisión contemporánea se ha convertido en la primera fuerza periodística, por el efecto que ejerce en el curso de los grandes acontecimientos.

5.- El fenómeno de la televisión como participante en las noticias, es formulador y encausador de la opinión pública sobre los asuntos nacionales y mundiales.

"Decenas de millares, ven el mismo programa, comparten una experiencia en común, lo mismo ocurre con el acontecimiento especial en vi

vo, ESTA EXPERIENCIA EN COMUN ES LO QUE DA SIGNIFICADO ESPECIAL A LA TRASCENDENCIA DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISION". (29)

C A R A C T E R I S T I C A S

1.- El periodista cotidiano de la t.v. está limitado:

- a. Por las restricciones fundamentales del tiempo,
- b. y por la necesidad de condensar el material.

2.- El periodista electrónico sólo puede presentar una partícula muy pe-queña del producto total de sus colegas de la prensa.

3.- El lector:

a. En media hora, puede absorber más palabras en un periódico que las que puede pronunciar el locutor; puede escoger entre muchos otros reportajes; detenerse particularmente en uno y optar libremente por concentrar - su atención en los que le interesan más.

b. Pierde su libertad para escoger cuando escucha y observa la t.v. - y tiene que aceptar lo que le presenta el cronista de noticias.

Estas diferencias entre la noticia impresa y transmitida son fundamentales para entender la naturaleza del programa informativo.

El Periodista:

1) Tiene que pensar en los límites de la atención (que puede - prestarle su auditorio) más bien que en el espacio disponible.

2) Debe seleccionar las noticias que van a interesar a la ma-yor parte de la gente, porque sabe que no puede tener tiempo para darle - gusto a todos.

3) Ha de utilizar los hechos más salientes, no precisamente -- los de primera página de forma que la relación resulte más amena para el - que escucha.

4) Al terminar:

- a. No habrá satisfecho a todo el mundo;
- b. no habrá dado tantas noticias como otros medios de comuni-
cación: periódicos, revistas, boletines, etc...

La radio y la televisión no pueden abarcar -con sus programas diarios de noticias- todo lo que necesita el público para estar bien in-
formado:

- a. Esto lo entienden los periodistas electrónicos.
- b. por ello invitan al público a complementar la información-
recibida por radio y televisión con la lectura detenida de las noticias-
impresas.

4.- Ante los requisitos especiales de un servicio de esta naturaleza, y
ante la necesidad de hablar con claridad y exactitud a pesar de las-
limitaciones de la brevedad, el periodismo electrónico se ha visto -
en la necesidad de ampliar lo más posible las fuentes de sus noti --
cias.

4.1. Recoge sus reportajes hablados, sus informaciones fílmicas, en
vivo y en grabación audiovisual, las noticias sobre el terreno, a distan
cia y a través del satélite de comunicaciones:

- a. No sólo de sus propios reporteros y corresponsales,
- b. Sino de procedencia tan heterogénea como las bandas poli -
cíficas de radio y un corresponsal o varios en diferentes regiones estra-
tégicas.

4.2. En la redacción de los periódicos electrónicos se utilizan:

- a. Servicios telegráficos, locales, regionales, nacionales e-
internacionales.

b. Noticias recogidas a través de reporteros de la empresa e investigadores.

c. Y consultan su fichero cuidadosamente llevado de "futuros", en virtud de cuyo sistema se cuenta con reportajes por anticipado.

4.3. Ultimamente, la insistencia especial en no dejar detalle alguno al azar se ha reflejado en destacar directamente -cuando sea posible- EN LA ESCENA MISMA DE LOS HECHOS A UN REPORTERO:

- a. que redacte la comunicación personalmente,
- b. de primera mano,
- c. y en el acto.

5.- Los juicios y selecciones críticas - que dan forma a la emisión diaria de noticias- empiezan en la cumbre misma de la organización: con los ejecutivos informadores.

a.- Con ellos despachan los directores y productores de los programas. Estos exigen un ejército de:

- reporteros
- redactores
- camarógrafos
- grabadores y filmadores,
- técnicos y
- profesionales.

b.- Varias horas antes de la transmisión de un programa, el director hace sus planes y reparte sus fuerzas según la información que va a proporcionar;

- se anticipa a los últimos acontecimientos y debe tener ---

flexibilidad suficiente para incluir las nuevas noticias que llegan de última hora.

Recogidas las noticias y añadidos los suplementos de última hora, TIENEN QUE SER:

- procesadas,
- arregladas y
- acomodadas.

A LAS PROPORCIONES DEL PROGRAMA QUE VA A TRASMITIRSE.

A los reportajes escritos que van a ser leídos por los locutores se añade el video sin sonido

- video con su sonido original
- las fotografías fijas
- los mapas y
- los detalles artísticos.

EN EL TEXTO FINAL VAN TODOS LOS INGREDIENTES, Y A BASE DE ESTE TEXTO SE DESARROLLA TODA LA ACTIVIDAD DEL PERSONAL QUE INTERVIENE EN EL PROGRAMA.

Al llegar a este punto, el equipo de directores y el personal del estudio y de la proyección pasan a ayudar a los comunicadores del aire: los coordinadores, los reporteros, locutores y comentaristas.

Su misión es:

- a. Llevar todo a un feliz desenlace y
- b. presentar un programa de noticias:
 - lo más ameno, práctico y
 - profesional que sea posible.

"Ofrecer información a través de la televisión, como en cualquier otro medio requiere honradez, valor y mucha objetividad. Debe recordarse que el mejor noticiario no es el más parsimonioso, ni el más escandaloso, sino aquél que mejor cumpla con los objetivos para los que fue creado". (30)

Maury Green nos dice que: Los factores propios de la T.V. que afectan a sus valores informativos, en contraste con la contemplación de esos mismos valores en el periodismo impreso, son los siguientes: limitaciones de tiempo, hora de emisión, área de señal, elementos visuales y culto a la personalidad.

Los dos últimos en particular introducen consideraciones de valor que difieren notablemente de las referentes a otros medios.

El poder que tiene la imagen móvil para generar una reacción emocional en la audiencia constituye la principal diferencia entre las noticias en T.V. y todas las demás noticias.

La carga emocional como dato constante en los mensajes informativos de T.V., puede ser entendido a su vez como resultado de tres elementos que se dan de modo especialmente destacado en el proceso de comunicación a través de la televisión estos son:

- IMPORTANCIA VISUAL
- EL CULTO A LA PERSONALIDAD
- LA INFORMACION PERIODISTICA ENTENDIDA COMO ESPECTACULO. (31)

11. 2.1 VISUALIZACION DE LA NOTICIA.

- El periodismo de la televisión se ha desarrollado tan rápidamente que mucha gente no se da cuenta que se trata de una especie nueva - de reporterismo y no de una forma de cubrir las noticias mediante ingeniosas ayudas visuales.

Los reportajes para televisión cuando son buenos:

. Trasladan al teleauditorio al teatro mismo de los acontecimientos, al campo de acción y se le convierte en cierta forma en testigo ocular de los hechos.

- Se ha creado muchas complejidades en el reporterismo televisivo:

- . Necesidades técnicas de grabación.
- . Y el arte de representarse mentalmente o visualizar un reportaje en términos televisivos.
- . Es indispensable, lograr continuidad y coherencia entre lo visto y lo oído, a fin de que surja una imagen integrada de las noticias.

- El reportero para la televisión requiere:

- . Los principios periodísticos establecidos;
- . una destreza técnica,
- . un nuevo criterio para valorar las noticias.

- En el campo de la comunicación se ha hecho poco para formular:

- . Sus principios
- . Sus procedimientos y prácticas.

- Se están buscando nuevas fuentes de noticias para las cámaras. Se necesita resolver el problema:

. Que representa traducir en términos visuales inteligibles - noticias que se originan donde las cámaras no pueden llegar: la mente humana, o un apartado lugar del globo.

. Se debe resolver el problema de interpretar las noticias -- verbalmente y en forma adecuada, teniendo en cuenta las limitaciones del tiempo que impone el elemento visual.

- Las noticias televisadas tienen una índole propia:

. No solo dicen lo que está pasando, sino que nos presentan - visualmente las noticias.

. Traen el mundo a nuestra casa y nos lo ofrecen en una perspectiva clara.

. LOS REPORTAJES de televisión tiene la tarea principalísima:

. De interpretar la magnitud y complejidad de lo ocurrido cada día (no importa donde haya tenido lugar) y de DARLE SIGNIFICADO DE ACTUALIDAD.

. Para cumplir este cometido los noticieros de televisión:

. Han adaptado o han mejorado las técnicas desarrolladas por los periódicos, las revistas de información y la radio; y en su estructura; incorporan factores que le son privativos.

- Cualquiera que sea el método de que se valga la televisión para presentar (dentro del tiempo del que dispone) EL SIGNIFICADO de las noticias del día, todas las teledifusiones de prensa deberán:

- . Tener autoridad (cuando sabe lo que dice).
- . Ser imparciales.
- . Llevar en si una sensación de realidad (mucho más profundo de la que ofrece cualquier otro medio, porque la televisión añade lo subjetivo a lo que usualmente es algo puramente objetivo).

- La visualización de la noticia a través de la televisión, - significa la aportación al periodismo, en cualquier fenómeno global, de unas dimensiones nuevas (y unos problemas que resultan prácticamente desconocidos para el periodista especializado en prensa o en radio). El periodista que elige para su trabajo el camino de la visualización de la - noticia, debe reconocer los peligros implícitos de su impacto emocional.

- La televisión visualiza la noticia, la hace materia visible; en suma la aparta menos- pero la aparta siempre de la realidad que es - aprehendida preferiblemente a través de la vista. El proceso especifico de la televisión es, pues, que unos hechos que ocurren en la realidad se pueden convertir en imágenes susceptibles de ser transmitidas.

- La televisión va a la vanguardia de los otros medios de comunicación en el manejo de las noticias:

- . No tanto por la índole de quiénes trabajan en la T.V.
- . Ni por su embrollado equipo.
- . Ni por los servicios de unos hombres hábiles e inteligentes,
- . Sino que presenta ese nuevo campo de la comunicación EL VI-

SUAL.

- El auge de los reportajes de T.V. empieza en el momento mismo en que se ven las noticias. (32).

II. 2.2 EL CULTO A LA PERSONALIDAD.

Actualmente los noticiarios son un espectáculo donde el "locutor es la estrella". El culto a la personalidad es igualmente otro factor que contribuye a aumentar la carga emotiva presente en los mensajes, periodísticos.

La noticia en televisión no se presenta con el mismo distanciamiento con respecto al periodista como ocurre en otros medios. Las noticias en T.V. no son anónimas; no se distribuyen sin nombre y sin rostro como las noticias impresas. Cada noticia lleva el nombre mismo del autor.

"Las noticias son relatadas por hombres y mujeres y sus rostros se ven en la pantalla y sus voces se escuchan y sus ideas determinan en alguna medida su expresión facial y bocal, en otras palabras el talento es un elemento indispensable para las noticias televisadas. El carácter indispensable del talento ejerce una atracción constante sobre los noticiarios de televisión empujándolos hacia el sistema de estrellas, tan prevaleciente en el mundo del entretenimiento". (33)

Aún cuando algunos estudiosos de la comunicación se resisten a aceptar como característica positiva de la televisión el que los locutores sean vistos por el público como estrellas o como personas especiales, este fenómeno que hace popular al comentarista que aparece en la pantalla, se da como un proceso natural pues es el público mismo quien acepta o rechaza al locutor, produciéndose así el sistema de estrellas.

Este sistema de estrellas -creado por el público- no parece que vaya a cambiar, lo que está cambiando y seguirá cambiando, es el calibre de posibilidades de las estrellas.

Hasta ahora han sido demasiados LOS COMUNICANTES ELECTRONICOS

dotados de ingenio para conquistarse al público, LIMITANDOSE SOLO A LEER: han sido personajes sin credenciales en terrenos de los noticiarios ahora se está produciendo LA COMBINACION FELIZ DEL REPORTERO Y DEL COMUNICANTE CON TALENTO.

II. 2.3 LA NOTICIA COMO ESPECTACULO.

Al relacionar al término noticia como espectáculo, nos encontramos con el inconveniente de que la palabra espectáculo trae consigo - diferentes connotaciones que nos produce un cierto rechazo al escucharla, sobretodo si se trata de unir con la palabra noticia, que como ya se ha mencionado, el trabajo periodístico es muy delicado, serio y trascendental. Por este motivo se pondrá en claro el sentido que realmente tiene - esta expresión.

Espectáculo viene de ESPECTARE que significa VER y la palabra en sí se utiliza para hablar de algo que se ve o se muestra en grande y con variedad de elementos. La noticia entendida como espectáculo, no es en cuanto a contenido, sino a la serie de elementos que rodean su presentación, esto es; el marco que la presenta.

"La televisión se ha colocado a la cabeza en lo que a informativo se refiere, de los restantes medios de información. Esto se debe a la combinación de los tres elementos señalados: preponderancia de lo visual, culto a la personalidad y estructura de funcionamiento análogo a la del espectáculo". (34)

Vemos pues como de espectáculo, que lleva implícito que está formado por una VARIEDAD DE ELEMENTOS y agregaremos QUE SE VEN, se deriva el concepto emisión de noticias como un espectáculo.

II. 3. LOS FINES INFORMATIVOS EN LOS NOTICARIOS DE TELEVISION.

Los fines informativos los podemos representar gráficamente - en el siguiente esquema:

A) "Uno de los fines específicos es el de difundir hechos o ideas de interés general, hechos o ideas considerados en un momento dado como noticias". (35)

B) Fines específicamente periodísticos:

. "Informar acerca de los acontecimientos, admitiendo en esta labor, ciertos matices de presión sobre sus públicos, unas veces claramente y otras de forma encubierta". (36)

C) Fines Sociales:

. "Educar a los públicos.

. Servir de instrumento para la libre comunicación de opiniones". (37)

D) "Toda buena información televisada tiene como finalidad -- presentar en forma visual los elementos básicos de alguna controversia, ofreciendo para ello todas las manifestaciones de la noticia. La televisión comprendiendo su responsabilidad en la difusión de las noticias, se echa a cuestras la tarea de presentar una EXPLICACION VISUAL de los hechos". (38)

11.4 LOS GENEROS PERIODISTICOS EN LA TELEVISION.

Pensando en dar una explicación amplia ordenada y sencilla de lo que son los géneros periodísticos por televisión, se transcribe aquí todo lo referente a este tema, basándonos en los apuntes de clase del Licenciado Ubaldo López, maestro de la Universidad Autónoma de Guadalajara pues en estos apuntes se presenta en forma clara y breve lo más esencial del tema.

Aquí se expondrán las divisiones de los géneros periodísticos hechos por dos estudiosos de la comunicación: Arias Ruiz y Miguel Pérez-Calderón. (39)

Como punto de partida tomemos un párrafo de ARIAS RUIZ:

LA INFORMACION AQUI, EN TELEVISION, DISCURRE ESENCIALMENTE -- POR LOS MISMOS CAUCES QUE EN EL RESTO DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS, COMPRENDE ASI:

* LA INFORMACION PURA.

ESTO ES, LA SIMPLE TRANSMISION DE LA NOTICIA.

* LA INFORMACION MAS AMPLIA.

VISTA EN CIERTO MODO A TRAVES DEL TEMPERAMENTO DE QUIEN LA OBTIENE Y QUE SUELE DEBATIRSE, APARTE OTRAS CUESTIONES, ENTRE LA GENERALIZACION O LA ESPECIALIZACION.

* EL EDITORIAL O COMENTARIO DE LA NOTICIA.

* Y LAS LLAMADAS TRIBUNAS, RUEDAS O ENTREVISTAS DE PRENSA.

EN LAS QUE VERIFICA EL COMENTARIO DEL ACONTECIMIENTO, SEGUIDO O INTERCALADO DE POSICIONES PERIODISTICAS DIFERENTES.

Por su parte, MIGUEL PEREZ CALDERON, también admite de entrada el paralelismo entre los géneros periodísticos en la T.V. y los géneros - periodísticos en prensa escrita.

TODOS ESTOS PROGRAMAS INFORMATIVOS ESPECIALES

* RESPONDEN CLARAMENTE A ALGUNOS DE LOS GENEROS INFORMATIVOS - CLASICOS:

- ENTREVISTA.
- REPORTAJE.
- ENCUESTA, etc...

* O SUPONEN, CON LAS VARIANTES IMPUESTAS POR LAS MODALIDADES - ESPECIFICAS DE LA TELEVISION, UNA FORMULA MIXTA DE DOS O MAS DE ELLOS.

ESTOS GENEROS APLICADOS A LA INFORMACION TELEVISADA SON:

- * INFORMACION.
- * REPORTAJE Y
- * CRONICAS.

Ocurre, sin embargo, que Pérez Calderón, no distribuye rigurosamente los posibles géneros del periodismo televisivo en los dos grandes aportados que se encuentran en la base de cualquier clasificación objetiva de estas modalidades de la información:

1) DE UNA PARTE, Y EN PRIMER LUGAR,

LOS GENEROS PERIODISTICOS INFORMATIVOS.

AQUELLOS QUE TIENEN COMO OBJETIVO PRIMERO LA PRESENTACION DE UNOS HECHOS.

2) Y EN SEGUNDO LUGAR:

LOS GENEROS PERIODISTICOS INTERPRETATIVOS.

AQUELLOS TEXTOS QUE SIRVEN PARA EXPONER IDEAS O COMENTA --
RIOS.

La distribución binaria de los géneros periodísticos, es de --
cir, por un lado los relatos de los HECHOS y por otro lado la exposición
de las IDEAS, puede ser aplicada puesto que esta clasificación tiene --
validez prácticamente universal.

No obstante, como esta distribución binaria resulta insufi --
cientemente para abarcar toda la variedad estadística del periodismo, en
su lugar es preferible, la distribución de los géneros en cuatro aparta--
dos:

- * INFORMACION.
- * REPORTAJE.
- * CRONICA Y
- * ARTICULO (O COMENTARIO).

4. Como señalan los expertos en televisión, no hay razón pa--
ra que los géneros periodísticos en T.V. sean sometidos a un criterio --
clasificadorio diferente, puesto que la distinción se establece ori--
ginalmente POR MOTIVOS DE CONTENIDO:

La distinción entre mensajes básicamente informativos
y mensajes predominantemente orientadores o críticos.

Por tanto, podemos establecer un cuadro general así:

II.4.1. LA ESTRICTA INFORMACION COMO NOTICIA PARA TELEVISION.

II.4.2. EL REPORTAJE, Y SUS NUMEROSOS SUBGENEROS.

II.4.2.1. EL REPORTAJE HABITUAL.

II.4.2.2. EL GRAN REPORTAJE.

II.4.2.3. LA ENTREVISTA.

II.4.2.4. LAS ENCUESTAS.

II.4.2.5. LOS PROGRAMAS COLOQUIALES.

a.- Conferencias de Prensa...

b.- Ruedas de Prensa,

c.- Coloquios.

II.4.2.6. LOS INFORMATIVOS ESPECIALES, etc.

II.4.3 EL ARTICULO O COMENTARIO, igualmente con sus variantes más des-
tacados.

II.4.3.1. El EDITORIAL.

II.4.3.3. EL COMENTARIO Y

II.4.3.3. LA CRITICA.

II.4.4. LA CRONICA.

Vale la pena recordar aquí que, de estos cuatro géneros, los -
DOS PRIMEROS aunque en distinto grado corresponden a los llamados GENEROS
PERIODISTICOS INFORMATIVOS, (información y reportaje), el ARTICULO, en -
su amplia gama de posibilidades, es un GENERO PERIODISTICO INTERPRETATIVO,
y finalmente, la crónica es un género periodístico HIBRIDO en el que es -
tán presentes el relato de hechos y la exposición de ideas.

11.4.1 LA ESTRICTA INFORMACION COMO NOTICIA.

11.4.1.1. LA INFORMACION COMO GENERO PERIODISTICO.

LA INFORMACION, en cuanto género periodístico, viene a coincidir sustancialmente con el concepto visual que se tiene de NOTICIA, entendida como un texto literario de características peculiares.

A.- PEREZ CALDERON, parte de una distinción previa que también se encuentra formulada en manera muy parecida en -- Arias Ruiz.

En televisión existe, por un lado, una información en imagen (la retransmisión directa y la grabación informativa) y por otro lado una INFORMACION MIXTA. (integrada por imagen y palabra).

Esta última se utiliza siempre que no pueda informarse, - a través de la imagen en movimiento o la imagen estática.

Se recurre entonces al locutor ante una cámara que da cuenta de las noticias a través del único instrumento o vehículo de que dispone: la palabra.

B).- De acuerdo con este autor, la información en cuanto género - o como él prefiere decir la noticia- TIENE QUE SER - IMAGEN, siempre que sea posible.

La mayor parte de la información de los telediarios se - da a través de grabaciones.

Hay sin embargo, otra parte hablada que leen los locutores ante las cámaras -la llamada INFORMACION MIXTA- impuesta por la necesidad de informar urgentemente, y que si se soslayara convertiría los telediarios en algo ca - rante de sentido, en todas las televisoras del mundo se-

sigue este sistema y, de momento, no se dispone de otro - para darlo todo o casi todo en imagen.

C.- En relación con este tema, Pérez Calderón perfila las siguientes cautelas que deben seguirse en la presentación - de este género periodístico a través de la T.V.

"LAS INEVITABLES INTERVENCIONES DEL LOCUTOR EN IMAGEN, DEBEN REDUCIRSE AL MINIMO Y HABRAN DE SER BREVES Y CONCISAS".

pero llegado el momento deberá emitir juicios de valor, con la misma brevedad que impone el medio.

"LAS NOTICIAS QUE FACILITE TIENEN QUE SER POCAS Y CORTAS. HAY QUE OFRECER TEXTOS RESUMIDOS Y NO DETALLADOS.

sin perjuicio de que en las sucesivas ediciones del servicio informativo, vuelva a insistirse sobre el tema con nuevas noticias de las mismas características.

