



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DEL NOTICIERO 7.3 NOTICIAS –

EDICIÓN TARDE



**PRESENTADA POR
MARIELA VELA MESONES**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2019



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DEL NOTICIERO 7.3 NOTICIAS –
EDICIÓN TARDE”**

**Trabajo de suficiencia profesional para la obtención del Título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Presentado por:

MARIELA VELA MESONES

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mi padre, por darme la vida.

Esposo e hijos, mis motores día a día.

Agradecimiento

A Dios.

A mi familia, por impulsarme a seguir
desarrollándome profesionalmente.

ÍNDICE

Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Indice	iv
Introducción	v
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO	
1.1 La noticia en la televisión	1
1.2 Criterios de selección de noticias	3
1.2.1 Establecimiento de la Agenda Setting	7
1.2.2 Teoría del encuadre o frame	9
1.3 El periodismo televisivo	10
1.3.1 Producción en periodismo de televisión	14
1.3.2 Etapas de la producción de un noticiero	17
1.3.3 Equipo periodístico de un noticiero de televisión	23
1.4 La convergencia en televisión	31

1.4.1 Evolución del periodismo de televisión en tiempos de redes sociales	33
1.4.2 El periodista de televisión y sus responsabilidades en tiempos de convergencia	39
CAPÍTULO II	
EXPERIENCIA PROFESIONAL	42
2.1 Asistente de producción: inicio del ejercicio profesional	42
2.2 Nueva experiencia en canal estatal	47
2.3 Coordinadora periodística en sector privado	49
2.4 Canal 7: nuevo cargo de Jefe de Informaciones	51
2.5 Productora ejecutiva en canal 9	52
2.6 Productora periodística en canal 7	53
2.7 Reflexiones acerca del rol de productora periodística	54
2.8 Pautas de un noticiero y la capacidad de improvisación	56
2.9 Momentos que marcaron la experiencia como productora de televisión	60
CAPÍTULO III	
Conclusiones	63

CAPÍTULO IV

Fuentes de información 65

CAPÍTULO V

Anexos 68

1.- Pauta de noticias

2.- Titulares

3.- Switcher

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la televisión ha dejado de ser vista solo como un instrumento que ofrece la posibilidad de llegar a todo el mundo. Además de cumplir tres objetivos: informar, entretener y formar, la televisión es un medio idóneo para impulsar y mejorar la comunicación entre millones de individuos a través de espacios informativos de servicio público a favor de los intereses generales de los ciudadanos, ello con la finalidad de propiciar una conciencia crítica para promover la participación y actividad de los televidentes.

La televisión, en comparación con la imprenta, el libro, la prensa, el cine o la radio, es el medio que más impacto ha conseguido en la sociedad en menos tiempo. Su abrupta emergencia y su cultivo intensivo y extensivo han logrado que a pocas décadas de su existencia ocupe todo el planeta y llegue a la mayoría de los hogares.

La importancia de la utilización cotidiana de la televisión resulta de la particularidad que posee la imagen para producir el denominado efecto de la realidad, que puede dar vida a ideas, fenómenos, movimientos sociales o representaciones cotidianas.

En el siglo XXI la televisión dispone de una tecnología capaz de trasladar la sensibilidad –vista y oído- y colocar a los televidentes en lugares situados a kilómetros de distancia. Y lo hace por un espacio abierto a través del cual va construyendo noticias del mundo, acontecimientos y procesos que constituyen un campo de innumerables posibilidades.

En el Perú, la naturaleza de la televisión tiene límites y ejes de comportamiento distintos de acuerdo al tipo de gestión del canal en el que se practique. En este sentido se conocen dos modelos: la de los canales privados (comerciales) y estatales o públicos (financiados desde partidas gubernamentales).

La televisión estatal, a diferencia de la privada, tiene como finalidad atender un interés público, es decir ofrecer una programación con contenidos informativos, educativos, de entretenimiento y de cultura al servicio del ciudadano y de la democracia.

La comprensión de la producción noticiosa como un proceso complejo obliga a revisar también los factores materiales externos que inciden en su realización y reconocer los lineamientos de selección y tratamiento informativo que se aplica al jerarquizar y valorar los hechos considerables noticias.