II.4.2. EL REPORTAJE Y SUS NUMEROSOS SUBGENEROS.

II.4.2.1. EL REPORTAJE HABITUAL.

. Se sitúan aquí los trabajos periodísticos que son normales dentro de la programación. Pérez Calderón habla de REPORTAJES NORMALES y describe tres tipos: (40)

- Los correspondientes a noticias o acontecimientos que se conocen por anticipado.

- Los relativos a hechos o sucesos imprevisibles.

- y, en tercer lugar, el reportaje expresamente fabricado.

Como dato común a todos ellos podríamos señalar éste:

El reportaje televisado es un intento de acercar al espectador, mediante la poderosa fuerza comunicativa de la imagen, a aquellos temas que afectan el campo de interés habitual de los públicos, independientemente de que estas mismas cuestiones sean tratadas informativamente por otros medios de información.

II.4.2.2. EL GRAN REPORTAJE.

En periodismo televisado el gran reportaje puede definirse como el análisis y síntesis de un hecho o acontecimiento de interés nacional o internacional, realizado con arreglo a la técnica específica de la televisión.

II.4.2.3. LA ENTREVISTA.

a. La entrevista en T.V. puede definirse como la noticia contada en persona por su protagonista al expectador, con toda la trascendencia de que ello se deriva.

b. La entrevista es una modalidad del reportaje. La entrevista responde a lo que se llama EL REPORTAJE DE CITAS, es decir; un reportaje en el que se intercalan frases personales de los protagonistas o testigos de los acontecimientos que se narran.

11.4.2.4. LA ENCUESTA.

Es un género de clara aplicación a la Televisión, o mejor toda vía, de probada eficacia en la información televisada, son entre vistas-múltiples con preguntas invariables.

11.4.2.5. LOS PROGRAMAS COLOQUIALES.

a. Conferencias de prensa:

No son, propiamente hablando géneros periodísticos de ningún tipo, sino simples técnicas de trabajo para facilitar la labor del reportero.

Género periodístico sí es, por el contrario, la forma concreta que el periodista da a la descripción o narración del acto informativo - y de las noticias o ideas que allí fueron expuestas.

Al hacer la plasmación formal del acto informativo llamado conferencia de Prensa, se concreta normalmente en una de estas dos modalidades del reportaje; el que hemos denominado reportaje habitual, o la entrevista filmada.

b. Rueda de Prensa:

En televisión la RUEDA DE PRENSA suele originar programas de gran altura y se reserva para destacados protagonistas de la vida pública, políticos, pensadores, artistas, científicos etc.

La técnica consiste en reunir varios informadores en torno a esa figura destacada que es sometida a continuo bombardeo de preguntas en torno a las materias de la específica competencia de esta personalidad.

La RUEDA DE PRENSA cuenta siempre con un moderador, o presentador conocido, que: da entrada a los distintos entrevistadores, suaviza posibles tensiones, salva o llena baches, hace la introducción de la RUEDA, y expone el resumen final de lo tratado.

c. COLOQUIOS.

Son variantes de la rueda de prensa: tienen en común el régimen de mesa redonda alrededor de un tema; tienen como elemento diferencial que no hay una persona interrogada, sino que varios expertos en -- una misma materia dialogan libremente en torno a un tema previamente señalado.

Tiene más espontaneidad y calor humano que la Rueda.

En el coloquio lo que interesa resaltar es el tema del asunto, más que los participantes en la mesa redonda, mientras que en la rueda la figura o personalidad tiene una importancia.

Una modalidad muy interesante de los coloquios que son los -- programas conocidos como FRENTE A FRENTE: un coloquio entre dos figuras que polemizan una contra otra sobre cuestiones de su común especialización: política, ciencia, arte, literatura, periodismo etc.

II.4.2.6. LOS INFORMATIVOS ESPECIALES.

Lo que personaliza a estos programas es su desgajamiento de -- los espacios periodísticos habituales para presentarlos con entidad propia, tanto por su duración, como por el horario de emisión.

II.4.3. EL ARTICULO O COMENTARIO igualmente con sus variantes más des tacadas.

II.4.3.1. EL EDITORIAL.

El editorial tal como lo entendemos aquí en un noticiario de TV, expresa EL PUNTO DE VISTA DE LA ORGANIZACION TRANSMISORA, no el personal del periodista.

Esta forma de periodismo equivale a la página editorial de un periódico, surgió en el campo de la radio y la televisión hace relativamente poco tiempo.

Las estaciones que transmiten editoriales lo hacen por alguno de los siguientes motivos:

- Aceptar sus responsabilidades respecto a la comunidad y -- orientar la opinión pública.
- Ganar prestigio como medios informativos de confianza.
- Atraer y crear un público mayor; pero en general en nuestra realidad actual son pocos los editoriales que se presentan por televisión y menos frecuente se ve este género en los -- noticiarios diarios, es más común ver editoriales en los -- programas especiales de profundidad que pasan cada semana.

II.4.3.2. EL COMENTARIO.

Está sometido a las mismas limitaciones básicas que el Editorial puesto que se apoya fundamentalmente en la palabra del comentarista.

No obstante, si el comentarista tiene habilidad televisiva: -

- SI DICE Y NO LEE SU TEXTO; si está dotado de encanto fotogénico, si sabe desaparecer para que el texto escrito pueda en garzar con la imagen el resultado puede ser más notable, -- ágil y dinámico, MAS TELEVISIVO.

II.4.3.3. LA CRITICA.

Dice Pérez Calderón.

"La función informativa y orientadora de la televisión sería incompleta si no acogiera y concediera el adecuado relieve a la reseña - y la crítica de artes, espectáculos, libros.

Es casi una misión mixta de lo informativo y lo docente, en la que por supuesto, hay que trabajar también con estricta sujeción a los - principios básicos de la pequeña pantalla, fundamentalmente los que se - refieren a la concisión y al predominio de la imagen".

Dentro de la variedad de manifestaciones literarias o periodísticas que caben en este apartado, lo más destacado e importante es, el - comentario crítico y valorativo de las obras del espíritu creador: arte, cine, teatro, poesía, novela, música, etc.

II.4.4. LA CRONICA.

La crónica se perfila como un género híbrido, esto es, se encuentra a mitad de camino entre el estilo informativo y el interpretativo.

Las crónicas se caracterizan por UNA CIERTA CONTINUIDAD, bien por la persona del periodista, bien por la persona del cronista, y por - los temas y ambientes tratados: crónicas de enviado especial, de guerra, deportivas, taurinas, etc.

Esta continuidad y regularidad, establece generalmente una familiaridad y confianza que permite hablar en un tono directo, llano y desenfadado, como si se tratara de una comunicación interpersonal como si se dirigiera a viejos conocidos, de una parte, de otra, la continuidad de la persona, el tema o el ambiente, da pie de forma casi obligada a que el periodista intente explicar los hechos de que habla y se permita juicios orientadores acerca de los sucesos que describe.

CONCLUSIONES

I

- El medio impreso tiene mayor amplitud para enriquecer la noticia con detalles y tiene una cualidad trascendental, SU PERMANENCIA EN EL TIEMPO Y EN EL ESPACIO.
- Ha evolucionado técnicamente porque cuenta con el más avanzado sistema de comunicaciones para allegarse información.
- Ha mejorado en cuanto a contenido porque en la actualidad la información que presenta es trascendental, en una palabra está llena de noticias.
- No existe una competencia real entre el periodismo impreso y el electrónico porque ambos se complementan precisamente por sus diferencias y limitaciones.

II

- La radio es una excelente medio auditivo en lo referente a informativo pues proporciona en forma inmediata las noticias.
- No exige especialización para la descodificación.
- En relación a redacción radiofónica que se distingue por la brevedad y sencillez en función de la claridad enunciativa, se necesita un cambio de mentalidad para escribir para la radio.

III

- La TV por su naturaleza es imagen y como tal debe presentar así, visualmente, la información.
- La televisión es la voz informativa más importante.

PORQUE: "EJERCE UNA INFLUENCIA PERSONAL Y GRAFICA
SOBRE EL TELEVIDENTE"

- El lenguaje de la televisión es imagen.
- En la química de la televisión hay elementos de impresión y participación.
- La televisión influye especialmente sobre las personas que no leen (que son la gran mayoría).
- La televisión visualiza la noticia, esto es, los hechos que ocurren en la actualidad, se pueden convertir en imágenes.
- En televisión es prioritario, sobre la cantidad de información el contenido.
- Las noticias por televisión tienen una índole propia, no sólo dicen lo que está pasando sino que lo dejan ver.

IV

- La noticia entendida como espectáculo, se refiere a la serie de elementos que rodean su presentación, esto es, el marco que la presenta, los hechos noticiosos se ven en su ambiente pero dentro de un marco de variedad.

- El culto a la personalidad es el resultado del esfuerzo, capacidad y autoridad del locutor esto es, sabe lo que dice y su actuación es la del reportero y comunicador con talento.

V

- Los géneros periodísticos en TV son antes que nada Informativos e Interpretativos y las diversas formas que se desprenden de éstos son - los recursos con los que la televisión se enriquece para ofrecer de forma variada y atractiva, la información.
- La información en cuanto a género tiene que ser imagen siempre que -- sea posible.
- La intervención de los locutores debe ser breve y concisa.
- Los textos no deben ser detallados sino breves.

PIES DE PAGINA

- (19) Borrego Salvador.- Periodismo Trascendente.- México, D.F. Litho Offset Alfaro Hnos. S.A. 1983, pág. 9.
- (20) De la conferencia de Carlos Septién García citado por Guajardo Horacio.- Elementos de Periodismo.- México, Gerrika, 1982, pág.111.
- (21) Alcalde Carmen.- Como Leer un Periódico.- España, A.T.E., 1981, -- pág. 103.
- (22) Bond Fraser F.- Introducción al Periodismo.- México, Limusa, 1981, - pág. 364.
- (23) Borrego Salvador.- Periodismo Trascendente.- México, D.F., Litho - Offset Alfaro Hnos. S.A. 1983, pág. 148.
- (24) Idem.
- (25) Bond Fraser F.- Introducción al periodismo.- México, Limusa, 1981, - pág. 364.
- (26) Ibidem.
- (27) Foaga Concha O Pedro.- La Especialización en el Periodismo.- España, Dossat, 1974, pág. 46. cita a su vez a Vera de Ribaupierre.
- (28) Apuntes de Clase del Lic. Ubaldo López, maestro de la U.A.G.
- (29) Idem.
- (30) Apuntes de clase del Lic. Ubaldo López, maestro de la U.A.G.
- (31) Green Maury.- Periodismo en TV.- Buenos Aires, Troquel, 1973, págs. 59, 60, 62, 66.

- (32) Apuntes del Lic. Ubaldo López, Maestro de la U.A.G.
- (33) Green Maury.- Periodismo en TV.- Buenos Aires, Troquel, 1973, pág.63.
- (34) Idem.
- (35) Martínez Albertos Jose Luis.- El mensaje Informativo.- España, A.T.E. 1977, pág. 33.
- (36) Idem.
- (37) Idem.
- (38) Apuntes de clase del Lic. Ubaldo López, maestro de la U.A.G.
- (39) Idem.
- (40) Idem.

CAPITULO III

"ANALISIS DE LOS GENEROS Y FORMATOS PERIODISTICOS A NIVEL NACIONAL Y LOCAL"

El presente análisis nos ayudará a tener una visión más amplia de lo que es un formato de televisión, sus diferentes estilos y estructuras así como el contenido y manejo de la información.

El primer objetivo de dicho análisis es conocer las formas en que se presentan los diferentes noticiarios y ver de que recursos se valen para darle variedad al programa de noticias, para de aquí partir, -- una vez recogidas las mejores ideas, para la elaboración del formato del noticiario "Al Tanto".

Hacemos el señalamiento de que todos los esfuerzos que se realizan por hacer atractivo un noticiario es pensando en el público televidente, en la forma de darle un mejor servicio sin que esto signifique -- restarle valor a la noticia o quitarle valor a la labor periodística, -- por el sólo hecho de buscar la mejor forma para presentar un contenido - valioso.

Los noticiarios que se analizan son:

"24 Horas"	Canal 2
"Hoy mismo"	
"Desde Temprano"	Canal 13
"Siete Días"	
"Al Tanto"	Canal 4

A continuación presento un esquema estructurado de todos los elementos que se analizan.

NOMBRE DEL NOTICIARIO
 TIEMPO QUE DURA EL MONITOREO
 COBERTURA
 LOCUTORES QUE INTERVIENEN A CUADRO

Estos datos tienen la finalidad de proporcionarnos información sobre el noticiario que se analiza y ubicarnos dentro de un marco de referencia.

APOYO VISUAL:

Imagen grabada: % esto es:

-con audio integrado e imagen sin sonido y que sirve de apoyo para la lectura que hace el locutor.

SIN APOYO VISUAL: % esto es:

-Información leída por el locutor a cuadro.

Estos datos nos van a servir para demostrar la importancia de presentar la información más en imagen que en palabras.

INFORMACION NACIONAL
 INFORMACION INTERNACIONAL %
 INFORMACION DE PROVINCIA

DEPORTES, REPORTAJES CIENTIFICOS, NOTICIAS DE LA BOLSA, PRONOSTICO METE
 REOLOGICO, ETC. %

Esta información nos dará la distribución del contenido para así poder detectar si hay desequilibrio en dicha distribución.

INTERVENCION DE LOS LOCUTORES A CUADRO:

Este dato nos servirá para demostrar lo que se dijo referente a la PERSONALIDAD como elemento que conforma la noticia entendida como espectáculo.

FORMA DE PRESENTAR LA INFORMACION:

- Secciones en que se divide el noticiario.
- Utilización de cortinas y ganchos noticiosos*
- Secciones especiales
- Números artísticos.

Nos servirá para hacer un juicio y análisis de los elementos que se utilizan para darle variedad al noticiario y de aquí tomar ideas para proponerlas en el formato del noticiario "Al Tanto"

* Cortinas: Son las imágenes que editadas de manera ingeniosa, identifican una sección en especial.

* Gancho: Puede ser presentado con imágenes y por escrito, lo más importante, el meyo de la información, o bien puede darse en forma verbal, por el locutor.

TIPO DE PUBLICO AL QUE SE DIRIGE:

Los noticiarios que se analizan son: matutinos, vespertinos y nocturnos, por lo tanto ésta información nos ayudará a comprender, en función de que realizan el contenido y formato de los noticiarios.

PARTICIPACION DEL PUBLICO:

En el desarrollo de esta tesis se insiste sobre la importancia de la participación del público como signo de que el noticiario no debe ser un simple divulgador de noticias, sino más bien un verdadero instrumento de información y comunicación, por lo tanto, este dato nos ayudará a detectar si se cumple o no con esta función.

GENEROS PERIODISTICOS:

Informativos: %

Interpretativos: %

Saber si el género interpretativo es utilizado o no, nos permitirá sondear el grado de compromiso social de los telediarios y su respuesta.

Información como noticia: cuántas noticias se dan al día. Este dato nos permitirá establecer un porcentaje entre el género informativo e interpretativo.

Reportaje Habitual

Gran Reportaje

Entrevista

* Coloquiales: Coloquios, rueda de prensa, conferencia de prensa.

Informativos Especiales

Encuesta

Crónica

Artículo o comentario con sus variantes:

- Editorial
- Crítica
- Comentario

El conocimiento de la clase de género que emplean y la frecuencia con que se utilizan, nos permitirá evaluar el uso que se hace de éstos y al mismo tiempo detectar las carencias u omisiones que se hagan en los telediarios.

FUENTES DE INFORMACION:

Esta información nos servirá para evaluar si la información contenida en el noticiario, proviene de distintos sectores y de muy variadas fuentes y detectar si los telediarios se están limitando a determinadas fuentes de información y descuidan otras provocando un desequilibrio en el contenido.

* Coloquiales: Son programas que tienen en común el estilo de mesa redonda y versan al rededor de un tema; se presentan con las diferentes variantes que corresponde a cada uno de los subgéneros como son: rueda de prensa, conferencia de prensa y coloquios.

IV. 1 Canal 2

24 Horas

Monitoreo del 1 al 30 de Junio

Cobertura: Se transmite a todo el país y pasa simultáneamente por radio a través de la X E W, así mismo por Univisión se transmite a los Estados Unidos y a la República Dominicana.

Horario: 14:00 horas y 10:30 P.M.

Locutores que intervienen a cuadro:

Jacobo Zabudovsky ----- Conductor del noticiario.

Lolita Ayala ----- Locutora y conductora en ausencia de Jacobo.

Fernando Swarts ----- Deportes.

Enrique Burak ----- Deportes

"24 Horas"

APOYO VISUAL: para el noticiario de las 10:30 P.M.

Imagen grabada: 80% esto es:

Noticiario de 1 hora menos 18' de anuncios - con audio integrado e
 42 efectivos de los cuales 34' = 80% imagen en video sin -
 y 8' sin apoyo visual = 20% sonido y que sirve de
 apoyo para la lectura
 que hace el locutor.

SIN APOYO VISUAL: 20 % esto es:

- Información leída por el locutor a cuadro.

APOYO VISUAL: para el noticiario de las 14:00 horas.

Imagen grabada: 60 % esto es:

- con audio integrado e
 imagen sin sonido y -
 que sirve de apoyo pa
 ra la lectura que ha-
 ce el locutor.

SIN APOYO VISUAL: 40 % esto es:

- Información leída por el locutor
 a cuadro.

Vemos claramente que en 24 Horas hay imagen de "apoyo" en la mayor parte de su contenido visual, no podemos negar que sí se ha dado el caso de que la información se haya presentado más en imagen que con palabras, pero la tendencia que mayor peso tiene es la de la imagen - de apoyo.

Un medio como la televisión se presta para que todos creamos conocerlo, porque lo vemos y lo tenemos al alcance de la mano, incluso nos parece natural la forma como se nos muestran las noticias por televisión, pero comprender lo que es y como se debe presentar la noticia- por televisión, no es fácil, porque durante muchos años se ha sosteni- do una misma corriente, no digamos filosófica sino más bien práctica, - de como manejar la información en este medio. La noticia se da de for- ma radiada a pesar de los constantes esfuerzos y la cantidad de cam -- bios tecnológicos de la era moderna.

La información se da más para ser oída que para ser vista, - y el video que es más trascendental por ser la noticia en imagen es -- relegado a segundo término de tal forma que en la mayoría de los casos sirve sólo de "apoyo".

Es frecuente escuchar en la jerga periodística, "la nota tie- ne video de apoyo", cuando lo que deberfa ser es que la imagen tuviera palabras de apoyo. La televisión es un medio AUDIO-VISUAL y debe mos - trar los hechos más con imágenes que con palabras.

La televisión es un medio joven, a comparación de la radio - y la prensa, en la difusión de las noticias y por supuesto tuvo que to- mar ideas de sus antecesores.

"En México, el primer programa que se produjo y se transmi- -- tió al aire fue precisamente un noticiario, el 5 de diciembre de 1950-

con duración de dos horas. El redactor y director de este noticiario fue Jacobo Zabudowsky quien dirigió el primer informativo profesional: Noti mundo, del diario El Universal, patrocinado por la General Motors.

Estos primeros años los noticiarios eran producidos básicamente por los principales diarios de la ciudad de México. Los noticiarios eran así una mera prolongación de la prensa, las primeras imágenes eran por ello, fotografías de los mismos diarios. (41)

Ahora ya no son los diarios quienes proporcionan la información, ya no son fotografías las que apoyan las noticias, pero la herencia de los inicios persiste, se dice más con palabras que con imágenes, esto existe en todos los telediarios analizados.

INFORMACION NACIONAL

INFORMACION INTERNACIONAL

70 % = 23'

INFORMACION DE PROVINCIA

DEPORTES, NOTICIAS DE LA BOLSA, REPORTAJES CIENTIFICOS, ETC.

abarcan entre todos un 30% = 10'

La información internacional es cubierta de forma eficiente; - para ello "24 Horas" cuenta con una basta red de corresponsales en las - principales ciudades del extranjero.

La información Nacional es por lo general proveniente de la -- fuente política y de lo que sucede en el D.F., puede ser una razón el - que en el D.F. haya unos 17 millones de habitantes y es donde está con - centrada gran parte de la población del país y aunado a que las funcio - nes del gobierno están centralizadas en este lugar, la mayor parte de la información que aquí se genera es de importancia nacional y por lo tanto noticiable.

La información de Provincia es poca en comparación con la de - más información que se proyecta, esto lo corrobora Fernando del Monte -- quien trabajó ocho años en Televisa y estuvo colaborando en el noticia - rio 24 Horas: "hay poca información de provincia en 24 Horas" porque no - se ha logrado un entendimiento claro entre los corresponsales de provin - cia y el noticiario, por ejemplo: nosotros sí entendemos que es lo que - solicitan, de hecho la información que les hemos mandado de Guadajajara - se ha proyectado a nivel nacional por sus noticiarios "Hoy Mismo" y "24 - Horas", mucha información de provincia que se manda a "24 Horas" no lle - va la misma línea o estilo de presentar la información como se hace en - el noticiario y por lo mismo no se proyecta.

Fernando del Monte Gerente de Noticias de "Al Tanto", dijo que una solución para que haya mayor información de provincia sería que se -

aprovechara el Satélite Morelos para hacer un enlace con provincia y -- así cada región de la República proyectaría a nivel nacional, su propia información.

Televisa por ley debe proporcionar información Nacional, objetivo que no ha cumplido eficientemente. "El ex-presidente Lic. Echeverría convocó a una magna sesión de trabajo en junio de 1972. El resultado fue el origen de la actual fórmula de televisión que ha sido calificada por autoridades mundiales como la más armónica y adecuada para el país del tercer mundo en vías de desarrollo. Este modelo teórico permite la comunicación nacional a través del canal 2, la urbana a través -- del canal 4, la mundial del 5, la retroalimentación nacional a través - del 8, la educativa a través del 11, la estatal mediante el 12.5%, y la cultural a través del 13. (Miguel Sabido, titular de la Dirección de Estudios de la Comunicación de Televisa, en Cuadernos, Hum. 1, Televisa - junio de 1976)". (42)

El 30% de la información restante que se maneja en "24 Horas" está constituida por:

Deportes: esta sección maneja más información del sector -- privado que de otro sector.