Es en este aspecto, mis 28 años de experiencia profesional me han permitido comprender el entorno social, conocer los factores que influyen en el tratamiento informativo, los diversos condicionantes que inciden en la producción misma de la noticia y qué determinan que ciertos contenidos se difundan a través de un noticiero periodístico.

Todos estos factores aprendidos en mi quehacer periodístico ayudan a determinar la forma de interpretar y aplicar las convenciones periodísticas sobre los criterios a utilizar para seleccionar los acontecimientos que se transmitirán a la audiencia, y también los criterios que se utilicen para decidir

cuáles son los temas de máxima, media o baja importancia entre la línea temática que se plantee en la pauta noticiosa.

El presente trabajo consta de cuatro capítulos: En el primero se presenta el marco teórico, donde se aborda el concepto de noticia y los criterios de noticiabilidad que se aplican al valorar un hecho. También se consideran nociones sobre periodismo de televisión, producción de un noticiero televisivo, etapas de elaboración de un noticiero, equipo periodístico, la convergencia en la televisión y el uso de las redes sociales en el quehacer periodístico, además de la responsabilidad de un productor periodístico. En el segundo capítulo resumo mi trayectoria profesional como asistente de informaciones, jefe de informaciones y finalmente productora periodística de un noticiero en canal 7.3 noticias. En el tercer capítulo se exponen las conclusiones y en el cuarto las fuentes bibliográficas consultadas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 LA NOTICIA EN TELEVISIÓN

La producción de noticias es un proceso que se inicia con un acontecimiento. El pasaje del acontecimiento a la categoría de noticia es la cuestión clave en la descripción e interpretación de la información en los medios de prensa.

La noticia ocupa un lugar de privilegio dentro del periodismo. Julio del Río (1991) la clasifica como la "célula del periodismo", es decir la forma más simplificada y pequeña para presentar una información a partir de un hecho o acontecimiento de interés.

La noticia es un hecho de interés público, por lo tanto se tiene que informar contando los hechos veraces y completos, es decir informar tomando en cuenta las dos partes de la noticia: lo positivo y negativo de los acontecimientos. Manfredi (2000) afirma que "Noticia es (...) el producto de un proceso organizado que implica una perspectiva práctica sobre acontecimientos, destinada a reunirlos, a dar valoraciones simples y directas sobre sus relaciones y a hacerlos de manera que logren interesar al público" (p.24). Cabe hacer aquí una distinción entre noticia e información, ambas se correlacionan en la gestión periodística, pero guardan diferencias entre sí. Al respecto Estremadoyro (2004) afirma que:

Noticia e información son dos momentos de un mismo proceso, ya que, como se ha indicado, noticia es el resultado de la acción del reportero en el lugar de los hechos, e información es la elaboración, de acuerdo con el lenguaje de cada medio, del informe de los detalles del suceso (pp. 35–36).

Cualquier acontecimiento o hecho que se suscita en el mundo, pero que cuenten con elementos para poder informar, se convierte en noticia. Estas son seleccionadas de acuerdo y emitidas en un noticiero. Para Karbaum (2018), un noticiero es: “Un programa de televisión diario en donde se emiten contenidos de actualidad que son seleccionados y producidos en función de la relevancia periodística de los hechos narrados” (p.110).

Por lo tanto, para que un hecho informativo sea procesado para convertirse luego en noticia, este debe ser evaluado a través de sus elementos constitutivos que deben ser de interés público.

La televisión es uno de los medios más utilizados en nuestro país y, sin duda, es responsable de generar una gran influencia en la ciudadanía. Para Fernández y Galguera (2009), tomando en cuenta la construcción de la agenda informativa, afirman que:

Los medios de comunicación definen qué es noticia y lo que es relevante para la comunidad (...) controlan la agenda noticiosa y por ende, nuestra agenda temática. Los temas que los medios de comunicación consideran importantes se convierten en las temáticas interesantes para la sociedad (p.103).

La manera de presentar ciertos tipos de noticias en Tv Perú difiere de los medios que condicionan la información a la oferta comercial. En la televisión pública la noticia es tratada con responsabilidad y se guarda respeto a los televidentes. Lo anterior no viene necesariamente de una línea editorial estatal, sino de las indicaciones que la persona a cargo da a los periodistas y productores.

Los medios de comunicación tienen un significativo impacto en la sociedad. Es importante resaltar que con “impacto” nos referimos al “efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe, .etc.” (RAE, 2018).