Noticias de la Bolsa: Si comparamos la información financiera de "24 Horas" con la que se da en los noticiarios del canal 13, Imevisión, vemos que esta fuente de información es cubierta deficientemente.

Como se ve en "24 Horas" hace falta equilibrio, un equili--- brio basado en su responsabilidad ante la sociedad mexicana que necesita conocer su realidad no sólo política, sino económica y social, para estar informados sobre su medio y generar respuestas que ayuden a la -- nación.

INTERVENCION DE LOS LOCUTORES A CUADRO:

En el noticiario de las 10:35 los locutores aparecen poco a cuadro porque la mayoría de las notas tienen video, quien aparece más es Jacobo, quien lee sin video, con entonación especial y con uno que otro gesto, la información que se pretende tenga mayor impacto.

Jacobo Zabłudowsky es considerado como líder de opinión es la figura más importante del noticiario, él es la personalidad que viene a constituir un elemento que proporciona mayor carga emotiva al noticiario.

FORMA DE PRESENTAR LA INFORMACION:

- Secciones en que se divide el noticiario:

Teaser

"Muchas noticias en pocas palabras"

Deportes

El Teaser es la única constante las otras dos secciones cambian de lugar constantemente.

Que 24 Horas no tenga un formato con información dividida en secciones porque se pretende darle mayor variedad y flexibilidad al programa resulta una medida mediocre.

Tal y como está "24 Horas" da la impresión de haber caído en un período de estancamiento (en cuanto a producción) y de poca creatividad, se han olvidado de las secciones especiales: de comentario, de crítica, editorial, que se hacía con la colaboración de personalidades.

La variedad que presenta "24 Horas" la da el acomodo de las secciones, recurrir a ésto no está mal, en televisión no hay nada escrito, pero sí es necesario indicar que los cambios que presenta son muy pobres, habiendo infinidad de recursos para utilizar.

El noticiario dura una hora y la forma de presentar la información es sumamente condensada, tanto el noticiario de las 24 horas como el de las 10:35 están llenos de noticias duras *quedando poco tiempo para reportajes especiales, deportes, notas complementarias* y las porciones especiales interpretativas hechas por Jacobo.

*Según las definiciones tomadas de los apuntes del Lic. Ubaldo López profesor de la Universidad Autónoma de Guadalajara: Noticia dura es la que se concentra en acontecimientos de importancia nacional e internacional, que son inmediatas y sensacionales, de importancia para la mayoría.

*Entiéndase por nota complementaria, aquélla sin límites de tiempo y que da a los televidentes antecedentes sobre un problema político o social, algún descubrimiento científico u otro tema educativo y cultural.

ESTÁ TESIS DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

- Utilización de cortinas y ganchos noticiosos:

No utilizan cortinas para presentar las secciones.

Sí hay ganchos informativos que anuncian la noticia más importante del siguiente espacio noticioso.

- Secciones especiales:

Hace ya tiempo que 24 Horas dejó de tener secciones especiales como el horóscopo, cartonista, Tacho y sus rimas, colaboración de comentaristas como La China Mendoza, Blanco Moheno...

- Números artísticos:

En 24 Horas presentan variedades artísticas; sean fragmentos de una obra de teatro, entrevistas con algún famoso del espectáculo, etc. Esto no sucede a diario; esto es, no hay una sección de espectáculo permanentemente, no existe el compromiso como lo vemos en Hoy Mismo que es parte de su estilo presentar diariamente números artísticos; en 24 Horas éstos son un complemento que no está considerado como integrante invariable del noticiario.

El noticiario cuenta con entrevistas en el estudio con personalidades del mundo artístico, político, deportivo... esto aumenta la carga emotiva porque presenta a la fuente misma de la información en vivo y es ella quien proporciona los datos. Esto representa mayor fidelidad y credibilidad en la noticia.

TIPO DE PUBLICO AL QUE SE DIRIGE:

Principalmente a los señores, a una élite de intelectuales, industriales, funcionarios, etc., porque:

- La información que manejan resalta la prioridad que tiene la fuente informativa de los países altamente industrializados.
- En el plano internacional, se cubren los centros de poder políticos y económicos a nivel mundial.
- La malla de la red informativa de este telediario parece estar diseñado para captar hechos que conciernen a esferas del mundo político y económico.
- Un vasto universo de acontecimientos sociales que no carecen de interés para amplios sectores, queda excluido de principio. (43)

Este análisis hecho por los autores del libro "Televisa..." muestra una realidad que puede constatar en un mes de monitoreo.

PARTICIPACION DEL PUBLICO:

La participación del público se da esporádicamente y cuando lo hacen es por vía telefónica.

24 Horas no es un noticiario que se distinga por pasar al aire las llamadas telefónicas, esto se hacía al principio cuando recién empezaba el programa, pero este recurso de comunicación con el público ha desaparecido casi por completo del programa.

GENEROS PERIODISTICOS:

Informativos: 95 %

Interpretativos: 5%

* Este porcentaje es, considerando la cantidad de tiempo dedicada al género informativo e interpretativo, lo mismo que se hizo para todos los noticiarios.

Información como noticia: se dan de 48 a 50 noticias diarias - pero en los días que duró el mundial de Foot Ball se dieron de 17 a 38 - notas diarias y como una sección anexa al noticiario "Lo Mejor del Mun-dial".

Reportaje Habitual: dos a tres por semana.

Gran Reportaje; no es muy común ver este género en 24 Horas, - quizá esto se deba a que generalmente adopta en su presentación una for-ma altamente condensada de presentar las noticias.

Entrevistas en vivo: Se realizan dos o tres por semana, y gra-bada de cuatro a seis diarias.

Encuestas: este género se ve muy a la larga y por lo general- cuando se utiliza es en temas que no causan polémica y son poco trascen-dentes.

Coloquiales: no lo utilizan.

Los informativos especiales no son utilizados por 24 Horas.

Crónica: Sólo en deportes y en casos especiales.

Artículo o comentario con sus variantes:

Editorial: Es un género que se realiza en la persona de Jaco-bo Sabludovsky.

Crítica: no hay una sección especial para la crítica, cuando- la hay la hace Jacobo no con frecuencia.

Comentarios: a 24 Horas le hace falta comentarios valiosos des-púes de cada información trascendente.

FUENTES DE INFORMACION:

Cubre todas las fuentes informativas pero no en forma permanente como lo hacen otros telediarios, así en su emisión diaria las fuentes varían.

La primacía de la información recae en la política, como el -- conjunto de declaraciones y acontecimientos provenientes del gobierno -- (señaladamente del poder ejecutivo 24 Horas de la Noche del 17 de Junio) y en menor grado de la iniciativa privada.

Por otra parte las noticias de provincia son muy escasas y -- cuando alcanzan un espacio, nos dicen los investigadores del libro "Televisa el quinto Poder...", que se debe a tres factores:

- O el gobernador hace declaraciones.
- O está de visita algún funcionario público en determinada entidad.
- O bien se ha producido una perturbación social. (44)

Análisis con el que estoy de acuerdo, no puede ser más explícito pues baste con ver el noticiario para comprobar que lo que aquí se afirma es verdadero (antes de que saliera Jacobo del programa).

Este análisis también nos habla de las redes informativas para la ciudad: Las redes informativas identifican algunas fuentes e instituciones como las apropiadas las que pueden generar hechos de interés para el medio y son las siguientes:

- Para la información local (ciudad de México y zonas aledañas) hay treinta reporteros con camarógrafos y asistente. Buena parte de ellos está asignada a determinadas fuentes que indican la cobertura de-

una o más instituciones la mayoría de las cuales son gubernamentales - - (fuentes médico asistenciales, económicas, Presidencia...). (45)

Este despliegue empero determina lo noticiable. La ciudad es identificada y reducida a la fuente del Distrito Federal y cuando incidentalmente se captan otros acontecimientos más allá de las declaraciones oficiales, estas se refieren a hechos tales como incendios y otros tipos de calamidades. (46)

En lo que respecta a la red informativa internacional este estudio nos dice que cuenta con los servicios de treinta corresponsales permanentes, distribuidos en las principales ciudades del mundo, sobre todo en Estados Unidos y en Europa Occidental. Televisa-España cuenta con equipo propio y es una base de apoyo para la cobertura de acontecimientos en Europa, Asia, y Africa. En América Latina tiene pocos corresponsales y la base para la cobertura de Sud-América parece ser Bogotá, Colombia.

Así mismo Televisa cuenta con enviados especiales en aquellos sitios donde no hay corresponsales o bien para apoyar a los mismos cuando sea necesario. Además contrata los servicios de las agencias AP y UPI (Norteamericanas). AFP (francesa), EFE (española), así como los servicios informativos de la OTI, en lo referente a texto, y los del servicio Iberoamericano de Noticias y las cadenas norteamericanas CFS y NBC en lo referente a imagen.

Como vemos Televisa cuenta con una amplia capacidad de cobertura en todo el mundo sin excluir la República Mexicana, que para provincia tiene un corresponsal en cada entidad y diariamente todos los corresponsales envían sus reportes a la jefatura de información.

Esto demuestra que 24 Horas tiene un excelente sistema de captación de información lo que contrasta con la poca información que se --

proyeta de provincia. Hay una marcada tendencia a darle prioridad a -- fuentes del extranjero y del gobierno antes que a las fuentes de provincia.

IV. 1. CANAL 2

Hoy Mismo

Monitoreo del 10. al 19 de Junio.

COBERTURA: Nacional e internacional, se transmite a los Estados Unidos de Norteamérica y a Puerto Rico, y también a través de la X E W.

HORARIO: 7:00 a 11:00 A.M.

LOCUTORES QUE INTERVIENEN A CUADRO:

Guillermo Ochoa -----	Conductores
Lourdes Guerrero -----	
Gina ----Locutora	
Juan Dosal -----	Deportes
Antonio de Valdés -----	
Juan Carlos Iracheta ----	Reporte Meteorológico
Perla Moctezuma -----	Información para sordos.

HOY MISMO

APOYO VISUAL:

Imagen grabada: 80%

Noticiero de 4 horas, tiempo - con audio integrado e imagen-
 efectivo 2 horas 50 minutos- sin sonido y que sirve de apo
 2 horas de imagen grabada -- yo para la lectura que hace -
 y 50 minutos sin apoyo vi -- el locutor.
 sual.

SIN APOYO VISUAL: 20%

- Información leída por el locu
 tor a cuadro.

En "Hoy Mismo" como en los demás noticiarios, la información -
 que se presenta es generalmente con video de "apoyo"; rara vez la imagen-
 da la información

INFORMACION NACIONAL

INFORMACION INTERNACIONAL

30% = 1 Hr. 15 Min.

INFORMACION DE PROVINCIA

DEPORTES, NOTICIAS DE LA BOLSA, REPORTAJES CIENTIFICOS

REPORTAJE METEOROLOGICO ETC...

30% = 1 Hr. 15 Min.

ENTREVISTAS CON ARTISTAS Y NUMEROS MUSICALES 40% = 1 Hr. 20 Min.

En "Hoy Mismo" es común ver que el tiempo dedicado a los ar-tistas es mayor que el empleado en dar información; el porcentaje aquí - descrito sólo se refiere al resultado de poco más o menos un mes de moni-toreo, pero en los años que llevo viendo el noticiario ha sucedido que - el artista invitado dispone de todo o casi todo el tiempo del programa, - ejemplo: el que se le dió a Juan Gabriel, Memo Ríos, Tatiana, Chayan -- etc... así que el porcentaje descrito aquí puede variar a 80% de espec-táculo y un 20% de información periodística.

Parte de la información nacional, internacional y de provin -
cia es la misma que pasa en "24 Horas" aunque "Hoy Mismo" tiene sus pro-
pios reporteros los cuales aportan entrevistas, reportajes, encuestas, -
diferentes a las de "24 Horas", alguna de las informaciones que son lej-
das por los locutores sobre todo en el área internacional se dice con la
misma redacción que se escuchó en el noticiario de la noche.

INTERVENCION DE LOS LOCUTORES A CUADRO:

En la mayor parte del noticiario los locutores aparecen a cuadro porque el estilo del noticiario así lo requiere; Memo Ochoa comenta, bromea, los locutores bromean y platican entre ellos y están ahí en la pantalla mientras el tiempo corre.

FORMA DE PRESENTAR LA INFORMACION:

- Secciones en que se divide el noticiario:

- Teaser
 - la información nacional e internacional se da sin ninguna - división
 - Deportes
 - Reporte Meteorológico
 - Noticias para sordos

En este noticiario ninguna de las secciones mencionadas tiene una hora o espacio fijo, ni el Teaser porque hay ocasiones en que se -- abre el noticiario con comentarios y bromas.

- Utilización de cortinas y ganchos noticiosos:

La sección de noticias nacionales, internacionales y locales no tienen una cortina especial que identifique estos bloques de noticias.

Las presentan indistintamente; lo mismo es para deportes, la - información meteorológica y la información para sordos.

No utilizan ganchos para informar y jerarquizar la noticia más importante del siguiente espacio informativo.

- Secciones especiales:

Una vez a la semana presentan las siguientes secciones:

- "Norma el dinero y usted" en dónde se tratan diferentes tópicos sobre el tema y se hace a manera de comentario.
- Editorial: Está a cargo de José Pagés R. Director de la Revista Siempre.
- Entrevista los sábados, a cargo del Doctor cardiólogo José-Roberto Monroy sobre distintos temas en referencia al corazón. Le falta producción, le falta apoyo visual.

Este noticiario se caracteriza por no estar ajustado a un horario ni a un día para presentar las secciones (a excepción de la entrevista los sábados que es siempre ese día).

- Números artísticos:

Se presentan de ocho a catorce números musicales, con cantantes, bailarines, Show Man, guitarristas... que en total se llevan un -- tiempo de 25 a 30 minutos aproximadamente sólo en espectáculo, sin contar el tiempo que se le dedica a los artistas en las entrevistas que es similar al mencionado y en ocasiones mayor.

"Hoy mismo" cuenta con muchos recursos para darle variedad al programa. De aquí servirán, para proponerlos en el formato del noticiario Al Tanto; la sección de "Norma el dinero..." el Editorial, y la entrevista con el doctor".

TIPO DE PUBLICO AL QUE SE DIRIGE:

Principalmente a las AMAS DE CASA, gente que no trabaja en las mañanas... es un público algo indefinido ya que por distintas situaciones lo compone una diversidad de personas.

El contenido es agradable y de "acompañamiento"; para los que se quedan en casa, esto le ha atraído innumerables críticas, aquí citamos la que se oye en "Televisa el quinto poder": "Quizá como en ningún otro programa, en Hoy Mismo se observa el desenfadado tratamiento de la noticia que, mezclada en forma indiscriminada con entrevistas, números musicales, llamadas telefónicas del público y superficiales comentarios de los conductores, la fragmenta, la trivializa y la despoja de todo contenido realmente informativo". (47)

Si bien es cierto que en "Hoy Mismo" se hacen comentarios -- superficiales, se reciben llamadas del público, se hacen entrevistas y se presentan números musicales, también es cierto que es un error atribuirle a estos factores la trivialización y despojo a la noticia de todo contenido realmente informativo. La noticia es noticia con o sin espectáculo; -- que se le presente en un marco de variedad no significa que se le minimize; todos los recursos que se emplean para hacer aún más atractivo el noticiario sirven para atraer al televidente e informarle haciéndolo pasar un momento agradable.

Ahora bien en "Hoy Mismo" si encontramos información intrascendente y esto sí merece mencionarlo, porque si recordamos la definición de noticia que da Salvador Borrego, que nos habla de que es más que el hecho la significación del hecho, vemos que no debe tener cabida una noticia -- intrascendente por más agradable que esta sea y si continuamos con las de más características que nos menciona Dovifat Mc Dougall que nos dice que debe tener significado para mucha gente, que las noticias son el resultado de las fuerzas que interactúan en la sociedad y que se desprenden de -

la actividad misma del hombre, a decir verdad el que un perro esquife, o que un enamorado compre anuncios espectaculares para decirle a la novia que la quiere no tiene nada que ver con lo que hemos mencionado y - este tipo de noticias se encuentra en "Hoy Mismo", pero no en un alto porcentaje, de otro modo ya se hubiera mencionado.

PARTICIPACION DEL PUBLICO:

Este noticiario posee la particularidad de tener comunicación abierta al público, lo hacen por vía telefónica. Esta cualidad sería óptima si las llamadas que reciben fueran en su mayoría trascendentes y expusieran denuncias, señalaran errores: en suma fueran de provecho para la comunidad.

GENEROS PERIODISTICOS:

Informativos: 65% (El 25% restante generalmente es ocu-

Interpretativos: 10% pado por variedad artistica)

Información como noticia entre 37 y 45 diarias.

Reportaja Habitual: de 2 a 3 reportajes diarios.

Gran Reportaje: Este tipo de reportajes no se dan diario, -- los presentan dos o tres veces por semana.

Entrevista: ya sea en el estudio o bien grabados se hacen de 8 a 10 diarias.

Coloquial: El noticiario en sí lo podríamos catalogar de coloquial el noticiario tiene el estilo de comentar la noticia. Hay charla entre los locutores, se platica con el público y hasta la redacción del pie o información grabada por el reportero se hace a manera de plática.

En lo que respecta a los subgéneros, rueda de prensa y conferencia de prensa, no son muy utilizados, pero ahora con lo del mundial sí se utilizó este género.

- Información especial:

Este género que consiste en un sólo programa o bien un programa semanal regular de noticias y que se prepara en un tiempo limitado, no es utilizado por hoy mismo.

La crónica es un género informativo que es común en los deportes.

- Artículo o comentario:

Con sus Variantes;

Editorial: con todas sus condiciones y características, se presenta una vez por semana en Hoy Mismo con José Pagés R. Director de la revista Siempre.

Crítica: Este género es poco usual y no lo tiene Hoy Mismo como una sección especial.

Comentario: lo encontramos en la sección de "Norma el dinero..." y en forma cotidiana el programa está compuesto por comentarios.

Hoy Mismo es el noticiario que más géneros periodísticos utiliza.

FUENTES DE INFORMACION:

En Hoy Mismo las fuentes que tienen prioridad son:

- Sector Gobierno
- Internacionales: que van desde noticias trascendentes hasta intrascendentes.
- Local: los reporteros de Hoy Mismo hacen interesantes reportajes sobre lo que acontece en la ciudad, deportes, cultura, ciencia, se tocan temas como las vacaciones de los niños y lo que se debe de hacer en caso de accidente...

Las fuentes informativas que se cubren en Hoy Mismo son muy - diversas, y en ocasiones se hacen programas muy buenos, con gran variedad de información: importante, interesante, útil, trascendente... pero hay días en los que parece que ninguna fuente de información generó noticias y los espacios se llenan abusivamente con números musicales; esto - se concentra especialmente en los últimos treinta minutos del programa.- Se presenta un número artístico por corte y los locutores entrevistan a los artistas, bromean con ellos y promueven sus discos...

I.V. 2 Canal 13

Desde Temprano

Tiempo de monitoreo: del 20 de junio al 20 de julio.

Cobertura: Nacional.

Horario: 7:00 a 10:30

Locutores que intervienen a cuadro:

Flor Berenguer

Conductores

Pedro Ferriz

Javier Alatorre ----- Internacional

Olga Borovio----- Finanzas

Jasmín Venegas Peralta ----- Finanzas

Luis Alberto Sierra ----- Deportes

Jaime Albarrán ----- Reporte meteorológico

Manuel Pallares ----- Espectáculos.

APOYO VISUAL:

Imagen grabada: 90 % esto es:

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------|
| Noticiero de tres horas y media. | - con audio integrado e imagen |
| 3 horas 20' efectivo | sin sonido y que sirve de apo |
| 3 horas imāgen grabada | yo para la lectura que hace - |
| 20' sin apoyo visual. | el locutor. |

SIN APOYO VISUAL: 10 % esto es:

- Información leída por el locu
tor a cuadro.

Como en los demás noticiarios en "Desde Temprano" se presenta el mismo caso de usar las imágenes de apoyo.

Una cualidad muy significativa que posee este programa de noticias es que la mayor parte de la información tiene video de "apoyo", - pues es un noticiero muy largo, con mucha información y es claro que - se preocupan por visualizarla, aunque no sea el video el que de los he- chos.

"La televisión tiene a cuestas la responsabilidad de difundir las noticias mediante una explicación visual, porque este es su elemento principal; debe de hacer del público un testigo, no debe narrar con palabras las noticias, más bien debe dejar ver lo que alguien dijo o hi zo. El haber visto un suceso nos hace participar de él, después de ver- lo; lo analizamos y reflexionamos. Pero, para lograr tal participación- la televisión:

- 1) Debe contar con cámaras y hombres dispuestos a ir a cualquier parte-

de la tierra y registrar los momentos decisivos de la historia.

Para presentar su propia versión, para descubrir la verdad y ofrecérsola, la televisión deberá llevarnos:

- A ver, a oír y juzgar, la complejidad o simplicidad de los acontecimientos. Las fuerzas y elementos en juego, grandes o pequeñas, exhiben: sus limitaciones, sus puntos firmes ante el ojo de la cámara. (48)

Lo que aquí se menciona es lo ideal, el objetivo hacia el cual todos los noticiarios deberían tender y no conformarse con presentar la información con simples ayudas visuales que digan poco o casi nada de lo que acontece.

INFORMACION NACIONAL

INFORMACION INTERNACIONAL

60% = 2 hrs.