Esta capacidad de la agenda de los medios de comunicación nos invita a reflexionar sobre la importante labor de las centrales informativas, en especial de los directores, jefe de información y productores que definen las noticias en agenda. Sin embargo, se debe resaltar, como indica Mc Comb (Citado por Fernández y Galguera, 2009) los medios de comunicación “no nos dicen cómo pensar, pero sí en qué debemos pensar (...) habrá una correlación positiva entre las prioridades de los medios en temas políticos y las prioridades de las personas” (p.103).

1.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE NOTICIAS

La selección y clasificación de los acontecimientos que serán noticia se apoya en los ejes de información/sociedad, en términos de necesidades y expectativas, y de reconocimiento/realidad, en términos verosímiles que

constituyen la realidad cotidiana, y que tiene que ver con los valores de noticiabilidad que se tienen en cuenta en cada situación y según el medio en particular (Stella, 2000).

Rodríguez Alsina (1989) señala que la noticia es obra del proceso de producción. En ella están cifrados los patrones y pautas culturales que se implican en cada una de las prácticas y actores sociales que forman parte de la producción noticiosa.

Mar de Foncuberta (1995) plantea que incluir, excluir y jerarquizar son los tres mecanismos que se utilizan en la selección de las noticias. Incluir lo que “pega” o “pegó” (“posicionamiento” del tema de la noticia); excluir lo que “no pegó” o que parece carecer de interés para la audiencia (sin consultar a la audiencia) y jerarquizar los hechos, y por tanto, las noticias sobre los mismos.

“La construcción de un temario muestra la valoración que cada medio efectúa de todos los acontecimientos de la realidad y la intención de transmitir al público ese orden de importancia para que lo haga suyo. No se trata de que el público piense igual que el medio, sino de que hable, comente, tenga opinión y dé importancia a los mismos temas y con la misma intensidad que el medio” (p. 41).

Los criterios de noticiabilidad son los lineamientos que hacen posible que a través de un dedicado proceso, el acontecimiento se convierta en noticia.

Al respecto Carl Warren (1975), detalla las características fundamentales de un hecho para que sea considerado noticia:

1. Actualidad. Inmediación en el tiempo.
2. Proximidad. Inmediación en el espacio.
3. Consecuencias. Repercusiones futuras del hecho.
4. Relevancia personal. Hay personas que casi siempre son capaces de producir noticias con sus actuaciones públicas.
5. Suspense. ¿Qué ocurrirá aquí?
6. Rareza. Cuanto más inhabitual sea un hecho, más digno será de convertirse en noticia.
7. Conflicto. Desavenencias entre gentes relevantes, perspectivas de escándalos futuros. Para ilustrar esta característica se podría hablar de cualquier escaramuza política generada por un caso de corrupción.

A la teoría expuesta por Warren se suma los nuevos valores de la noticia fijados por Stella Martini (2000) que las tipifica de la siguiente manera:

1. Novedad. Implica la existencia de un hecho como ruptura de la cotidianeidad.
2. Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo. Un hecho original es más noticia porque es más novedad.
3. La evolución futura de los acontecimientos. Genera mucha expectativa por parte del público, lo cual propicia un mayor consumo de información que detalle el desenlace de los mismos (característico

de catástrofes, conflictos sociales agudos, corrupción, juicios públicos o crímenes espectaculares).

4. El grado de importancia y de gravedad. Se mide en varios niveles y tiene que ver con la incidencia del hecho sobre la vida de la sociedad, a corto o largo plazo. Está ligado a otros valores como la cantidad y la jerarquía de las personas implicadas en el hecho.
5. La proximidad geográfica. El acontecimiento se conecta con los centros de interés del público. Cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable resulta
6. La magnitud por la cantidad de personas y lugares implicados. Mientras más personas o ámbitos geográficos atañen el hecho, más valor tiene la noticia.
7. La jerarquía de los personajes implicados. Ello tiene que ver con la participación pública de personajes conocidos y desconocidos.
8. La inclusión de desplazamientos. Se refiere al movimiento o cambio de posición, ya sea de una o varias personas, de un lugar a otro (manifestaciones, procesiones religiosas, viajes de personalidades públicas, visitas de Estado, etc.).