INFORMACION DE PROVINCIA

DEPORTES, REPORTAJES CIENTIFICOS, PRONOSTICO METEOROLOGICO, 40 % = 1 hr.30'
NOTICIAS DE LA BOLSA, PRESENCIA UNIVERSITARIA, ESPECTACULOS ETC...

"Desde Temprano" cuenta con muy variadas fuentes noticiosas - además de un buen servicio de información de provincia. Pero si bien es cierto que en su contenido hay mucha y muy variada información, también es cierto que la mayor parte de ésta está enfocada al sector gobierno, - por lo que muestra un marcado desequilibrio en este aspecto.

INTERVENCIÓN DE LOS LOCUTORES A CUADRO.

Los locutores que más aparecen a cuadro son: Flor Berenguer y Pedro Ferriz o bien, Javier Alatorre, o José Cárdenas, porque en canal-trece tienen la política de rotar a los locutores de un noticiario a otro, lo que dificulta la identificación de los locutores con su programa.

FORMA DE PRESENTAR LA INFORMACIÓN:

- Secciones en que se divide el noticiario:

Síntesis informativa
 Efemérides
 Finanzas
 Bloque de noticias internacionales
 Nuevamente síntesis informativa
 Sección de espectáculos
 Reporte meteorológico
 Presencia Universitaria

Por lo general estas secciones cambian de lugar en el noticiario, pero no es muy notable. La constante es la síntesis y las efemérides.

- Utilización de cortinas y ganchos noticiosos:

Cada una de las secciones tiene su cortina de presentación, pero no hay ganchos que anuncien la información del siguiente espacio de noticias.

- Secciones especiales:

No tienen secciones especiales. Por el mundial hubo una sec --

ción especial de comentarios a cargo de un colaborador, Pedro Escartín, pero fue eventual.

- **Números artísticos:**

La variedad artística no parece ser un elemento indispensable en el noticiario ya que hay días en que se presentan de 3 a 6 números, pero en ocasiones no los hay.

De la forma de presentar la información del noticiario "Desde Temprano" se propondrán varias ideas para aplicarlas en el formato del noticiario "Al Tanto", pues este telediario de canal trece, tiene una gran variedad de secciones.

TIPO DE PUBLICO AL QUE SE DIRIGE:

Son susceptibles de captar el mismo tipo de público al que se dirige "Hoy Mismo", además de estudiantes que tomen sus clases por las tardes, pues con la sección de "Presencia Universitaria involucran a la población estudiantil".

"Desde Temprano" como pasa a la misma hora que "Hoy Mismo" -- tiene una competencia muy fuerte, lo que da como resultado que es poco conocido.

El noticiario no tiene comerciales lo que significa que no se vende, esto indica que pocas personas lo ven por eso a los comerciantes no les conviene anunciarse en ese tiempo.

Ahora, la forma de conducir al noticiario tiene la pretensión de seguir la misma línea superficial, coloquial y con bromas que tiene "Hoy Mismo", pero tanto el formato (que es parecido al de los noticiarios nocturnos de canal trece, esto es con secciones bien delimitadas y

formal), como los locutores (que por su estilo bien quedarían para un - noticiario nocturno y más serio), hacen que en ocasiones resulte chocante esta combinación de dos estilos, unos locutores muy serios y otros des-medidamente sonrientes.

PARTICIPACION DEL PUBLICO:

La participación del público que se da por vía telefónica, llega a los locutores en forma indirecta, a través de recados por escrito.- Ese se puede considerar un buen recurso pero carece del impacto que produce una llamada que pasa al aire, el oír la voz de un televidente por teléfono de mayor credibilidad que la forma pasiva de recados por escrito.

GENEROS PERIODISTICOS:

Informativos: 80%

Interpretativos: 20%

Noticias diarias entre: 65 y 75

Reportaje Habitual: de 1 a 3 diarios

Gran Reportaje de 1 a 2 diarios

Entrevistas en el estudio de dos a tres y grabadas de 8 a 10 diarias.

Coloquiales: Coloquios, rueda de prensa, conferencia de prensa este género informativo es poco utilizado y cuando lo emplean es para la información del gobierno.

Informativos Especiales: No lo utilizan.

Encuesta: No es un género muy utilizado.

Crónica: Lo utilizan en deportes.

Artículo o comentario con sus variantes:

Editorial: No lo utilizan.

Crítica: No lo utilizan.

Comentario: Los comentarios se hacen en el transcurso del noti
ciario; pero instituida como una sección, no la tienen.

En este telediario, como se puede observar, hace falta mayor -
interpretación, esto es, que no sólo den información sino que se hagan -
juicios de valor para orientar la opinión pública.

FUENTES DE INFORMACION

Las fuentes de información son muy variadas. Poseen información nacional e internacional muy completa.

Comparado con los demás noticiarios analizados, en "Desde Temprano" se encuentra información diversa, que va desde la fuente cultural, financiera, científica, hasta la de espectáculos.

Es un noticiario que utiliza muchos recursos informativos; pero sus fuentes de información preferidas y hacia las cuales se carga más la balanza, son las del sector Gobierno.

IV. 2 CANAL 13

Monitoreo Siete Días del 7 de junio al 25 de agosto.

COBERTURA: Nacional

HORARIO: de 9:00 a 9:30 P.M. de lunes a viernes.

Sábado y Domingo a las 7:30

LOCUTORES QUE INTERVIENEN A CUADRO:

Raúl Rodríguez.

Conductores

Lucrecia Ostos

Carlos Albert

Deportes

Jazmín Venegas

Finanzas

Nota: en canal trece tienen la particularidad de rotar a sus conductores de un noticiario a otro, así vemos a José Cárdenas en el noticiario Desde Temprano, a Lucrecia Ostos en el noticiario Día a Día, y a Javier de la Torre como conductor del noticiario Siete Días. Se da una amalgama tan particular que pone de manifiesto -- que es poco el interés o no existe, de que los locutores sean -- identificados con un programa en especial. En este noticiario no existe un líder de opinión, no se percibe el deseo de dar una -- orientación al televidente, mediante un guía que respalde con sus conocimientos y personalidad definida la información que proporcionan.

APOYO VISUAL:

Imagen grabada: 90 % esto es:

Noticiario de 30' menos 6'	- con audio integrado e imagen
de comerciales, 24' efectivos	sin sonido y que sirve de --
22' de imagen grabada y 2' sin	apoyo para la lectura que ha
apoyo visual.	ce el locutor.

SIN APOYO VISUAL: 10 % esto es:

- Información leída por el lo
cutor a cuadro.

Todos los noticiarios que se han analizado utilizan el video como apoyo y "Siete Días" no es la excepción.

INFORMACION NACIONAL

INFORMACION INTERNACIONAL 80% = 19' 20"

INFORMACION DE PROVINCIA

DEPORTES, REPORTAJES CIENTIFICOS, NOTICIAS DE LA BOLSA ETC... 20 %=5'

La mayor parte de la información que se maneja en el noticiario es de política y es la que denominan información nacional.

La información Internacional habla generalmente sobre México y su situación financiera frente al extranjero y una porción más pequeña trata sobre problemas y acontecimientos del mundo.

La información regional es cubierta sólo cuando los políticos andan en giras; esto es, cuando hay información del gobierno.

El desequilibrio es obvio; el contenido está enfocado al sec-tor oficial.

INTERVENCION DE LOS LOCUTORES A CUADRO:

La intervención de los locutores es relativamente corta, sólo aparecen cuando leen los pies a información grabada; cuando comienzan a leer la información que tiene video de apoyo; no se hacen comentarios - sobre las notas; el locutor es en este caso un simple lector de noticia.

La "personalidad" como vemos no es tomada en cuenta como ele-mento importante e indispensable para trazar un camino de orientación - al teleauditorio.

FORMA DE PRESENTAR LA INFORMACION:

- Secciones en que se divide el noticiario:

Teaser
Finanzas
Deportes

El Teaser es presentado con todos los locutores que intervie-nen excepto finanzas; esta forma de presentar la información al abrir - el noticiario permite la participación e identificación de los locuto-res que darán curso a la información.

- Utilización de cortinas y ganchos noticiosos:

No utilizan ganchos, sino cortinillas que anuncian el tipo de información que sigue; por ejemplo: Regresamos con más información, re-gresamos con información nacional, etc... lo que denota que no hay je-rarquización de la noticia, otro punto que es importante señalar es que

cuando la cortina anuncia el bloque de información internacional, dentro de este mismo espacio pasan también la información nacional.

La sección de Finanzas y la de Deportes tienen una cortina de presentación. En lo que respecta a finanzas en ocasiones se presenta con el patrocinio de un banco, y otras veces no tiene patrocinador por lo -- que la sección pasa directo, sin cortina de presentación.

- Secciones especiales: no cuenta con ninguna.
- Números artísticos: no presentan.

Este noticiario no cuenta con muchos elementos para darle va - riedad al programa de noticias. En el tiempo de monitoreo de este noti - ciario, los cambios se han visto en la escenografía: unas veces con plan - tas en el fondo, otras con el nombre del noticiario en croma, otra la - pared pintada en dos colores.

TIPO DE PUBLICO AL QUE SE DIRIGE:

Está dirigido a la gente que es noticia; esto es, la que cons - tituye la audiencia principal, que son las políticas y personalidades -- del Gobierno.

Siete Días no tiene comerciales de particulares, excepto - - Volks Wagen, lo que significa que el noticiario no se vende.

Como "Siete Días" se dirige a políticos es notorio que su ma - yor preocupación es darle difusión a la información del Gobierno a la -- cual le dan el mejor espacio y es sin límite de tiempo. Al respecto Sal - vador Borrego dice: "Cuando el periodismo no llega a ser trascendente, -

cosa que ocurre muy a menudo, se acoge forzosamente a normas económicas o a normas egocéntricas". (49)

PARTICIPACION DEL PUBLICO:

No hay por ninguna vía de comunicación.

GENEROS PERIODISTICOS:

Informativos: 95%

Interpretativos: 5%

Información como noticia 25 a 30 diariamente.

Reportaje habitual: 1 ó 2 por semana

Gran reportaje: este género informativo es poco utilizado.

Entrevista: hay entrevistas en vivo pero esto no es muy frecuente y grabadas de tres a cuatro diarias.

Coloquiales: no son utilizados.

Informativos especiales: no lo utilizan.

Encuesta: es un género que raras veces lo utilizan.

Crónica: sólo en la sección de deportes.

El género Interpretativo es ignorado casi por completo. Como es un noticiario de media hora la información que presenta es altamente condensada y no se le dedica tiempo a comentarios, editorial ni crítica, de esta forma de hacer periodismo, Salvador Borrego afirma: "El periodismo requiere siempre de nuevas fuerzas, de nuevas ideas propulsoras que lo lleven a la vanguardia de sus lectores (en este caso teleauditorio) - de lo contrario se queda atrás en la evolución social, pierde su misión-

de gafa, cesa de formar opinión pública y deja de ser impulso viviente - por sí mismo".

FUENTES DE INFORMACION:

Las fuentes de información son:

Del Sector Oficial, la mayor parte de la información proviene de esta fuente.

Deportes es muy breve y presenta el problema de fragmentación de la noticia.

Finanzas.

Internacionales.

IV. 3 ANALISIS DEL FORMATO DEL NOTICIARIO "AL TANTO"

ESTRUCTURA, FORMA, CONTENIDO, EQUIPO TECNICO, CREATIVO (PERSONAL)
PREPARACION DE LAS PERSONAS QUE INTERVIENEN EN LA ELABORACION DEL
NOTICIARIO.

CANAL 4

"Al tanto"

Monitoreo del 15 de Abril al 25 de Agosto.

Cobertura: ver página

Horario: 9:30 a 10:00 P.M.

Locutores que intervienen a cuadro:

Fernando del Monte

y

Conductores

Lucy Montes

Juan Pablo Romero

Deportes

Carlos Romero en sustitución de Juan Pablo.

APOYO VISUAL:

Imagen grabada: 95 % esto es:

Noticiero de 30' menos 6' de comerciales, 24' efectivos 22' 80"-
Imagen Grabada 1' 20" sin apoyo -
visual.

- con audio integrado e imagen sin sonido y que sirve de -- apoyo para la lectura que ha ce el locutor.

SIN APOYO VISUAL:

Información leída por el locutor 5 %
a cuadro.

Como se ve en este porcentaje, el noticiero tiene un excelente promedio en lo que a imagen de apoyo se refiere, rara es la información que se da sin video de apoyo.

Como sucede en los demás noticieros la imagen que se proyecta, en la mayoría de los casos, es sólo de "apoyo" y pocas veces la imagen es la que da la información.

La excepción está en las críticas de Carlos Cabello. El video es el que habla, las imágenes muestran los hechos. La redacción es breve, con los datos complementarios; es impactante porque involucra al teleespectador, lo hace partícipe de los acontecimientos, lo lleva al lugar de los hechos y así el auditorio puede hacer sus propios juicios.

"Lograr continuidad y coherencia entre lo visto y lo oído, a fin de que surja una imagen integrada de las noticias no es fácil se necesita además de material visual, que en ocasiones es difícil de obtener por la índole de la noticia, tener una mentalidad hecha para la televisión. Tomar siempre en cuenta que las grabaciones son un instrumen

to utilísimo e indispensable para presentar concienzudamente todo el dra ma de la noticia del día, y - reconocer que las grabaciones son la san - gre y la entraña del nuevo medio: son su fibra y su músculo el instrumento más valioso y útil". (50)

INFORMACION NACIONAL

INFORMACION INTERNACIONAL

80% = 19' 20"

INFORMACION DE LA REGION

DEPORTES, REPORTAJES CIENTIFICOS, NOTICIAS DE LA BOLSA, PRONOSTICO METEOROLOGICO... 20% = 4'

"Al Tanto" es un noticiario que presenta información: nacional e internacional, en la misma proporción, mientras que la información de la región, que es el material más importante, tiene prioridad.

"Al Tanto" por ser un noticiario de media hora, presenta en -- forma breve la información: nacional, internacional etc...

INTERVENCION DE LOS LOCUTORES A CUADRO:

En el noticiario "Al Tanto" la intervención de los locutores - a cuadro, es muy breve pues generalmente su trabajo se desarrolla como - relatores de noticias, entonces los locutores aparecen a cuadro por dos- motivos:

- Para leer los pies a información grabada.
- Cuando leen las noticias sin imagen del suceso (que es poco frecuente).

FORMA DE PRESENTAR LA INFORMACION:

- Secciones en que se divide el noticiario:

Teaser (redacción breve)

Entrada del noticiario

Bloque nacional

Bloque internacional

Bloque de deportes

Despedida y salida del noticiario

Los bloques no están claramente delimitados, pues se da indis-
tintamente la información nacional, internacional y local.

La información deportiva es la única que se presenta como una-
sección bien definida.

Dentro de las secciones en que se divide el noticiario no se -
mencionó el pronóstico meteorológico porque es un comodín que pasa cu-
ando sobra el tiempo y lo quitan cuando hay información que consideran más
importante.

- Utilización de cortinas y ganchos noticiosos:

En abril de este año, cuando comencé a ver este noticiario, no
empleaban ganchos en los que se destacara la noticia más importante de -
cada espacio noticioso, con el paso del tiempo ha ido mejorando y ahora-
sí los tiene.

- Secciones especiales:

Cuentan con una que pasa los viernes y está a cargo del Cronist
ta de la ciudad, pero no ha sido constante.

- Números artísticos:

En el noticiario "Al Tanto", cubren la fuente de espectáculos y eventos culturales, pero sólo como información, porque no han explotado el recurso de tener artistas en el estudio, las razones son:

- que la duración del noticiario es de media hora
- y, estas son palabras textuales del jefe de información:
"para introducir espectáculo en el noticiario se necesita - un talante muy especial que no tenemos, aventurarse a hacer estas modificaciones pondría en peligro credibilidad del - noticiario".

- Tipo de público al que se dirige:

A los señores, amas de casa y a las personas que son noticia.

- Participación del público:

No hay ninguna participación directa con el público incluso - el teléfono es sólo para los reporteros.

Fernando Quiñones jefe de información del noticiario dijo, - "que el teléfono no se emplea, porque hay mucha inmadurez por parte de los televidentes y se corre el riesgo de recibir llamadas carentes de - importancia que nos quiten el tiempo".

GENEROS PERIODISTICOS:

Informativos: 95%

Esto es de lunes a viernes.

Interpretativos 5%

Reportaje Habitual: dos o tres por semana.

Información como Noticia 32 a 35 diariamente.

Gran Reportaje: lo presentan eventualmente y cuando lo hacen lo dividen en dos partes; generalmente cuando consideran que la noticia amerita un gran reportaje lo realizan para el programa especial de los domingos.

Entrevista: no presentan entrevistas en vivo sólo grabados.

Coloquiales: Coloquios, ruedas de prensa y conferencias de prensa no son utilizados.

Los informativos Especiales: El domingo tienen un programa especial de reportaje de fondo, en el que mezclan el género informativo e interpretativo; este programa se aprovecha para presentar más ampliamente y con mayor investigación, la noticia que se dió en forma condensada y es cuenta en el noticiario.

El programa especial de los domingos se ha repetido en varias ocasiones, esto se debe, según nos informó Fernando Del Monte a que el reportero asignado para hacer el reportaje, presenta por falta de capacidad o por problemas circunstanciales, una mala producción y prefieren repetir el reportaje pasado que presentar al aire una investigación mal hecha.

Encuesta: es un género periodístico que frecuentemente es utilizado en el noticiario.

Crónica: es utilizado en los deportes y en las intervenciones del cronista de la ciudad.

Artículo o comentario con sus variantes:

Editorial: es un género poco utilizado pero no está excluido lo realiza Fernando del Monte y Lucy Montes.

Crítica: este género es poco utilizado.

Comentario: los comentarios están a cargo del cronista de la ciudad, por lo general son charlas educativas y su motivo de ser es mostrar para conocer, ubicar y orientar.

Les hace falta:

Entrevista en vivo.

Editorial: (hacemos la aclaración de que en el noticiario sí se ha dado éste género, pero no está instituido como una sección permanente).

- Hacen falta comentarios:

Consideramos que hacen falta comentarios que lleven a juicio de valor que orienten a la ciudadanía. Tal y como está actualmente el noticiario no cumple con su función de crear conciencia en los ciudadanos sobre su realidad social, se tratan sí, en forma superficial y sin mayor profundidad estas realidades.

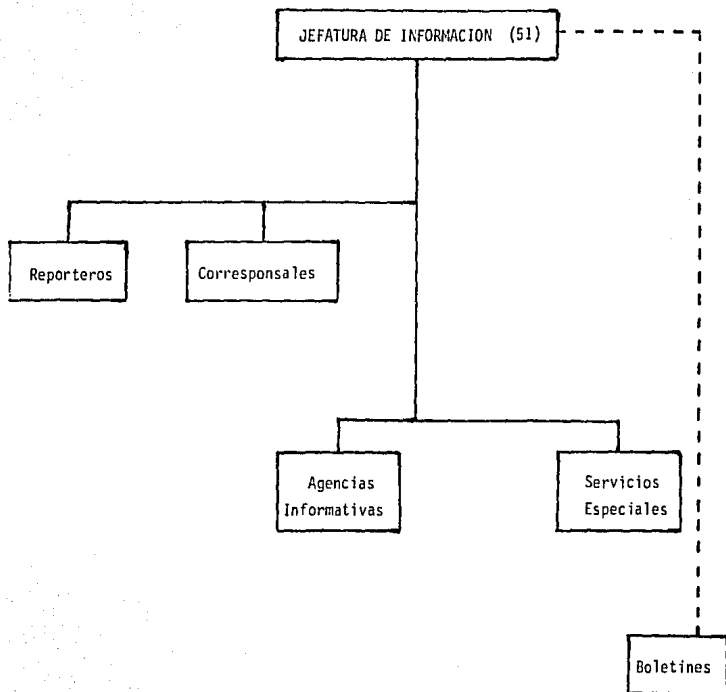
La información se suscribe a las declaraciones hechas por un funcionario, empresario etc... sin una continuidad e investigación de -- las consecuencias y trascendencia de lo que se informa, cosa que sí se hiciera se traduciría en comentarios trascendentes y orientadores.

FUENTES DE INFORMACION

A continuación presentamos un organigrama modelo, que es el que se usa en Televisa, el cual nos servirá para tener un punto de referencia de tal forma que nos permita apreciar la situación del noticiario "Al - Tanto" y así poder analizar de manera ordenada, los datos que se obtuvieron en la emisora local sobre el desarrollo y estructura de las funciones que realizan.

Se pretende hacer una comparación que contribuya para dar un -- juicio constructivo sobre lo que actualmente se hace en el telediario lo- cal.

FUENTES DE INFORMACION



FUENTES DE INFORMACION

Canales por los cuales puede llegar una noticia a la jefatura de información:

- 1.- Reporteros.
- 2.- Corresponsales.
- 3.- Agencias Informativas.
- 4.- Servicios Especiales.
- 5.- Boletines.

1.1.- Un cuerpo de reporteros -de una Dirección General de no-
ticias- se presenta diariamente muy temprano a LA JEFATURA DE INFORMA --
CION para recibir:

- LAS ORDENES DE TRABAJO.
- Y LAS INSTRUCCIONES QUE DEBERA CUMPLIR TODO EL DIA.

A.) Pero debe tener sobre todo iniciativa porque a veces sur -
gen otras situaciones más importantes, que cumplir expresamente la orden
de trabajo.

B.) Es preferible presentar al jefe una noticia de primer or -
den que cumplir con una simple entrevista.

1.2.- La preparación del reportero -especialmente si se encuentra reforzada por su experiencia- conduce a múltiples oportunidades:

- LA CAPACIDAD DE INVESTIGAR.
- LA HABILIDAD DE INTERPRETAR.
- EL USO APROPIADO DEL LENGUAJE.

son valiosos auxiliares de una mente disciplinada en cualquier campo en que se emplee. (52)

Al respecto Fernando del Monte, dice que algunos de los reporteros con que cuenta no tienen las cualidades antes mencionadas, por lo que está insatisfecho del trabajo que realizan.

II.- Corresponsales:

"Lo Especial" cuenta con corresponsales (ver pág.120) pero carece de corresponsales nacionales e internacionales.

III.- Agencias informativas que manejan son:

Notímex y UPI, para allegarse información nacional e internacional, también Televisa le envía información.

CORRESPONSALES

ALFONSO ZENTENO	
JOSE GRAJEDA	CIUDAD GUZMAN.....
GUILLERMO ROLDAN	AUTLAN.....
CARLOS GOMEZ	LAGOS DE MORENO.....
FRANCISCO MURGUIA	TEPATITLAN.....
FELIPE DE J. GONZALEZ	LEON.....
BERTHA G. CASTELLANOS	ZAMORA.....
FRANCISCO BECERRA	ATOTONILCO.....
GONZALO GUTIERREZ	TEPIC.....
OSCAR FERNANDEZ	ZACATECAS.....
JOSE DE J. MORENO	AGUASCALIENTES.....
PATRICIA HERNANDEZ	PUERTO VALLARTA.....
FAISAL TORRES JAIME	
MA. GUADALUPE GONZALEZ	MORELIA.....
JORGE DAVALOS	SAN JUAN DE LOS LAGOS.....
JOEL FIGUEROA	COLINA.....

IV.- Servicios Especiales: por medio de un convenio están manejando información de la NBC, además utilizan la información que les llegaba Satélite CNN.*

V.- Boletines: En el noticiario "Al Tanto" los boletines no son muy utilizados porque se prefiere que el reportero traiga la información.

* Información proporcionada por Mónica de Pavía Jefe de Redacción del Noticiario "Al Tanto".

En cuanto a fuentes informativas que cubre actualmente, presenta algunas carencias que son las siguientes:

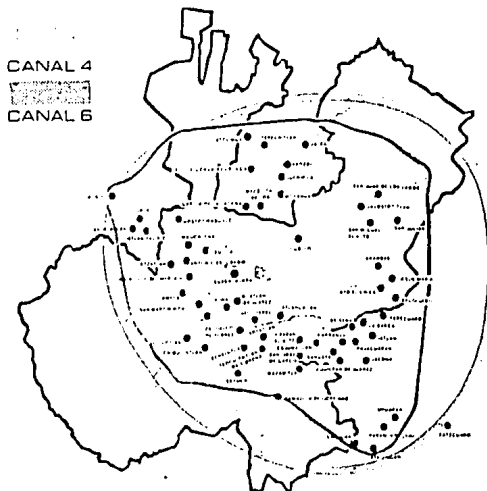
- La sección financiera, actualmente proporciona el mínimo de información.
- El reporte meteorológico, que también contiene poca información se podría hacer más amplio, además tal como está ahora no tiene día fijo para su proyección, es una sección de relleno. Si se le da mayor importancia a la sección, puede reportar beneficios tanto económicos como aumento de público - sobre todo atraer la atención de los televidentes de esos lugares apartados a los que llega.
- Fuente de información escolar: Están descuidando un sector muy importante que son las universidades; fuera de declaraciones oficiales de este sector no hay más información, no han incursionado en el campo de la ciencia y la tecnología que los universitarios llevan a cabo en los planteles, así como investigaciones y experimentos, en suma, existe un vasto universo de información universitaria que hasta el momento no ha salido a la luz.
- La fuente de información artística y cultural está en el mismo caso de las demás fuentes mencionadas. No se puede negar que hay información de estas fuentes pero hace falta ir más allá de un breve y escueto reporte de los hechos; en esta fuente en especial hay muchos elementos que vendrían a aumentar la carga emotiva al noticiario al mismo tiempo que se da un mejor servicio informativo al teleauditorio.

EL AREA DE COBERTURA DE AL TANTO ES LA SIGUIENTE:

"POR TELECABLE"

ATOTONILCO
 COTIJA
 IRAPUATO
 JIQUILPAN
 LA BARCA
 LAGOS DE MORENO
 LAZARO CARDENAS
 LEON
 MANZANILLO
 MORELIA
 OCOTLAN
 PUERTO VALLARTA
 PUERPERO
 PURUANDIRO
 QUERETARO
 SAHUAYO
 SAN JUAN DE LOS LAGOS
 TAMAZULA
 TANGANCICUARO
 TEOCALTICHE
 URUAPAN
 YURECUARO
 ZACAPU
 ZAMORA

AREAS DE COBERTURA



NOTICARIO AL TANTO

PERSONAL QUE INTERVIENE EN LA ELABORACION DEL NOTICIARIO:

Fernando del Monte	- Gerente de Noticias
Noé Alcántara	- Gerente de Producción
Fernando Quiñónes	- Jefe de Información
Mario Sánchez	- Director de Cámaras
Rafael García	- Coordinador de Producción
Jorge Escajadillo	- Jefe de Edición
Carlos Cabello	- Coordinador de Corresponsales
Mónica de Pavía	- Redacción
Eduardo Lara	- Redacción
Lucía Montes	- Reportajes Especiales
Juan Pablo Romero, Carlos Romero, Sergio Enrique Na varro	- Deportes

REPORTEROS:

Soffa Camarena.
 Antonio Romero.
 Jorge Villanueva.
 Salvador Chávez.
 José Antonio Fernández.
 Lupita Varela.
 Marta Collignón.

CAMAROGRAFOS:

Carlos Cano.
 Carlos García.
 Víctor Muñoz.
 Salvador Verduzco.
 Héctor Edel Aguilar.

Salvador Chavarría.
Marcos Rivera.
José Martín Rosas.
Nicolás Laríos.
José Pedro Hernández.

CORRESPONSALES:

Patricia Hernández.
José Grajeda.
Guillermo Roldán.
Francisco Becerra.
Jorge Dávalos.
Carlos Gómez.
Felipe de Jesús González.
Joel Figueroa.
María Guadalupe González.
Bertha Castellanos.
Gonzalo Gutiérrez.
Oscar Fernández.
José de Jesús Moreno.

ASISTENTE DE INFORMACION:

María del Refugio Landeros.
Mariano Miranda.

EDICION:

Roberto Guillén.
Mario Alberto Ibarra.
Oscar García.

ARTE GRAFICO:

Teresa Olvera.
Anatolio González.
Víctor de la Rocha.

ESCENOGRAFIA:

Carmen B. Guillén.

MAQUILLAJE:

Raúl Plascencia.

MANTENIMIENTO TECNICO:

Gilberto Hernández.

JEFE DE ESTUDIO:

Rodrigo Ocampo.

VIDEO:

Eduardo Cabello.

AUDIO:

Jesús García.
Maximiliano Aréchiga.
Ana María Flores.

VIDEOTAPE:

Jorge Villegas.

JEFE DE PISO:

Rutilio Rivera.

CAMAROGRAFOS DE ESTUDIO B:

Celso Ramírez.

Juan Ortíz.

Roberto Lira.

ILUMINACION:

Jesús García V.

ASISTENTE DE ILUMINACION:

Oscar Jiménez.

Ramón Hernández.

MASTER:

Antonio Luna.

DERECHOS XHG-TV Canal 4

Televisora de Occidente

Guadalajara Jal. Méx.

1986.

"Al Tanto" no cuenta con un organigrama escrito pero según se tuvo la oportunidad de constatar mediante la información proporcionada por Mónica de Pavía, éste existe en forma tásita.

Como Director General está Fernando del Monte.

Jefe de Información: Fernando Quiñones.

Jefe de Redacción: Mónica de Pavía.

Producción y Dirección de Cámaras:

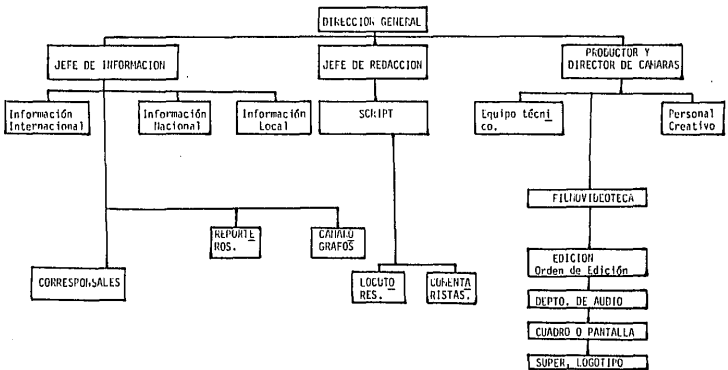
Noé Alcántara y Mario Sánchez.

En el noticiario "Al Tanto" la información nacional e internacional está a cargo del Jefe de Redacción, y la información local y nacional en casos especiales, es responsabilidad del Jefe de Información.

En lo que respecta al área de producción y dirección de cámaras, sólo la filmovideoteca y el banco de edición dependen del noticiario, lo demás que se señala depende directamente de la estación transmisora que es Canal 4.

El organigrama que a continuación presentamos es el que se da en Televisa. (53)

ORGANIGRAMA



PREPARACION DE LAS PERSONAS QUE INTERVIENEN EN LA ELABORACION DEL NOTICARIO.

La política de reclutamiento de personal en el noticiario "Al Tanto" es la siguiente:

- Deben ser egresados de la Universidad con alguna experiencia en el medio.
- Todos los que manejan la información deben ser reporteros, na die es estrella. Los mismos conductores salen a reportear, redacción y conocen la información que leen.
- No hay ningún elemento abocado a una fuente en especial, no tienen reporteros especializados.

El inconveniente de no tener un reportero asignado a una fuente específica, es que se torna un tanto difícil que los reporteros se aden- tren y conozcan a fondo la problemática del medio en que se genera la no ticia. Esto impide que se detecte a tiempo y primero que otros, la infor- mación que más tarde será noticia y lo que es peor propicia que se de -- una información a medias. Al respecto Salvador Borrego dice que "publi- car muchos sucesos, sin comprender ni hacer comprensible lo que por me- dio de ellos expresa la vida social, es simplemente informar a medias y propiciar desorientación" y agrega el periodismo que no se dirige a nin- guna parte no es periodismo profesional.

CONCLUSIONES

De los seis noticiarios analizados se encontró que:

- I.- De los tres elementos que ayudan a aumentar la carga emotiva en los telediarios tenemos que:
 - En lo que respecta a la preponderancia de lo visual:
 - a. Todos los noticiarios están concientes de la importancia de la imagen en la noticia pero:
 - a.1. En la mayor parte de la información que se proyecta la imagen es de apoyo.
 - a.2. Pocas son las noticias en las que el video reporta la noticia.
 - a.3. Hace falta una mayor conciencia de que son las palabras las que DEBEN APOYAR AL VIDEO.
 - a.4. Se necesita una mejor y más escogida selección de información en video.

- II.- Al frente de los noticiarios de canal 2 encontramos líderes de opinión:
 - Tanto Jacobo Zabudovsky como Guillermo Ochoa, son personalidades respetadas y reconocidas por la prensa internacional, se les ha distinguido como periodistas destacados y son considerados por muchos, como líderes de opinión en los que depositan su confianza.
 - En Canal 13 Imevisión se encontró que la personalidad no es tomada en cuenta como indispensable para respaldar y dar mayor credibilidad a las noticias que se transmiten los locutores de imevisión cambian de un noticiario a otro, y por este motivo es difícil identificar a un locutor en especial, con su programa de noticias.
 - En Al Tanto sus conductores, Lucy y Fernando del Monte, se ausentan constantemente por lo que es común ver a uno sólo en la conducción. Para ser un programa tan joven como lo es "Al Tanto" (antes "Lo Es-

pecial") no favorece en nada que falte alguno de los dos relatores, porque se necesita constancia y presencia en la conducción para que el televidente logre identificar a los locutores.

- III. En "24 Horas", "Hoy Mismo", y "Desde Temprano", la noticia se presenta en un marco de variedad, unos más otros menos, pero siempre siguiendo la misma línea; informan y atraen al teleauditorio, esto lo hacen proporcionando elementos que al público le gustan y utilizan diferentes recursos para:

Informar, distraer y educar por medio del telediario.

"Siete Días" y "Al Tanto" son noticiarios que dentro de sus programas no tienen incluidas secciones de entretenimiento o variedad artística, y además no han explotado aún una amplia gama de recursos que existen y se pueden emplear para darle mayor variedad al noticiario y de esta forma proporcionar un mejor servicio.

- IV. En "24 Horas" la información de provincia es poca en comparación con la cantidad de información que se da en el noticiario.
- En "Hoy Mismo" lo más notable es que algunos días presenta una exagerada desproporción entre la información que da y los números musicales, entrevistas, comentarios intrascendentes... ya que tiende a cargarse hacia lo segundo.
- "Hoy Mismo" presenta información variada y completa, cuando no se abusa del tiempo del noticiario, en asuntos intrascendentes.
- "Siete Días": en este noticiario que dura media hora, lo principal que se encontró es que le hace falta más información de provincia, más reportajes de investigación y más información local que no sea únicamente de política.

- "Desde Temprano": este telediario tiene la mejor cobertura de lo que acontece en provincia, aunque se nota una marcada tendencia a reportar más información de las actividades de los políticos, pero como -- ningún otro telediario, de los analizados, en "Desde Temprano" se toma más en cuenta a la provincia.
- "Al Tanto" presenta buen equilibrio en el contenido y distribución de la información.

Ahora bien, este resultado se debe a que se toma en cuenta que la -- duración del noticiario es de media hora y en este tiempo tan corto -- alcanza a presentar un panorama general de información nacional, in-- ternacional y local, esa misma generalidad suscita lo siguiente:

- Aunque se le da prioridad a la información local sobre la de-- más información, aún así falta mucho por cubrir. Le hace fal-- ta:
 - En primer lugar más tiempo; esto es, que el noticiario du-- re por lo menos una hora.
 - Más información financiera ya que la que se da actualmen-- te es poca.
 - Más información de la ciudad, se necesita que se amplié -- la red informativa que cubre Guadalajara.
 - Más información de provincia, especialmente de los luga-- res a los que llega por telecable.

V. Se analizó la participación del público televidente en los telediarios y se encontró que para que el proceso de la comunicación sea completo, es necesario el diálogo con el televidente e indispensable la retroali-- mentación, factor que rompe con el monólogo y hace al noticiario más-- participativo.

- Una verdadera participación y comunicación es lo que necesita el noti-- ciario "Al Tanto".

- En "24 Horas" y en "Hoy Mismo" se da más el género interpretativo; - así tenemos que en "Hoy Mismo" hay varias secciones de opinión y -- posee un editorial a cargo del director de la revista "Siempre" José Pagés Reboilar.

En lo que respecta a "24 Horas" es Jacobo Zabludovsky quien comenta, critica, y editorializa.

NOTA: Este análisis se hizo antes de que Jacobo saliera de "24 Ho - ras" para irse a Miami.

- VII. - Los noticiarios; "24 Horas", "Desde Temprano" y "Siete Días" muestran una marcada tendencia a llenar sus espacios informativos con demasiada información del sector gubernamental.
- En lo que respecta a los noticiarios "Hoy Mismo" las fuentes de información son muy variadas y no muestran una inclinación desmedida por ninguna fuente en especial.
 - En "Al Tanto"; las fuentes de información son reducidas y hay muchos aspectos que no se cubren eficientemente.
- VIII. - Al analizar por separado cada uno de los elementos que se encuentran en los noticiarios, se tuvo la oportunidad de ver detalladamente el formato de los telediarios, de aquí encontramos que:
- "24 Horas" se caracteriza por tener una estructura que no posee secciones claramente delimitadas.
 - "Hoy Mismo" tiene un formato tipo revista.
 - "Siete Días" presenta una combinación de formato con información por segmentos y otra en la que se da la información indistintamente sin una clara delimitación.
 - "Desde Temprano" tiene un formato que es una combinación -- del tipo revista, y el formato estructurado con secciones de noticias claramente delimitadas.
 - "Al Tanto" presenta la misma línea que "24 Horas", ¿Resulta do? se presenta un problema: las noticias se revuelven y si el espectador se distrae o bien acabamos de prender la tele visión y escuchamos una noticia, por poner un ejemplo, sobre la CONASUPO, no podemos estar seguros de si se refiere al organismo que se encuentra en el D.F. o si se refiere al de provincia, o al de Guadalajara.

PIES DE PAGINA

- (41) Barquera Mejfa Fernando, Toussaint Florence, et, al., Televisa el quinto poder, México, Claves Latinoamericanas, 1985, pág. 68.
- (42) Barquera Mejfa Fernando, Toussaint Florence, et. al., Televisa el quinto poder-. México., Claves Latinoamericanas, 1985, pág. 32.
- (43) Barquera Mejfa Fernando, Toussaint Florence, et. al., - Televisa el quinto poder-, México, Claves Latinoamericanas, 1985, pág. 83.
- (44) Ibidem.
- (45) Ob. Cit. pág. 84
- (46) Ibidem.
- (47) Ob. Cit. pág. 77.
- (48) Apuntes de clase del Lic. Ubaldo López.
- (49) Borrego Salvador, - Periodismo Trascendente-, Méx, D.F. - Litho Offset Alfaro Hermanos S.A., 1983, pág. 6.
- (50) Apuntes de clase del Lic. Ubaldo López.
- (51) Información proporcionada por el Lic. Ubaldo López.
- (52) Ibidem.
- (53) Idem.

CAPITULO IV

"PROPOSICION DE UN FORMATO PARA EL NOTICARIO "AL TANTO"
EN GUADALAJARA"

Al comenzar este capítulo en el que se propone un formato nuevo para el noticiario "Al Tanto", se vió conveniente iniciarlo con los datos de la investigación de campo, esto, con la finalidad de dejar -- claramente asentado el por qué se propone este formato.

La presentación de una estructura nueva no responde sólo a un deseo de la interesada en esta investigación de tesis, sino que está -- fundamentada en el análisis, tanto de los noticiarios, como en las pre-ferencias y necesidades de información del público televidente quien re-fuerza esta proposición.

Veamos el resultado de la encuesta realizada de manera que es tos datos nos introduzcan en las bases que sostienen la presentación de la nueva estructura.

IV. 1. INVESTIGACION DE CAMPO.

La investigación de campo se realizó de la siguiente forma: - Se hizo una muestra al azar, por secciones, se tomó el plano de la ciudad y se hizo la distribución de manzanas en cada sector. Una vez obtenidos los nombres de las calles a visitar se procedió a aplicar la en-cuesta repartiendo cuarenta cuestionarios por cada sector.

Hecho lo anterior me aboqué a levantar la encuesta y ya en el campo mismo de la investigación se me presentaron algunos problemas: -

hubo calles que no pude encontrar, en algunas casas no me recibieron, algunas personas no quisieron contestar el cuestionario, por lo que me dirigí a otro lugar, y por consiguiente la planeación que se había hecho en un principio se modificó.

IV. I.1. JUSTIFICACIONES SOBRE LA INVESTIGACION DE CAMPO.

Al hacer la investigación de campo, se utilizó como instrumento de medición un cuestionario con nueve preguntas, mismas que se hicieron con la finalidad de obtener lo siguiente:

- Gustos,
- Preferencias y
- Necesidades de información del teleauditorio.

Y en base a esto, hacer la proposición del formato para el no ticiario "Al Tanto".

Antes de pasar a dar las justificaciones de cada una de las preguntas contenidas en el cuestionario, dejaremos asentado que:

- Las primeras preguntas son de introducción.
- En el cuerpo del cuestionario encontramos el concentrado que nos remite al fondo y la forma.
- Las últimas cuestionantes contienen las modificaciones, las apreciaciones personales del entrevistado y las conclusiones.

NOTA: Agregamos a la investigación el resultado de dos cuestionantes pertenecientes a la muestra de una encuesta de 85 cuestiona -- rios que se realizó antes de la definitiva, porque nos ayuda a exponer en forma veraz la situación que actualmente ocupa "Al

Tanto" en lo referente a preferencia y asiduidad con que el p^ublico televidente ve el noticiario. Las preguntas son las siguientes:

- 1.- De los noticiarios que usted acostumbra ver ¿cuál prefiere?.
- 2.- ¿Con qué frecuencia ve el noticiario "Al Tanto"?

FECHA _____

141

NOMBRE _____ EDAD _____ OCUPACION _____

DIRECCION _____
CALLE _____ COLOVIA _____ SECTOR _____

1.-Qué noticiarios acostumbra a ver?
subraye EL o LOS noticiarios

24 Horas Día a Día Hoy mismo Desde Temprano Siete Días Al Tanto

Otros _____

2.-Conoce el noticiario "Al Tanto"?

marque con una X su respuesta SI () NO () NO PERO HE OIDO HABLAR DE EL ()

3.-¿Con qué frecuencia lo ve?

Diario () a veces () Casi nunca () nunca ()

NUNCA? ¿por qué? _____

4.-¿Le parece bien el horario?

marque con una X su respuesta SI () NO ()

si su respuesta es no ¿por qué? _____

5.-Le gustaría que el noticiario fuere de una hora en lugar de media hora?

marque con una X su respuesta SI () NO ()

¿por qué? _____

6.- Le parece bien que den una noticia local enseguida de una internacional o de una noticia nacional? SI () NO ()

7.-Piensa usted que el noticiario se preocupa e interesa por los problemas de la

comunidad? SI () NO ()

8.-Satisface su necesidad de información el noticiario Al Tanto?

marque con una X su respuesta SI () NO ()

si su respuesta es no ¿por qué? _____

9.-¿qué le gustaría que tuviera el noticiario Al Tanto?

marque con una X la o las respuestas

un teléfono dispuesto al público para poder opinar y dar quejas y que todos lo escuchan. ()

Una sección Editorial ()

más comentarios ()

Variedad artística ()

más información financiera ()

que se explique el reporte meteorológico y que se amplíe ()

más información regional ()

que tenga entrevistas en vivo ()

más información de la ciudad ()

que la información la presenten por secciones, Deportiva, Financiera, Artística etc()

OTROS _____

1.- ¿Qué noticiarios acostumbra ver?.