Estos valores suelen funcionar en conjunto y no todos ellos son imprescindibles para que un acontecimiento se transforme en noticia. Ciertos acontecimientos reúnen los valores fundamentales de noticiabilidad y no necesitan ni siquiera pasar (en las mismas salas de redacción) por la etapa

de selección de manera explícita. El reconocimiento de que deben ser emitidos facilita el trabajo periodístico.

1.2.1 Establecimiento de la Agenda *Setting*

Un paradigma que ha servido de mucho para entender cómo se construyen las noticias, y por ende la realidad, a través de los medios de comunicación es el de la *Agenda Setting*, y es importante citarla para darle una referencialidad teórica a este trabajo, al respecto Martínez (1989) sostiene que:

El principal efecto atribuible a la *Agenda Setting* es que delimita rigurosamente el campo de los contenidos informativos. Procede a la triangulación de la realidad histórica accesible (...) Los periodistas no solo periodifican la realidad – es decir, la ordenan, la jerarquizan y explican cuáles son los vínculos y los canales comunicantes entre los diferentes elementos del mundo objetivo -, sino que además descartan por exclusión la posibilidad de que haya otros elementos fuera de la agenda a los que valga la pena prestar atención, excepto en situaciones verdaderamente excepcionales imprevisibles. (pp. 231–232).

La introducción de nuevos problemas y tendencias que aparecen en las sociedades contemporáneas marcan o definen nuevas tendencias (*new issues*), en las agendas se constituyen desde temas resistentes o encasillamientos tradicionales.

Según el enfoque del establecimiento de la Agenda, los medios informativos al seleccionar y jerarquizar la información, influyen de manera directa en los receptores. La frecuencia con la que se cubren determinados temas en la estructura – en este caso – de un noticiero televisivo, le indican al público que tan importante es cada uno de ellos.

Según Mc Combs (2006), las conclusiones de la trayectoria de los estudios de la Agenda *Setting* pueden sintetizarse en: primero, que los efectos de la agenda de los medios no son automáticos ni mecánicos; segundo, que el énfasis constante en ciertos temas por parte de los medios tiende a propiciar preocupación pública sobre ellos; tercero, que el efecto de la agenda se manifiesta con mayor fuerza en términos de conocimiento sobre el tema que de la opinión sobre el mismo; y, cuarto, que la mayor cantidad de información sobre el tema propuesto por la agenda no es garantía de una mejor opinión sobre él sino dependerá de las creencias y valores preexistentes con que cada persona enfrente los mensajes comunicacionales.

Si bien la Agenda *Setting* permite entender el contexto sobre cómo se crean las representaciones periodísticas de la realidad, cabe hacer referencia a unos principios básicos que guían la gestación de las noticias, estos son los llamados valores periodísticos, los cuales vienen a ser un conjunto de criterios que los periodistas aplican para evaluar si un hecho merece, o no, ser procesado como noticia, según Bandrés (2000) los más usuales son:

Proximidad geográfica del suceso

Proximidad temporal

Importancia

Oportunidad

Impacto

Fuente de la noticia

Polémica y conflicto

Interés humano

Coste de cobertura

Calidad del sonido y la imagen

Facilidad o dificultad de comprensión de la noticia

Disponibilidad de medios técnicos y humanos (p.55, 56)

Además de seleccionar los temas de la agenda y jerarquizarlos, la producción de noticias supone decidir cuál será la dirección de la historia, y encuadrar los hechos utilizando un ángulo determinado o una perspectiva concreta.

1.2.2. Teoría del marco o *frame*

El desarrollo de la teoría de la Agenda *Setting* también converge con el paradigma de la teoría del marco o *frame* de interpretación. “Los medios

contribuirían a crear agendas de atributos (...) Encuadrar es elegir algunos aspectos de realidades complejas, jerarquizarlos o esconderlos, para obtener imágenes y, por tanto, adhesiones orientadas. Enmarcar es seleccionar, fijar atención, recortar, enfatizar” (De Moragas p. 111).

La teoría del encuadre, tal y como empieza a desarrollarla Gaye Tuchman (1983), se adentra en los medios como organizaciones para descubrir sus métodos de trabajo. De esta manera, en la producción informativa, el *framing* aporta elementos para entender y explicar la construcción de la agenda mediática.