La pregunta 1 se hizo con la finalidad de conocer si el entrevistado ve los telediarios. Estos datos nos permiten saber cuál es la competencia más fuerte para el noticiario "Al Tanto" y de esta forma -- proponer las soluciones para contrarrestar esa competencia.

2.- ¿Conoce el noticiario "Al Tanto"?

La pregunta dos permite saber si el noticiario en cuestión es visto o no, o si por lo menos es conocido en el medio.

3.- ¿Con qué frecuencia lo ve?.

La pregunta tres contiene datos de utilidad para detectar si el noticiario "Al Tanto" es visto asiduamente, o por el contrario lo -- ven pocos y en este caso, saber cuáles son las causas y proponer las soluciones correspondientes.

4.- ¿Le parece bien el horario?.

La pregunta cuatro ayuda a comprobar si el horario es adecuado para la mayoría y en caso contrario hacer la proposición de un cambio.

5.- ¿Le gustaría que el noticiario fuera de una hora en lugar de media hora?.

Esta pregunta sirve para apoyar o descartar la sugerencia de que el noticiario sea de una hora.

6.- ¿Le parece bien que den una noticia local enseguida de -- una nacional o de una internacional?.

La pregunta seis sirve para saber si el público está captando la información, si logra ubicarse en el contenido o si por el contrario

esta forma de presentar la información le causa confusión.

7.- ¿Piensa usted que el noticiario se preocupa e interesa por los problemas de la comunidad?.

Las respuestas de esta pregunta nos permitirán sondear y descubrir si el noticiario está cumpliendo con su labor social, si se preocupa por los problemas de la comunidad.

8.- ¿Satisface su necesidad de información el noticiario "Al Tanto"?

Esta pregunta nos proporcionará los datos necesarios para conocer si el noticiario contiene información suficiente o presenta algunas carencias a juicio de la comunidad y en base a las respuestas apoyar las sugerencias que en este trabajo proponemos, además de aumentar las que da el público televidente, para enriquecer el presente estudio.

9.- ¿Qué le gustaría que tuviera el noticiario "Al Tanto"?

La pregunta nueve es un conjunto de proposiciones que se ofrecen para que las personas puedan escoger las mejores opciones y también es abierta para que se hagan libremente sus propias sugerencias.

El resultado de la encuesta se transcribe en forma porcentual en la siguiente página.

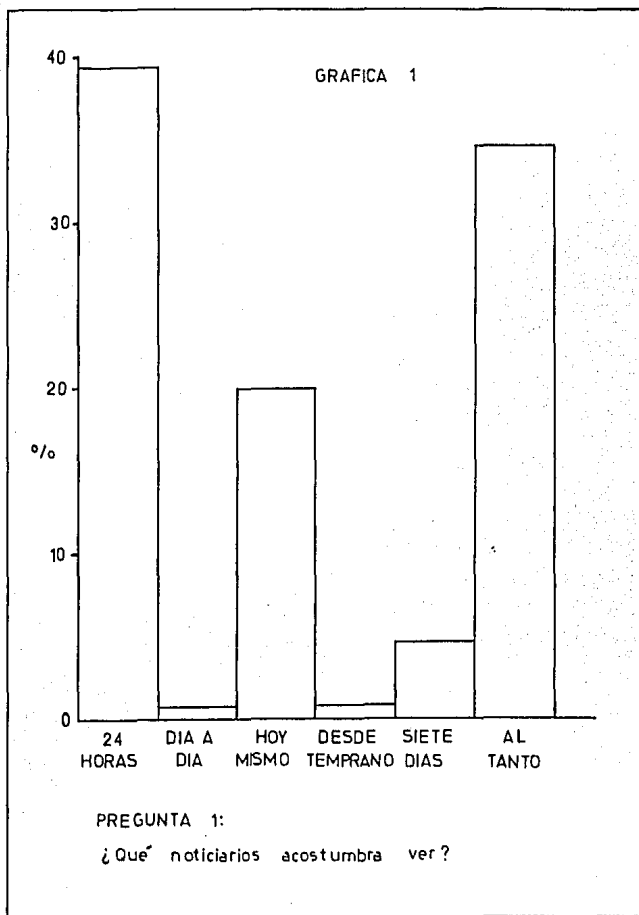
RESULTADOS EN FORMA PORCENTUAL DE LA INVESTIGACION DE CAMPO

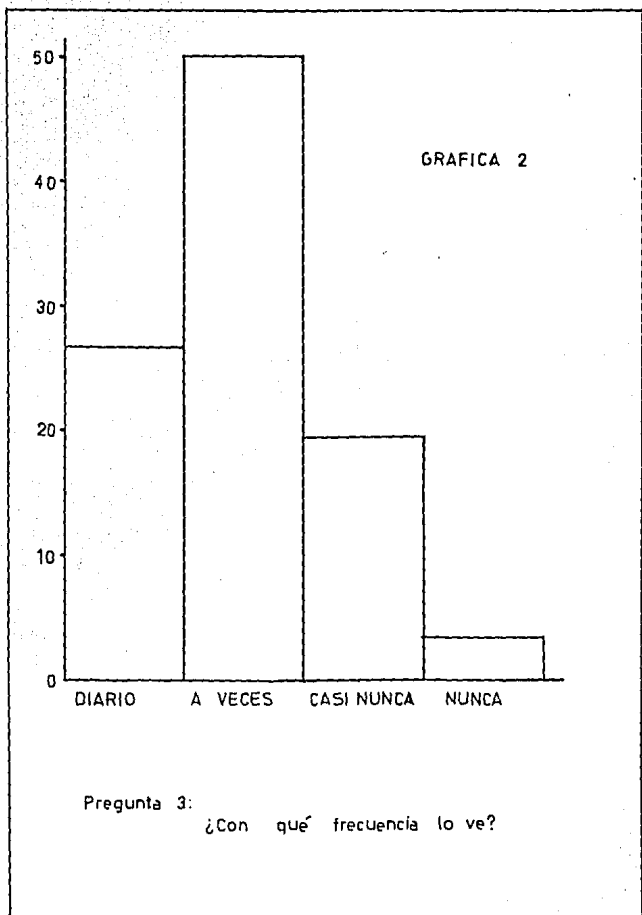
PREGUNTA	SI	NO	ABSTENCIONES
*1			
2	93.75%	3.75%	0
*3			
4	78.75%	16.25%	5%
5	67.5 %	26.25%	6.25%
6	40%	56.26%	3.75%
7	79.73%	13.75%	6.88%
8	31.88%	63.12%	5%
*9			

* Las respuestas de las preguntas 1, 3, 9, se presentan gráficamente para su mejor apreciación en la siguiente página.

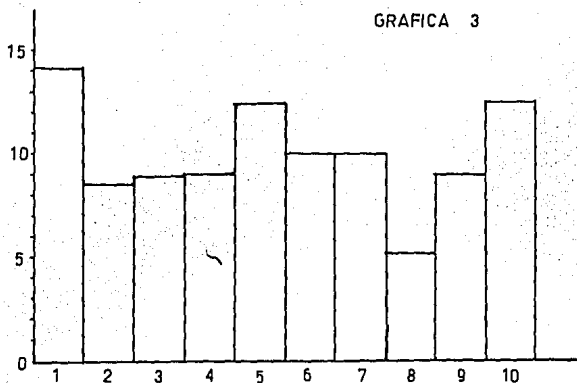
RELACION DE PREGUNTAS:

- 1.- ¿Qué noticiarios acostumbra ver?.
- 2.- ¿Conoce el noticiario "Al Tanto"?.
- 3.- ¿Con qué frecuencia lo ve?.
- 4.- ¿Le parece bien el horario?.
- 5.- ¿Le gustaría que el noticiario fuera de una hora en lugar de media hora?.
- 6.- ¿Le parece bien que den una noticia local enseguida de una internacional o de una noticia nacional?.
- 7.- ¿Piensa usted que el noticiario se preocupa por los problemas de la comunidad?.
- 8.- ¿Satisface su necesidad de información el noticiario "Al Tanto"?.
- 9.- ¿Qué le gustaría que tuviera el noticiario "Al Tanto"?.





GRAFICA 3



- 1.-Un teléfono dispuesto
- 2.-Sección editorial
- 3.-Variedad artística
- 4.-Información regional
- 5.-Información de la ciudad
- 6.-Información presentada por secciones
- 7.-Comentarios
- 8.-Información financiera
- 9.-Reporte meteorológico
- 10.-Entrevista en vivo

¿Que le gustaria que tuviera el noticiario AL TANTO ?

IV. 2 DESGLOSE DE LA INVESTIGACION.

Los resultados obtenidos de los cuestionarios son muy reveladores y útiles para la proposición del formato. Lo transcribimos a continuación:

1.- ¿Qué noticiarios acostumbra ver?.

Encontramos que el noticiario "Al Tanto" y "24 Horas" son los que más alto porcentaje obtuvieron, así tenemos que:

- Para "24 Horas" hubo 118 votos que equivalen al 39.46%
- "Al Tanto" 103 que equivale al 34.44%.
- "Hoy Mismo" 60 que equivale al 20%
- "Siete Días" 14 que equivale al 4.68%
- "Día a Día y Desde Temprano" 3 que equivale al 0.66%.

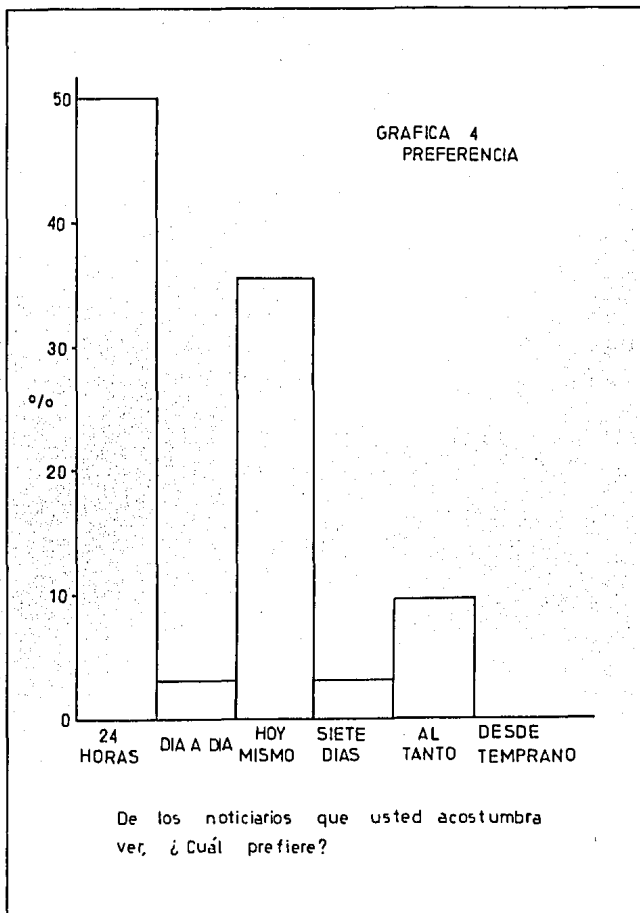
"24 Horas" ejerce una fuerte competencia sobre "Al Tanto", pero es alentador que este telediario local sea ya conocido en el medio.

Por otra parte "24 Horas" tiene la primacía en el gusto del público, este dato, lo tomé de una encuesta que realicé a priori, con un cuestionario a prueba, que fue el que sirvió de base para el actual, que es el que se aplicó. La pregunta que nos proporcionó la información es la siguiente:

De los noticiarios que usted acostumbra ver, ¿cuál es el que prefiere?. La respuesta fue: "24 Horas". El porcentaje es el 50% ya que de 85 cuestionarios aplicados el noticiario tuvo 43 votos a favor mientras que "Al Tanto" sólo obtuvo 8 lo que representa el 9.41%.

Hoy Mismo tuvo 30 votos que equivalen al 35.29%
 Día a Día y Siete Días 2 que equivale al 2.3%
 Desde Temprano 0 que equivale a 0

(Ver gráfica 4).



El motivo de que se anexasen estos datos es porque es indispensable reforzar los resultados obtenidos de los 160 cuestionarios (que es la encuesta definitiva o sea la última encuesta que se realizó) -- pues a simple vista la gráfica 1 presenta un panorama muy alentador pero que dista mucho de la realidad, y podemos incurrir en el error de creer que "24 Horas" y "Al Tanto" son los noticiarios más vistos en Guadalajara, lo que en realidad no es cierto pues si prefieren "24 Horas" en lugar de ver "Al Tanto" la mayoría espera el noticiario de México. Esto no es una mera suposición, pues si agregamos a estos resultados los datos obtenidos de la pregunta 3 misma que hace referencia a la frecuencia con que ven el noticiario "Al Tanto", encontramos que en las dos encuestas, la primera de 85 cuestionarios y la segunda de 160-- que es la real, la opción "a veces" alcanzó el más alto porcentaje -- (ver gráfica 2 y 5) sobre esto trataremos más ampliamente en la pregunta tres.

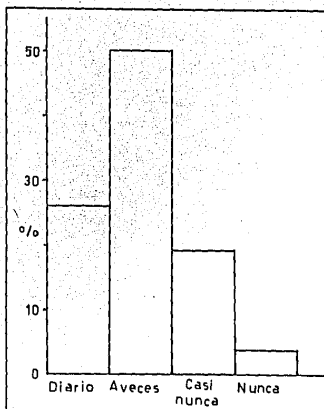
2.- ¿Conoce el noticiario "Al Tanto"?

El porcentaje de la muestra nos indica que el noticiario sí es conocido por la comunidad, ya que el 93.75% de los entrevistados contestó afirmativamente y sólo el 3.75% que representa la minoría contestó que no.

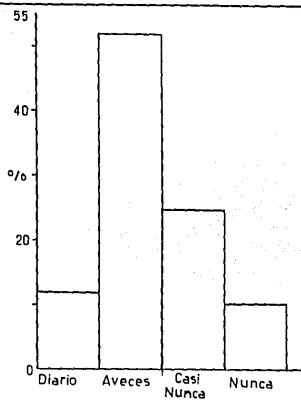
3.- ¿Con qué frecuencia lo ve?

Los resultados fueron los siguientes:

- Diario obtuvo 43 votos, esto es el 26%
- A veces obtuvo 80 votos, esto es el 50%
- Casi nunca obtuvo 31 votos, esto es el 19.37%
- Nunca obtuvo 6 votos, esto es el 3.75%



GRAFICA 2



GRAFICA 5

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia lo ve?

Resultados de la primera encuesta de 85 cuestionarios.

- Diario obtuvo 10 votos que es el 11.82%
- A veces obtuvo 44 votos que es el 51.76%
- Casi nunca obtuvo 21 votos que es el 24.70%
- Nunca obtuvo 9 votos que es el 10%

Citamos estos datos porque como vimos en las gráficas 2 y 5 - "a veces" es el dato que sobresale, lo que nos indica que existen motivos para que la mayoría cambie de canal, y así es efectivamente, de los 52 que "casi nunca" ven el noticiario y de los 124 que respondieron que lo ven "a veces", al preguntarles por qué resultó lo siguiente:

- Prefieren 24 Horas porque les parece más completo y más profesional.
- Opinan que "Al Tanto" carece de atractivo porque en el renglón local la información que presenta, es muy condensada, carece de profundidad y es insuficiente.
- Por tratar de competir con "24 Horas" presentan un refrito en general.
- Lo ven "a veces" porque les interesa una noticia o por los reportajes que pasan el fin de semana.

4.- ¿Le parece bien el horario?.

La cuestionante número cuatro está muy relacionada con la tres, veamos por qué: el 78.75% de los entrevistados respondió que le parece bien el horario, porque a esa hora están en sus casas, pero como vimos en la pregunta anterior hace falta un mayor esfuerzo para lograr captar un teleauditorio más extenso. Estamos frente a una realidad "Al Tanto" - es conocido, pero no ha logrado captar completamente la atención del teleauditorio.

5.- ¿Le gustaría que el noticiario fuera de una hora en lugar de media hora?

Para hacer la proposición de que el noticiario fuera de una hora, se tomó en cuenta la opinión del público, prueba de esto son los 108 votos a favor de que se aumente el tiempo del programa. Dentro de las respuestas que se dieron en la parte abierta de la pregunta, concidieron 48 personas (que se expresaron en términos más o menos parecidos) en que al noticiario le hace falta tiempo para que dé una información más profunda y completa.

6.- ¿Le parece bien que den una noticia local, enseguida de una internacional o de una noticia nacional?

El resultado fue el siguiente:

- el 40% dijo que sí y
- el 56.25% dijo que no, lo que representa poco más de la mitad de las personas entrevistadas, mismas que se expresaron en términos parecidos:
 - "Esta forma de presentar las noticias, aunado a la falta de experiencia de Lucy Montes quien necesita un poco de calma al leer las noticias, da como resultado una mescolanza de información que a final de cuentas no entendemos nada".
 - Presentan sin orden la información nacional, internacional, y local y aunado a la rapidez con que leen las noticias nos produce confusión.
 - Piden que el noticiario tenga también información nacional, lo que interpretamos como producto de la confusión causada por la forma de presentar las noticias, ya que el noticiario "Al Tanto" no carece de esta información. (Este dato procede de la parte abierta de la pregunta nueve).

Los resultados de esta pregunta sirven para reforzar la prop-o-s-i-c-i-o-n de que la información sea presentada por secciones o bloques de información claramente delimitadas, con la finalidad de dar un me-j-o-r servicio al público ya que es precisamente al teleauditorio a --q-u-i-en hay que tomar en cuenta a la hora de elaborar un formato, pues - si no logramos informar a la comunidad, aún cuando se tenga un exce-l-e-n-t-e equipo técnico y un nutrido grupo de reporteros el trabajo realiza-d-o se convierte en esfuerzo estéril.

Uno de los problemas que vemos en "Al Tanto" es que sacrifi-c-a el contenido por la estructura, esto es, la versatilidad que ellos pretenden con el formato que presenta, aunado al poco tiempo de dura-c-i-o-n del noticiario, contribuyen a desinformar.

No podemos afirmar que el formato que utilizan para presen-t-ar las noticias sea malo, ya que en cuestión de "formas" en el medio televisivo, no hay norma o regla escrita, pero lo que si podemos afir-m-ar, es que si una manera de presentar la información perjudica el con-t-e-n-i-d-o y por consiguiente desvirtúa la función del periodismo, habrá - que rectificar.

7.- ¿Piensa usted que el noticiario se preocupa e interesa por los pro-blemas de la comunidad?.

Al ver los resultados de la muestra nos encontramos con la grata sorpresa de que el noticiario tiene a su favor 127 votos y 22 en contra.

Esta imagen que tiene el público del noticiario se debe a -- los reportajes de investigación, ya que en repetidas ocasiones contes-taron.

"Si el noticiario si se preocupa por los problemas de la co-m-u-n-i-d-ad una muestra de ello son los reportajes de "Al Tanto".

8.- ¿Satisface su necesidad de información el noticiario "Al Tanto"?

El resultado es 31.88% afirmativo y 63.12 negativo. Al preguntárseles por qué las respuestas que coincidieron fueron las siguientes:

- Encuentran más información en la radio.
- Tienen que complementar con otros noticiarios.
- Hay mucha información de la localidad que no cubren.
- La información que presentan es muy superficial.

Como vemos, esto viene a reforzar lo que se propone en esta tesis al respecto de que se amplíen las fuentes de información.

9.- ¿Qué le gustaría que tuviera el noticiario "Al Tanto"?

En esta pregunta se ofrecieron diez opciones que tuvieron mucha aceptación e incluso en la parte abierta de la pregunta se hicieron sugerencias, por parte del público, que resultaron muy ilustrativas y por lo mismo se tomaron en consideración.

Hacemos la aclaración que aquí sólo se pondrá el vaciado de los resultados, ya más adelante veremos con más amplitud la trascendencia de cada uno de los puntos favorecidos por la elección del público televidente.

Los resultados son los siguientes:

- Un teléfono dispuesto al público obtuvo el 14.18%
- La sección editorial el 8.55%
- Variedad artística 8.92%
- Información regional 9.04%
- Información de la ciudad 12.45%
- Que la información sea presentada por secciones 10.02%
- Comentarios 10.02%

- Información financiera 5.25%
- Reporte meteorológico 9.04%
- Entrevistas en vivo 12.54%

Al comparar los porcentajes encontramos que entre los más al-
tos están:

- Un teléfono dispuesto... con 14.18%
- Entrevistas en vivo ... con 12.54%
- Información de la ciudad con 12.45%
- Información por secciones 10.02%
- Comentarios 10.02%

Es importante subrayar que una de las opciones que más alto -
porcentaje alcanzó es la que sugiere que se abra un canal de comunica-
ción con el público, esto demuestra que realmente es necesario que el -
noticiario sea más participativo, lo que refuerza la proposición que se
hizo al iniciar esta tesis.

La pregunta 9 nos revela los gustos y preferencias del públi-
co así como las carencias y debilidades del noticiario "Al Tanto", pode
mos apreciar que, tanto el formato del noticiario, como el contenido --
del mismo, no satisfacen plenamente al teleauditorio, y es aquí donde -
podemos apreciar más claramente la causa de que no sea visto y preferi-
do por la mayoría.

IV.3 PROPOSICION DE UN FORMATO DE NOTICIARIO TELEVISIVO PARA "AL TANTO" BASADO EN EL ANALISIS PROPUESTO DE LOS NOTICIARIOS.

Durante el desarrollo de este trabajo se fue viendo claramente la necesidad de cambiar la estructura del noticiario "Al Tanto", -- pues encontramos los siguientes argumentos que aquí recapitulamos:

- Los bloques de noticias no están claramente delimitados, por lo que se da indistintamente la información: nacional, internacional y local, ¿el resultado? se sacrifica el contenido por la estructura y esto respalda el 56.25% de las personas encuestadas.

- El noticiario "Al Tanto" tal como está no satisface la necesidad de información del teleauditorio.

- Los resultados de la pregunta nueve (ver página 147) dan un amplio panorama de lo que le hace falta al noticiario "Al Tanto" lo que viene a reforzar y sostener los cambios y nuevas modalidades aquí propuestas.

- La información como noticia debe presentarse en IMAGEN y -- aquí presenta una grave carencia y diferencia entre lo que se muestra y lo que se lee.

- Gracias también a la información aquí descrita de los diferentes autores que tienen un amplio conocimiento del medio televisivo -- en la aportación de la información, presentaremos en este capítulo un formato con el cual se pretende:

- Lograr una presentación más ágil y bien delimitada de las noticias: Internacionales, nacionales y locales.

Con lo cual se desea:

- Coadyuvar al cumplimiento de la gran responsabilidad social que compete al telediario local.

IV. 3.1 BASES PARA LA PROPOSICION DEL FORMATO.

A- PREPONDERANCIA DE LO VISUAL

B- CULTO A LA PERSONALIDAD

C- LA NOTICIA ENTENDIDA COMO ESPECTACULO

A.- Dentro de la preponderancia de lo visual, se hace énfasis en que debe existir una mentalidad que le dé prioridad a la visualización de la noticia, tomando en cuenta los siguientes puntos:

- a) Que el video es el que da la noticia
- b) Que las palabras son las que complementan la información.
- c) Y en caso de ser imposible obtener la información será -- necesario sólo entonces, recurrir:
 - c.1.- al locutor en cuadro
 - c.2.- al video de apoyo
 - c.3.- a los cartones con mapas, dibujos o bien fotografias.

B.- El segundo punto es el culto a la personalidad:

Se propone para tal efecto, la permanencia de los locutores - Lucy Montes y Fernando del Monte en el noticiario, para que se les identifique con su programa y se logre una estabilidad. Tomando en cuenta - que este noticiario es joven y que tiene poco tiempo al aire y ha cam - biado de nombre varias veces, sus locutores no pueden darse el lujo de - ausentarse como vemos que lo hacen las personalidades de los otros noti - ciarios.

Si se quiere lograr establecer una personalidad que proyecte - mayor credibilidad es importante que el conductor haga suyos los proble - mas de la comunidad de tal forma que refleje un conocimiento y deseo de - ayudar, mediante comentarios inteligentes y orientadores, que pongan de - manifiesto que sabe, conoce y puede opinar con autoridad sobre lo que - está informando.

De este modo no se le considerará como un simple relator, si - no como un líder de opinión.

Esto viene a reforzar el hecho de que en 160 cuestionarios 82 - votos fueron a favor de la sugerencia (que se encuentra en la pregunta - 9 del cuestionario) de que el noticiario tenga más comentarios.

C.- El tercer punto que es el concepto, "la noticia entendida - como espectáculo", aporta gran parte de los lineamientos que regirán la - estructura y contenido del formato.

IV. 3.2 CONTENIDO Y PRESENTACION DEL FORMATO.

En este apartado en el que se presentará la estructura se verá:

EL CONTENIDO:

En el que trataremos qué es lo que debemos y queremos informar.

LA FORMA:

Bajo qué géneros periodísticos, de qué modo y qué secuencia.

- Para que el noticiario sea presentado dentro de un marco de variedad se propone lo siguiente:

IV. 3.2.1) Primeramente que la noticia se vea, esto ya es espectáculo.

IV. 3.2.2) Que toda la estructura del noticiario tenga varios géneros-periodísticos, esto es espectáculo.

- a. que la información de arte incluya variedad artística.
- b. que haya entrevistas en vivo.
- c. que haya mayor desglose de las noticias mediante los recursos que proporciona el género interpretativo.

IV. 3.2.3) Que la información se divida por secciones y que algunas sean permanentes.

A continuación desglosaremos cada una de las proposiciones:

IV.3.2.1) Que la noticia se vea: Espectáculo viene de "Spectare" que -- significa ver, por lo que un medio como la televisión, debe mostrar la noticia: Para ello se propone que se cree una ma -

por conciencia tanto en los reporteros, como camarógrafos y editores, de que la imagen es la que debe reportar los hechos y de esta forma el reportero pedirá al camarógrafo exactamente lo que necesita, y el camarógrafo con su experiencia, talento y con esa idea firme, no perderá ningún detalle importante. El editor es un elemento indispensable pues de él depende que se haga una interpretación lógica visual de la realidad o que la deforme.

IV.3.2.2) Que toda la estructura del noticiario tenga varios géneros - periodísticos:

a. Que la información de arte incluya variedad artística. Tener un artista invitado en el estudio contribuiría a darle mayor variedad al noticiario y esto aunado a los demás elementos que se proponen y - que se verán ampliamente más adelante, vienen a configurar la noticia como espectáculo.

Esta proposición está respaldada por 73 votos a favor de la encuesta realizada, además de los comentarios que coincidieron en un - 40% en que este elemento vendría a darle mayor variedad y lo haría atractivo para más personas.

b. Que haya entrevistas en vivo. No se debe descuidar el aspecto de las entrevistas en vivo, como un recurso más para allegarse información. El género de entrevista, especialmente en vivo, es necesario - en el programa para que sea más participativo e interesante.

c. Que haya mayor desglose de las noticias mediante los - recursos que proporciona el género interpretativo. Se debe aprovechar la - gama de recursos que ofrece dicho género, para informar y formar opinión, ya que es una de las funciones del periodismo el crear conciencia de la - realidad social que se vive, esto se puede hacer mediante: Editoriales, - Críticas y Comentarios.

El teleauditorio mostró (mediante la encuesta realizada) tener una clara conciencia y conocimiento de la importancia y trascendencia del Editorial en televisión y por ende la opción que proponía una sección Editorial obtuvo 70 votos que equivalen al 8.5%.

IV.3.2.3) Que la información se divida por secciones y que algunas sean permanentes:

A) Editorial: Esta sección se presentará una vez a la semana, se recomienda que lo presente una persona en especial; una persona con criterio, autoridad y reconocido prestigio.

En la encuesta realizada se registraron varias opciones coincidentes que se refieren a la forma en que se realiza actualmente el editorial en el noticiario "Al Tanto" aquí las transcribimos:

"El editorial que hemos visto en el noticiario es bueno en cuanto a conceptos pero carece de fuerza", "el que Lucy Montes lea un editorial da la impresión de que está leyendo una nota más y esto le resta importancia a lo que plantean". Estas aportaciones ponen de manifiesto, una clara necesidad de que el editorial debe ser presentado por una persona que refuerce el contenido.

Para aclarar un poco más este punto mencionaremos aquí las características del editorial por televisión:

El editorial televisado:

- Suele durar de uno a tres minutos.
- Es leído.
- Ante la cámara
- Bien por el gerente de la estación.
- Bien por el director de noticiarios o un editorialista.

Otro punto importante que se debe mencionar, ya que en el noticiario "Al Tanto" no se cumple, es el cómo se debe presentar un editorial por televisión:

Suelen ir acompañados de material visual al caso, como:

- Video
- Fotos fijas
- Mapas y
- gráficas.

El contenido de un editorial aunado con los dos elementos mencionados sería más impactante y favorecería a la comunidad, pues lo que se pretende es obtener respuesta y resolución a los problemas que se plantean por medio de este género.

Cabe mencionar y señalar que en el noticiario que se analiza este aspecto está siendo descuidado. Por lo que se propone que se tomen muy en cuenta los puntos aquí expuestos y se haga una editorial más profesional.

B) Crítica: Se propone una crítica sobre arte, que se puede incluir en la sección de espectáculo. Se sugiere que quien se encargue de hacer la crítica sea un conocedor de la materia y no un reportero improvisado. Se hace la aclaración porque en el noticiario "Al Tanto" no hay ningún reportero especializado en su fuente.

C) Comentario: Hace falta aprovechar éste género para ofrecer información educativa en cuestiones diversas.

Se propone que esta sección sea participativa, esto es, que se invite a distintas personalidades de los diferentes sectores a conversar sobre su materia.

D) Sección de espectáculos: Debe abarcar acontecimientos sociales relevantes que se registran en la ciudad, como exposiciones, conciertos, declaraciones de artistas, desayunos, comidas, en fin, todos los -- eventos importantes de los hombres de negocios, industriales, profesionistas, políticas etc... que representan un sector muy importante de la población económicamente activa.

Dentro de esta sección se propone que entre todo lo referente al arte y sus distintas expresiones como son: la pintura, escultura, danza y otros tipos de arte: las artesanías de barro, papel maché, porcelana, vidrio, cartón, etc...

Al realizar la investigación de campo recogimos varias sugerencias de los entrevistados, que transcribimos aquí para enriquecer, esta -- sección.

Se pide que se traten temas interesantes como:

- El arte de hacer zapatos.
- El arte del vidrio soplado.
- ¿Cómo y dónde se hacen las muñecas de papel?.
- La manufactura de cestos, tapetes, jorongos etc...

En cuestión de arte Jalisco es un venero inagotable y toda esta riqueza cultural puede ser transmitida a la gran mayoría con un enfoque educativo e informativo de primer orden.

La producción de esta sección de arte y espectáculo, sería de la siguiente manera:

Tomando en cuenta que el lapso que ocupará esta sección es de tres a seis minutos (seis minutos cuando no haya artistas en el estudio) se propone que se grabe la información y se presente ya producida,-

con una cortina de separación e identificación entre una y otra información.

Soffa Camarena daría la información a cuadro e inmediatamente pasaría la información grabada.

Para finalizar la sección se sugiere que, en vivo, se entreviste al artista, quien posteriormente realizaría su número artístico.

Otra opción es que se entreviste al artista en el transcurso del programa, pero antes de la sección (para aumentar el interés y darle mayor variedad al programa) con la intención de dejar la actuación del artista en vivo para cerrar la sección.

La sección de espectáculo se propone que pase diariamente.

En la encuesta realizada la opción de "variedad artística" obtuvo 73 votos que equivalen al 8.92%.

Se sugiere a Soffa Camarena para esta sección, porque además de laborar en el noticiario "Al Tanto", es corresponsal del programa -- "Mundo del Espectáculo" que pasa por canal 2 y a través de dicho programa hemos tenido oportunidad de observar su trabajo y lo encontramos -- atractivo e interesante, por lo que se perfila como elemento ideal para la sección.

E) Sección meteorológica: El pronóstico del tiempo, puede resultar una fuente de información interesante si se amplía y explica mediante mapas, diagramas y video. Actualmente es proyectado en forma breve y poco ilustrativa, además la información del reporte debe ser más accesible; esto es, que se expliquen los términos que se emplean ya que para algunos, mesa del centro y vertiente del Pacífico son términos que les resultan abstractos.

Por otra parte, hay que señalar que se debe aprovechar el área de señal que cubre el noticiario (ver mapa en la página 123) para que la información que contenga esta sección abarque puntos claves para el turismo. Con esto se logrará, por una parte, dar un mejor servicio y por otra, aumentar la sensación de cercanía con los diferentes lugares a los que llega.

F) Sección Universitaria: Esta sección hace falta en el noticiario, pues actualmente la información sobre las universidades no es una fuente que se maneje con regularidad y además no se le ha dado la debida importancia.

El contenido de esta sección sería de gran utilidad para la comunidad, ya que puede presentarse, (evitando tocar puntos como ideologías y divergencias entre universidades) una amplia gama de información; como:

- descubrimientos científicos
- inventos
- avances tecnológicos
- experimentos
- reportajes vocacionales
- oportunidad de desarrollo profesional, becas, maestrías, conferencias, que ayudarían a elevar el nivel cultural de los receptores, o bien ampliar su campo de conocimientos.

Una aportación positiva más de esta sección es que su producción parcial puede hacerse mediante un convenio con las escuelas de comunicación. Se pediría a los alumnos más destacados en el área de televisión, que produjeran y enviaran el material informativo al noticiario.

Esta medida vendría a beneficiar:

- A las universidades

- A los alumnos
- Al noticiario.

A las universidades porque a través de la televisión se les daría proyección.

A los alumnos, porque les daría la oportunidad de estar en contacto con la fuente de trabajo.

- demostrar su capacidad creativa
- poner en práctica la teoría que ven en el aula
- aumentar sus conocimientos
- y ver al aire el fruto de su trabajo.

La importancia de esta sección desde el punto de vista periódico. Tenemos que la información que se genera en este medio, interesa a una población estudiantil que rebasa el millón, mismos que generan noticias y a su vez requieren satisfacer su necesidad de información y que mejor que el noticiario local para cumplir con esa función.

Otro aspecto que es muy importante y que debe tomarse en cuenta es que las investigaciones que se llevan a cabo en las Universidades son de suma importancia no sólo para el estado sino para el país, tal es el caso de los descubrimientos científicos, inventos, avances tecnológicos, en la medicina etc... que significan la aportación del esfuerzo e intelecto de los mexicanos al servicio de la sociedad.

Lo que aquí se apunta es como vemos muy trascendente y por su importancia el noticiario "Al Tanto" no debería de descuidar esta información.

FORMA DE PRESENTAR LA SECCION:

Para que esta sección sea atractiva se propone que se le asigne un conductor que conozca perfectamente la fuente.

Las noticias que se proyectan deberán ser presentadas en forma ágil y entendible; se recomiendan que no sean más de seis ya que para -- finalizar la sección se propone que se haga una demostración en vivo de un experimento interesante y accesible de entender para todo tipo de público, también se sugiere que en este aspecto dedicado a los experimentos, se programen también entrevistas con personas claves de empresas importantes.

Se sugiere que esta sección pase una vez por semana.

Aquí registramos la opinión del Dr. Oscar González Barlett, porque hace sugerencias para la sección que serían de mucha utilidad. Entrevistado en su domicilio el 11 de Oct. del 86.

- "Hace falta cubrir el sector académico, para obtener información sobre:

Avances de celulosa y papel, química, petróleo, medicina etc., ya que la investigación ofrece grandes alternativas y un medio como la televisión sería de gran utilidad para que se dieran a conocer los logros de la ciencia y así los inversionistas se verían motivados a invertir en proyectos de investigación.

Una vez hechas estas aclaraciones y señalamientos sobre la importancia de una sección Universitaria sólo resta reiterar lo que se dijo en capítulos anteriores "el periodismo participa en la vida de la comunidad. Su verdad o su mentira, (y yo agregaría las omisiones) resultan determinantes en el trazo de sus caminos.

G) Sección de Finanzas: dentro del mundo de las finanzas existe una gran variedad de información que, hasta el momento, se ha descuidado en el noticiario "Al Tanto" y es la siguiente:

- Mercado Bursátil
- Cotizaciones de moneda extranjera en el mercado libre
- Mercado cambiario de monedas y metales preciosos
- precios del dólar: libre, aeropuerto, controlado, de equilibrio, de ventanilla.
- Bolsa Mexicana de valores.
- Petrobonos.
- Inflación.
- Precio de la gasolina.

En cuestión de finanzas hay mucho que tratar, especialmente a nivel local. En la encuesta realizada se registraron los comentarios y sugerencias de personas claves de distintas empresas y las sugerencias hechas se transcriben a continuación:

Adriana Castañeda, gerente Administrativo de "Empresa Empaques Industriales del Pacífico, opina": Hace falta más información financiera en lo referente a obtención de créditos y a quienes se destinarán. También nos interesa saber como está la tasa de interés, el desliz del peso etc.". (13 Octubre del 86).

El Licenciado Ramiro Berrelleza, Jefe del Departamento de Comercialización de Banamex afirma que: "realmente la sección de finanzas en el noticiario "Al Tanto", bien producida, con información financiera-local, tiene mucho que ofrecer al público, pero para esto se necesita -- que se haga un trabajo más profesional, con un conductor que conozca sobre el tema, que en cuanto lo veamos en la pantalla proyecte credibilidad" (10 Octubre del 86), sugiere que la información que podría interesar a los empresarios es además de la ya mencionada, Mercado de Dinero - CETES, Mercado de Capital, Acciones.

Javier Montoya Cansino, Jefe Administrativo de Ventas de Plasti-Empaques dice: "Es importante que, dentro de la sección de finanzas, se informe sobre el tipo de empresas que hay en Guadalajara y a qué se dedican, ya que esta información serviría para alentar a las personas - que poseen capital suficiente como para invertir en las empresas, y con ésto beneficiaría al país, porque esta medida daría impulso a las orga-nizaciones que son generadoras de empleo lo que mejoraría la economía. (Entrevistado el 13 de Octubre-86) en la empresa mencionada.

Carlos García Michel, comerciante y dueño de una empresa ex - portadora dice que, si "Al Tanto" le informara de las cotizaciones de - las monedas extranjeras y tuviera una información más amplia sobre el - mundo de las finanzas, el noticiario estaría cumpliendo eficientemente - con su labor periodística". (13 Octubre-86 entrevistado en su negocio - domicilio B de Julio 557 S.J.).

Como vemos la información financiera es prácticamente ignora - da y con ello se ignora también a un sector de la población que encaja - dentro de la clasificación "A" por ser de la clase social alta entre es - tas personas se encuentran: exportadores, inversionistas, empresarios - etc... quienes no conocen el noticiario o bien lo han visto poco o por - casualidad, las razones son:

- 1.- No ven el canal 4 porque tiene mala programación.
- 2.- No ven el noticiario porque en "24 Horas" y en "Monitor - Financiero", encuentran la información que necesitan.

En la encuesta realizada en la que predominó la opinión de la clase media y media baja, la mayoría de las personas dijo que la infor - mación financiera no les interesaba por lo que obtuvo 43 votos a favor - que significan el 5.25%.

H) Reportajes de Investigación: De la investigación de campo se obtuvo la siguiente información:

- El 10% de las personas entrevistadas elogió el trabajo que se realiza en los reportajes de investigación del noticiario "Al Tanto".
- Entre las personas que dijeron ver el noticiario "Con la frecuencia a veces" y "casi nunca", se registró la observación de que conocen el noticiario precisamente porque han visto los reportajes de fondo.

Viendo en este punto un elemento de gran interés para las mayo rías se propone que se hagan este tipo de reportajes tres veces a la se- mana.

NOTA: Sobre canal 4 tenemos las opiniones de tres personas entrevista- das de diferentes agencias de Publicidad.

Tony Chávez del Departamento Administrativo de Publicidad Sai fe "Canal 4 tiene mala programación es muy repetitivo y sus programas son muy viejos", mostró un Video Tips, folleto que contiene la programa ción del canal 4 y 6 donde pudimos apreciar que realmente canal 4 ofre- ce programas poco atractivos y son repetidos.

Gladis América Arce Torres, encargada del Departamento de -- Tráfico de la Agencia de Publicidad J. Marín y Asociados:

Es un canal que no tiene buena programación ni comercializa ción no vamos a recomendar un medio que es tan caro si se corre el -- riesgo de que la inversión no reditúe. Los ejecutivos de cuenta de Tele vida nos han visitado para ofrecernos paquetes para que los clientes se anuncien en el 4, pero pierden su tiempo porque no vamos a engañar a --

nuestros clientes ofreciéndoles que se anuncien en canal 4 si éste, no tiene buena programación, pues sus programas son viejos, repetidos, y malos.

Laura Villa, Jefa de Medios de la Empresa Publicitaria Gutiérrez y Orvañanos:

"Los dos canales 4 y 6 son recomendados por la agencia y dependen de del cliente y su producto el que se anuncie en uno u otro canal.

¿En qué canal se anuncian más sus clientes?.

En el canal 6

¿Por qué?

Porque tiene mejores series.

Vemos pues que "Al Tanto" se encuentra en un canal que es considerado malo, de poco rating.

IV. 4 EQUIPO TECNICO Y HUMANO.

Tomando como base los apuntes del Licenciado Ubaldo López, haremos las observaciones pertinentes en cuanto a la elaboración del no noticiario "Al Tanto", de tal forma que veamos claramente la diferencia entre lo que se hace actualmente en el noticiario y lo que se debe hacer.

La finalidad que nos anima a la presente comparación es:

- Proporcionar elementos de juicio para quien lea este trabajo.
- Ayudar a los responsables del programa de noticias a detectar sus fallas y
- Contribuir a elevar la calidad informativa.

ELABORACION DEL NOTICIARIO TELEVISIVO:

DIRECCION GENERAL se estructura: Fernando del Monte que es -
 el Gerente de Noticias y --
 que hace las funciones de -
 Director General, realiza -
 cabalmente este trabajo.

-EL CONTENIDO
 -EL FORMATO Y
 -LA DURACION
 del programa.

JEFATURA DE INFORMACION:

REPORTERO Recaba datos -LA OBSERVACION
 de los MEDIANTE Y
 las fuentes a: HECHOS - LA ENTREVISTA

CAMAROGRAFO Graba el SUCESO: - LO IMPORTANTE
 - en forma lógica
 - y de acuerdo al
 lenguaje televi
 sivo.*

* Los camarógrafos y los reporteros aún no tienen una conciencia clara de lo que aquí se menciona porque todavía si existe la mentalidad de -- que las imágenes son de apoyo.

AUXILIAR TECNICO Responsable de la calidad
 VISUAL Y AUDITIVA.

DEPARTAMENTO DE REDACCION

1.- SE REDACTAN LOS TEXTOS DE APOYO
A LA INFORMACION VISUAL.

2.- SE ELABORA EL GUION.

Las funciones del Departamento de Redacción aquí expuestas se cumplen en parte por lo siguiente:

- Lo que se refiere a la redacción de textos de apoyo, no se da porque se toma como prioritaria la información escrita; esto es, la redacción de la información se hace para ser apoyada con video.