Teresa Sádaba (2007) explica que en su tarea mediadora los periodistas otorgan a las noticias un enfoque o encuadre determinado (*'frame'*). Por un lado, los medios de comunicación masivos construyen la realidad social al 'enmarcar' ciertas imágenes de la realidad en señal abierta. Por otro, los efectos de dicha construcción son limitados debido a que interactúan con las audiencias, quienes a su vez generan nuevos y propios significados.

1.3. EL PERIODISMO TELEVISIVO

La información veraz, de calidad, que se construye teniendo como base los principios éticos y deontológicos, se convierte en un instrumento clave para el sostenimiento de las instituciones democráticas, y por ende, del desarrollo político y económico de la sociedad.

El periodismo televisivo cumple un importante rol social, pues a través de la selección, interpretación, jerarquización y emisión de los acontecimientos

considerados importantes definen la agenda noticiosa para que la población tenga los elementos necesarios para generar corriente de opinión.

En el Perú, los noticieros televisivos se transmiten en señal abierta o por televisión por cable, en algunos casos su emisión es diaria, en otros, su frecuencia es semanal. El formato varía de acuerdo a su estructura y duración. Coya (2014) define a los noticieros televisivos como programas cuya función principal es transmitir informaciones dentro de un tiempo de programación determinado.

Por su parte, Marín (citado por Morales, 2016) sostiene que los noticieros son “producciones más comunes y estandarizadas (...) Su cometido es informar puntualmente sobre la actualidad, facilitando los sonidos (básicamente declaraciones) y las imágenes que proporcionen el conocimiento más completo de lo que haya sucedido” (p.83). Las producciones estandarizadas de los noticieros informativos televisivos lo representan los contenidos que realizan como: notas informativas o informes que cuentan con una determinada duración, enfoque periodístico, tratamiento audiovisual y estructura noticiosa.

Para Estremadoyro (2004) la característica esencial de todo noticiero televisivo lo determina: “la actualidad inmediata, rapidez e inmediatez, brevedad y concisión, obligatoriedad y sentido de la noticia” (p.196). Indicadores fundamentales para que un noticiero televisivo sea considerado como tal, y sobre todo, elementos a tener en cuenta para una correcta cobertura periodística.

La digitalización de los medios de comunicación trajo consigo nuevas herramientas tecnológicas que han ayudado a perfeccionar y agilizar el trabajo del periodismo en cuanto a construcción de contenido, cobertura, producción, edición y emisión de los relatos noticiosos de la prensa televisiva.

La radio dejó de ser el medio asociado a la inmediatez, hoy la televisión transmite con la misma rapidez gracias a sus equipos portátiles de última generación. Pero, esa inmediatez afecta muchas veces al periodismo de calidad porque ante la necesidad de tener la primicia y ser los primeros en informar se transgreden códigos éticos y deontológicos, lo que a la postre genera una pésima percepción en la audiencia que etiquetan a la labor periodística como tendenciosa y sensacionalista.

El estudio de consumo radial y televisivo del año 2015 elaborado por CONCORTV (Consejo Consultivo de Radio y Televisión) detalló que en nuestro país, el equipo con mayor presencia en los hogares después de la cocina es el televisor: Lima (98.7%) Provincias (98.3%). El consumo diario es de 03.24 horas. Respecto a la opinión de los noticieros de televisión el mismo estudio revela: El 81% de los encuestados dijo que se aprovechan del dolor humano. Y el 71% aseveró que los noticieros son programas de entretenimiento, policial y no de información.

La negativa percepción que tienen los televidentes acerca del rol de los noticieros televisivos tiene como eje fundamental la guerra por el rating. Según definición de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) el rating

es el: “número de personas que siguen un medio de comunicación o un programa en un periodo determinado”.

Muchas veces, por obtener la primicia informativa se dejan de lado principios rectores éticos y deontológicos y se difunden noticias carentes de veracidad, olvidando la responsabilidad social que le corresponde a la televisión. El Nobel de Literatura Vargas Llosa (2012) afirma que la función de la prensa es: “orientar, asesorar, educar, y dilucidar lo que es cierto y lo que es falso, justo o injusto, bello y execrable, en el vertiginoso vórtice de la actualidad en la que el público se siente extraviado” (p.58). Definitivamente el rol fundamental del periodismo es informar con veracidad, imparcialidad, pluralidad y responsabilidad social.