El procedimiento es el siguiente:

Redactan y envían la información a producción, les indican en qué cassette pueden encontrar la imagen que están solicitando, y de ahí en adelante el departamento de redacción se desentiende del proceso, vemos pues que los reporteros que son quienes saben o deben saber cuáles son las imágenes que contienen la información, no están presentes a la hora de editar la nota y por otra parte los reporteros redactan la información de acuerdo a las declaraciones que recogieron y no en base al video, lo que representa una cadena que proyecta como resultado final lo que vemos por televisión, imágenes de apoyo para la información que se piensa y redacta más para radio que para televisión.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCION:

- A) SE CALIFICA EL MATERIAL, EDITA, CLASIFICA EL MATERIAL VISUAL.
- B) SE DISTRIBUYE EL GUIÓN.
- C) SE PLANEA LA EMISION INMEDIATA:
 - Se distribuyen las notas
 - Se hace una lectura para familiarizarse
- D) SE ENVIA "AL AIRE" DE ACUERDO AL FORMATO ESTABLECIDO:
 - A intervalos,
 - Entrevista,
 - Reportaje,
 - Mesa Redonda, etc...
- E) SE EVALUA Y SE HACEN OBSERVACIONES PERTINENTES.

En el noticiario "Al Tanto" las funciones que se mencionan no se cumplen cabalmente, ya que dicho departamento se encarga únicamente del aspecto técnico en general porque es independiente del noticiario -- pues pertenece a la estación televisora, por lo que sus servicios son para todos los programas en vivo.

El departamento de producción de "Al Tanto" lo conforman los editores y el productor. A los editores les corresponde calificar el material visual y editarlo, para ello disponen de un cassette para cada información y una vez editado lo pasan a un sólo cassette armado todo por orden tal como va el guión del programa.

Una vez armado el material lo pasan al master donde el productor debe encargarse del desarrollo armónico del programa. En este punto encontramos que el productor no está desempeñando como debe su trabajo, pues hemos captado infinidad de errores. Aquí apuntamos los que consideramos de mayor trascendencia:

Dejar el micrófono abierto da lugar a que se pase una indisc
ción al aire.

- Un reportaje sin audio o bien uno al que se le corta el soni
do, provoca en el primer caso, pérdida de tiempo, y en el segundo desin
formación.

- Llamadas por teléfono que no pasan al aire significan pérdi
da de tiempo, ya que el productor se duerme y no le avisa al conductor y el tiempo sigue corriendo, sucede que a la mitad de la nota, por fin de
tectan la falla y se procede a repetir la información, ahora sí con au
dio y por lo pronto, la nota que se pretendía durara 30" ocupa inúltim
ente el doble del tiempo.

- El cambio de cámara cuando todavía está hablando el locutor-
que estaba a cuadro, viene a perjudicar la imagen del noticiario.

Las fallas que aquí se señalan vienen a perjudicar la labor, -
trabajo y empeño de todo el engranaje que participa en la realización --
del noticiario, puesto que le resta méritos al esfuerzo que se realizó,
porque baja la calidad de la producción, aún cuando se presente un buen-
material y se haya trabajado intensamente durante el día, porque prác --
ticamente se aborta la operación al momento de salir al aire.

IV. 5 PRESENTACION DEL: "FORMATO NUEVO PARA EL NOTICARIO
"AL TANTO"

Actualmente en el noticiario "Al Tanto" el Teaser lo lee Fernando del Monte y en ausencia de Fernando, lo da Lucy Montes; pero siempre un solo locutor.

Ahora se propone que participen todos los locutores que intervendrán en el noticiario, para que el teleauditorio se vaya familiarizando con los conductores y los identifique claramente, además este recurso le da variedad al noticiario.

Adelantándonos al formato que pasamos a presentar enseguida - proponemos que el TEASER se haga de la siguiente forma:

Lucy en cámara

TEASER

Fernando del Monte en cámara

TEASER

Sofía Camarena en cámara (loc. Espectáculos).

TEASER

Locutor de Finanzas en cámara.

TEASER

Locutor de la Sección del día (Presencia Universitaria etc...)

Juan Pablo Romero - Deportes

Para la salida del noticiario se propone que se haga una síntesis informativa, con la información más importante que se proyectó durante el programa, esto será en forma breve y con imágenes.

IV.5.1 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA.

I.- Reunidos los elementos básicos para la estructura del programa:

- NOTICIAS
- REPORTAJES
- ENTREVISTAS
- SECCIONES Y
- COMERCIALES

EL DIRECTOR DECIDE:

- LA NOTICIA que abrirá el programa.
- LOS REPORTAJES que incluirá en el mismo.
- LOS INVITADOS que asistirán al estudio.
- QUE "GANCHOS" estará enviando al público para despertarle mayor interés.
- COMO TRANSMITIRRA;

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| . cada una de las noticias, | PARA LOGRAR |
| . cada reportaje, | <u>UNA ESTRUCTURA ATRACTIVA</u> |
| . los comerciales y | QUE INTERESE AL TELEVIDENTE. |
| . las secciones en general | |

II.- No es recomendable utilizar una estructura permanente.

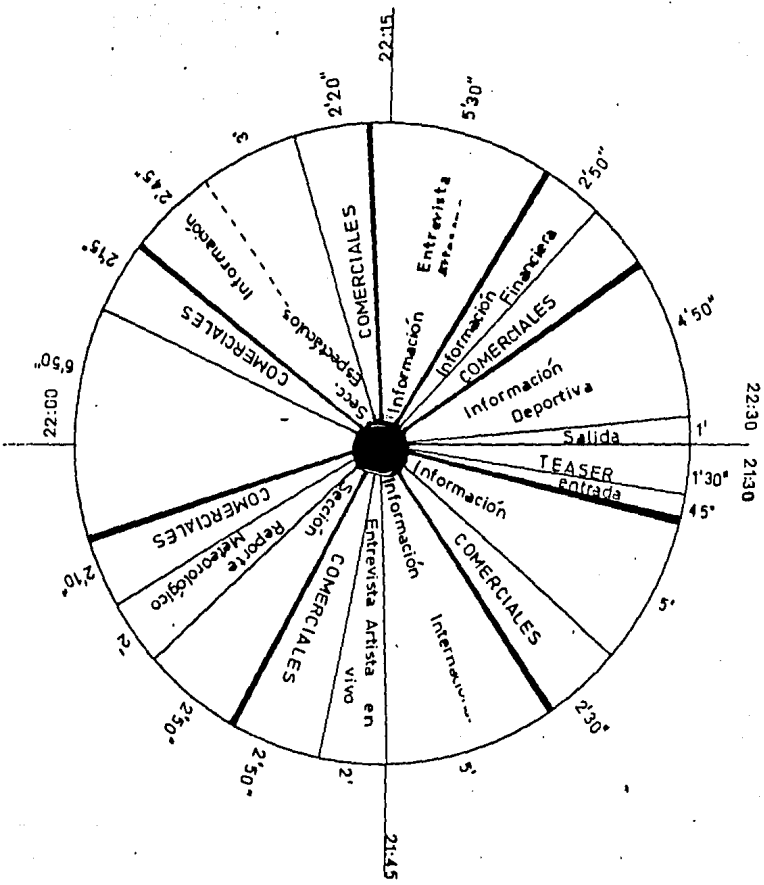
No debe haber una estructura fija, sino FLEXIBLE:

que los elementos diarios del ámbito informativo den la pauta PARA LA ELABORACION DE LA ESTRUCTURA DEL DIA.

Estas recomendaciones tomadas de los apuntes del Licenciado - Ubaldo López, han servido de gran utilidad para diseñar el formato, de tal forma que lo que originalmente se había plasmado en una hoja, ante estos conceptos, chocaba a la vista por su estaticidad, por lo que -- usando un poco la imaginación, presentamos a continuación dentro de un

círculo giratorio el formato que se propone para el noticiero "Al Tan
to".

Antes de pasar a ver el formato es necesario hacer la aclaración de que exceptuando el TEASER y la SINTESIS INFORMATIVA DE LA SALIDA TODOS los demás elementos que conforman el noticiero pueden cambiar de lugar de tal forma que se logre una estructura atractiva y flexible.



— Cortina 10"

IV.5.2. TABLA DE COMPETENCIA PARA "AL TANTO".

CANAL 2

Programación de lunes a viernes en el horario de:
9:30 a 10:30 P.M.

- Lunes: Telenovela El Camino Secreto, avance de 24 Horas-
y Hola Acapulco Hola.
- Martes: Telenovela El Camino Secreto, avance de 24 Horas-
y ¿Qué nos pasa?.
- Miércoles: Telenovela El Camino Secreto, avance de 24 Horas-
y Nuevas Noches con Talina Fernández.
- Jueves: Telenovela El Camino Secreto, avance de 24 Horas-
y No empujen.
- Viernes: Telenovela El Camino Secreto, avance de 24 Horas-
Mujer, Casos de la Vida Real.

CANAL 13

Programación de Lunes a Viernes en el horario de:
9:30 a 10:30 P.M.

- Lunes: Pulso Económico y Película.
- Martes: Pulso Económico y Telenovela Goya.

Miércoles: Pulso Económico y Película.
 Jueves: Pulso Económico y Miniserie "Luz de Luna".
 Viernes: Pulso Económico y Miniserie "Luz de Luna".

CANAL 6

Programación de Lunes a Viernes en el horario de 9:30 P.M.
 a 10:30 P.M.

Lunes: Fútbol Americano.
 Martes: Invasión Extraterrestre y Película.
 Miércoles: Simón y Simón Aventuras y Película.
 Jueves: Reportera del Crimen y Película.
 Viernes: Dimensión Desconocida y Película.

CANAL 7

Programación de Lunes a Viernes en el horario de 10:00 P.M.
 a 11:00 P.M.

Noticiero Día a Día.

El horario del noticiero "Al Tanto" se propuso de 9:30 a -
 10:30 porque es la mejor hora ya que como vemos en la tabla de compe-
 tencia, el programa de noticias tiene como rival un sólo telediario -
 que es Día a Día de canal 11, pero esto no significa una competencia-
 fuerte ya que la ventaja de "Al Tanto" es su información local y ade-
 más ante un buen trabajo, la competencia queda relegada, por lo que -
 podemos afirmar que la hora que se propone para el noticiero es la -
 adecuada.

CONCLUSIONES

I

Tal como está el formato del noticiario "Al Tanto" no ayuda al propósito de mantener informada a la comunidad, pues presenta el inconveniente de que desinforma, porque la estructura que posee se caracteriza por no tener secciones de información claramente delimitadas. Este estilo de producción obstaculiza la adecuada comprensión de las noticias, porque se revuelven, información local, nacional, e internacional y por consecuencia, se sacrifica el contenido por la estructura, lo que viene a desvirtuar la verdadera función del periodismo.

De los tres puntos claves para la proposición del formato que vendría a solucionar la problemática planteada encontramos que:

- . No existe una conciencia clara de la preponderancia de lo visual.
- . No hay en el noticiario una personalidad por lo tanto carece de la fuerza que da mayor credibilidad a lo que se dice.
- . El noticiario carece de información especializada, por lo -- cual se ha descuidado a un sector muy importante de la población.
- . Al noticiario le hace falta:
 - Información en general.
 - Mayor profundización e investigación de las noticias.
 - Que sea de una hora porque su forma tan condensada de presentar las noticias sólo pone "al tanto".
 - Más variedad, tanto en géneros informativos como entretenimiento.
 - Para que tenga más vida el noticiario, que sea más participativo.

La consecuencia de ésto es que "Al Tanto" es conocido pero no ha logrado captar completamente la atención del público.

II

En referencia a la participación del público tenemos que:

- Factor de unión y participación es el teléfono. Hemos venido insistiendo reiteradamente que se tenga una vía de diálogo con el público, para que el noticiario realice un periodismo verdaderamente trascendente, y ahora con el apoyo del público, registrado a través de la muestra, reafirmamos que es necesario tener un teléfono en el estudio, para que reciban llamadas del teleauditorio. La comunicación es muy importante, máxime que la comunidad lo pide, no hacerle caso a esta petición sería continuar en el monólogo que lleva al despotismo, a la imposición y a ignorar a las personas que son -- por quien se trabaja.

III

1.- El teleauditorio se interesa más por "24 Horas" que por el noticiario "Al Tanto", esto se debe a que el telediario local quiere -- competir con "24 Horas" y al tratar de abarcarlo todo en media hora, -- descuidan la información local de tal forma que la información que presenta es superficial y carente de investigación.

2.- "Al Tanto" sacó a últimas fechas un programa especial que se llama "Al Tanto en la Cultura" además como ya se ha mencionado también tiene el reportaje de la semana como informativo especial, donde se profundiza la noticia. El esfuerzo lo reconocemos, pero este hecho viene a reforzar lo que inicialmente se propuso, hay que darle más tiempo al noticiario, hay que unir estos esfuerzos aislados en un sólo pro-

grama, el que pasa diariamente, para no descuidar la cara que se presenta al público día tras día, no basta con arreglarse los fines de semana, si con ello descuidamos la presentación todos los días.

IV

"Al Tanto" cuenta con un equipo tanto técnico como humano para producir un noticiario de una hora. En lo que respecta al presupuesto - que posee para su realización, tienen un amplio margen destinado, única y exclusivamente al telediario.

Una vez comprobado que las condiciones son favorables, ya no tienen validez las excusas que se mencionaron en la jefatura de información, como impedimento para alargar el noticiario al decir que no lo extienden a una hora porque "nadie los verfa", y que la gente no aguanta-rfa tanto tiempo de noticias". Y para el teleauditorio las cosas son -- muy diferentes, ellos ipiden una hora de noticias!.

V

En el noticiario "Al Tanto" se le da prioridad a la nota más - que al video y por lo tanto no ha logrado presentar un periodismo televisivo como debe ser, esto significa que las imágenes sean las que den la información. y las palabras sean el complemento.

VI

La falta de cuidado, las fallas técnicas y de producción re - presentan:

- a. Pérdidas económicas.
- b. Pérdida de tiempo.
- c. Pérdida de teleauditorio.
- d. Pérdida de la imagen de profesionalismo.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

GENERALES

I

. Al concluir esta tesis, siento la satisfacción de haber -- aprendido -gracias a mi asesor de tesis, el Licenciado Ubaldo López y a los autores consultados-, que lo más importante en todo trabajo que se realice, son las personas, mismas que en la convivencia diaria generan noticias.

. Se vió en el presente estudio como primer punto, "La Noticia". Partimos de un concepto claro de lo que es, para que todo lo que se expuso estuviera asentado sobre bases firmes y de esta forma ayudarla a la realización de un periodismo verdaderamente trascendente.

. Se hizo un desarrollo bastante ilustrativo sobre géneros -periodísticos en televisión, ¿con qué finalidad? primordialmente para -presentar a la comunidad un trabajo más profesional que redunde en beneficio de ella.

. El noticiario de televisión es considerado como el representante del canal ante la comunidad, ya que por medio de éste se proyectan:

- Los sucesos que involucran a los ciudadanos, se ventilan - los problemas de la comunidad, se hace eco de la voz del pue blo para mostrar su sentir; y en la medida que se de cauce - libre a la información debidamente valorada, la credibili-- dad de este aumenta junto con el respecto del teleauditorio- hacia la estación transmisora. De este modo el canal de te le visión, en referencia a que debe ser un canal de comunica ción y no un simple divulgador.

En la actualidad canal cuatro se está esforzando por hacer cada vez mejor su programa informativo "Al Tanto", por lo que vi la necesidad de estudiar cuidadosamente el noticiario, para proponer un formato que venga a contribuir con este propósito o bien a reforzarlo.

Si se conjuga un buen formato, con mayor información de interés local, se logrará aumentar el rating y mejorar la imagen del canal de televisión, de esta forma se dará un mejor servicio a la comunidad que es, a fin de cuentas la más importante, ya que es el elemento humano por quien se trabaja.

Considero, pues, que este formato deberá lograr que la ciudadanía identifique al noticiario como suyo, para que los tapafos vivan las noticias como propias y de este modo se despertará conciencia y diálogo permanente.

II

. Analizamos los elementos que intervienen en un programa de -
noticias por televisión, porque éstos, son responsables directos de la -
manera en que se afecta al público, de tal forma que encontramos que -
merecen especial atención los siguientes puntos:

EL CULTO A LA PERSONALIDAD

LA PREPONDERANCIA DE LO VISUAL

LA NOTICIA ENTENDIDA COMO ESPECTACULO.

. De aquí se desprende que un noticiario por televisión:

- Sin poder de opinión, carece de fuerza,
- Sin imágenes que reporten la información no es propiamente -
periodismo televisivo.
- Sin variedad en la presentación de la información, es como -
presentan un periodismo carente de creatividad.

. Se hace hincapié en estos puntos que expresamente se trata -
ron en los capítulos iniciales, porque de nada hubiera servido el traba -
jo realizado y resultaría en vano cuanto se propuso, si no se hubiera -
tomado en cuenta lo principal, que es el contenido, por eso concluimos -
que:

LO PRIMERO ES LA NOTICIA

luego, LA NOTICIA POR TELEVISION DEBE SER IMAGEN.

. Al palpar estas realidades nos encontramos frente a un pro -
blema, en la actualidad no se ve en los telediarios una conciencia cla -
ra de que las imágenes son las que deben reportar la información, esto
da como resultado UN PERIODISMO TELEVISIVO A MEDIAS y carente de su --
principal característica que es la visualización de la noticia.

. Centrándonos en el noticiario "Al Tanto" que es el motivo de nuestro estudio, tenemos que nos plantea un periodismo más para radio - que para televisión, lo que trae como consecuencia que el telediario local carece de fuerza suficiente para atraer a la gran mayoría, porque - al darse este fenómeno su más fuerte competidor es la radio.

Ahora bien, si tomamos en cuenta algunas cualidades del medio-radiofónico, como son:

- rapidez
- actualidad
- oportunidad y
- simultaneidad entre otras, nos enfrentamos a un gran rival - que en su terreno es imposible de vencer por la televisión, - a no ser que el telediario local presente un periodismo televisivo, esto es, que proyecte la información en video, para que el público aunque ya haya escuchado las noticias en la radio, tenga las primeras y únicas imágenes de los acontecimientos.

III

. Inicié el presente estudio con la idea de proponer un formato nuevo para el noticiario "Al Tanto" independientemente de si el actual era adecuado o no. Al hacer la investigación y el análisis del telediario, encontramos que el estilo que presenta no es muy recomendable porque revuelven información: local, nacional e internacional. lo que trae como consecuencia:

- DESINFORMACION Y LO QUE ES MAS GRAVE,
- SE SACRIFICA EL CONTENIDO POR LA FORMA

. Ante esta situación se buscó la forma más viable para solucionar el fenómeno señalado, pero siempre pensando en función del tele auditorio.

. Para encontrar la solución se hizo un análisis de los noticiarios, lo que nos permitió tener un panorama bastante amplio de posibilidades y de formas de presentar la información, además de detectar algunas fallas. Esta visión en conjunto nos benefició porque se tomaron los mejores elementos de los telediarios analizados y se tuvo especial cuidado para evitar repetir los mismos errores, que en ellos se encontraron.

Con el nuevo formato se solucionó lo siguiente:

- El fenómeno de la desinformación, porque ahora las noticias se presentan en secciones claramente delimitadas.
- La forma tan condensada de presentar las noticias, porque el noticiario se propone de una hora.
- Se acabó con la monotonía, porque se emplea una amplia gama de géneros periodísticos.

- El panorama tan reducido de fuentes de información que maneja "Al Tanto" se amplió.
- Los esfuerzos aislados que el noticiario realiza en los programas especiales del fin de semana, ahora se conjuntó en un solo programa que ofrece mayor variedad y requiere más profesionalismo.

IV

. Con la proposición del formato nuevo se pretende:

- Una vez establecidas las secciones, animar y motivar a la gerencia del noticiario, para que apoye la especialización de los reporteros, para que estos vivan las noticias y a su vez las transmitan como fuentes fidedignas, y quién mejor que un experto para realizar esta función.
- Contribuir al mejoramiento del servicio informativo.
- Que la ciudadanía identifique al noticiario como suyo para que los temas vivan las noticias como propias.
- Con la inclusión del género interpretativo en el formato, se despertará conciencia y motivará al diálogo con el teleauditorio.
- Por medio de los diferentes géneros periodísticos, hacerlo más participativo y versátil.
- Que el noticiario sea plataforma impulsora de la industria y la ciencia.

. No podríamos lanzarnos a la tarea de proponer un formato nuevo para el noticiario "Al Tanto" sin la opinión del teleauditorio, quien fue a final de cuentas el que dio la última palabra, por lo que parte de lo que se sugiere aquí proviene precisamente del público.

B I B L I O G R A F I A

- Borrego Salvador -Periodismo Trascendente-, México, Litho Offset - Alfaro Hnos., 1983, 232 páginas.
- Albertos Martínez José Luis -El mensaje Informativo-, España, A.T.E. 1977, 329 páginas.
- Guajardo Horacio -Elementos de Periodismo-, México, Gernika, 1982, - 129 páginas.
- Bond Fraser F. -Introducción al Periodismo-, México, Limusa, 1981, - 419 páginas.
- Foaga Concha Pedro "La Especialización en el Periodismo", España, - Dossat, 1974, 190 páginas.
- Alcalde Carmen -Cómo leer un Periódico-, España, A.T.E., 1981, 110 - páginas.
- Warren N. Carl -Géneros Periodísticos Informativos-, España, A.T.E., 1975, 487 páginas.
- Green Maury -Periodismo en T.V.-, Buenos Aires, Troquel, 1973.
- Stanley Johnson Julián Harriss -El Reportero Profesional-, México, - Trillas, 1980.
- Barquera Mejía Fernando, Florence Toussaint et al. -Televisa el quinto poder-, México, Claves Latinamericanas, 1985, páginas 237.
- "El mundo raro de la información"*en -El día -- Sec. Testimonios y - Documentos. Sábado 28 de Abril de 1979.

- *Tomado de la revista Método y Lenguaje editado por el Colegio de -
Ciencias y Humanidades de la UNAM.
- Apuntes de clase del Licenciado Ubaldo López, Maestro de la Universi
dad Autónoma de Guadalajara.