El rol del periodista televisivo es doblemente importante no solo tiene que limitarse al contenido informativo, sino también, debe ampliar sus criterios éticos y deontológicos en el tratamiento audiovisual de su discurso noticioso

Coya (2014) afirma que la televisión peruana al tener un mayor índice de consumo de horas por habitantes lo convierte en un ente clave para difundir valores.

Programas Informativos

LATINA	AMÉRICA	CANAL N	IRTP	CANAL 7.3	PANAME RICANA	ATV
90 SEGUNDOS MATINAL	PRIMERA EDICIÓN EDICIÓN MEDIO DÍA	DE 6 A 9 N NOTICIAS PRIMERO A LAS 12	TVPERU NOTICIAS (CANAL 7) Edición: matinal, mediodía y central	TVPERU NOTICIAS 7.3 (CANAL 12 MOVISTAR – CANAL 14 - CLARO)	EDICION MATINAL EDICION MEDIO DIA	ATV NOTICIAS MATINAL
90 SEGUNDOS MEDIO DIA	AMERICA EDICIÓN CENTRAL	N PORTADA NOTICIAS A LAS 8 NOTICIAS A LAS 10	TVPERU NOTICIAS 7.3 (CANAL 12 MOVISTAR – CANAL 14 - CLARO)		EDICIÓN CENTRAL	ATV NOTICIAS MATINAL

Fuente: elaboración propia

1.3.1. Producción en periodismo de televisión

El objetivo principal de la producción en el periodismo televisivo es crear los contenidos de los programas informativos, a través de la gestión de los diferentes recursos humanos, logísticos y tecnológicos que posee el área de prensa. El contenido principal se organiza por medio de la elaboración de información, más concretamente de noticias tanto de producción propia como de información de agencias.

Se tiene que trabajar en grupo con el fin de resolver dudas, para así conseguir los objetivos. Tal como lo afirma Estremadoyro (2004):

(...) con los adelantos tecnológicos que cada año se vuelven más poderosos y sofisticados, ahora no se concibe un noticiero que no haga uso de ellos (...) En realidad, no es difícil predecir que los noticieros serán cada día más espectaculares, vistosos e impactantes por su presentación en las pantallas. Pero insistimos, siempre habrá algo esencial que no podrá suplantar o reemplazar ninguna tecnología: el contenido noticioso que solo pueden lograr los profesionales del periodismo televisivo. (p.185).

La elección y creación de este contenido, ayudará a captar la atención del televidente. En este punto, la labor del productor entra a tallar utilizando el criterio para poder elaborar la pauta de un programa o noticiero. Yorke (1994) indica:

Del mismo modo que un periódico trata de atraer la atención de sus lectores, lo mismo con su contenido que con la contribución de sus páginas y las tipografías que utiliza, así los noticieros para televisión deben encontrar una manera de captar el interés de su público y mantenerlo durante los siguientes 25 o 30 minutos. (p.170).

Es por eso que se busca poner en cada bloque una noticia interesante o atractiva, con el fin de que el televidente no cambie de canal y se mantenga a la espera del próximo bloque del noticiero. El televidente se engancha en un noticiero cuando considera importante a aquello que se le presenta como parte de su oferta informativa.

En la actualidad, quien presenta este trabajo se desempeña como productora periodística en Canal 7, por ello se considera necesario reseñar el funcionamiento de este medio para contextualizar la esencia de este trabajo de sustentación.

Actualmente, el IRTP (Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú) administra seis señales, cuatro para televisión (TV Perú, TV Perú HD, TV Perú 7.3 y el Canal IPE) y dos radiales (Radio Nacional y Radio La Crónica). En lo que concierne a las señales de Televisión Digital Terrestre, éstas también pueden verse en la televisión de paga en los servicios que ofrecen los principales cable operadores del país. Asimismo, se encuentra ya disponible una aplicación para poder ver estas señales a través de *smartphones*.

La señal generalista (TV Perú) tiene más de 30 horas diarias de programación de estreno realizada en casa. La señal de Alta definición (TV Perú HD) sigue siendo la única del país en transmitir una programación propia y autónoma, sin replicar la señal generalista. El canal TV Perú 7.3 está dedicado a brindar información de manera permanente. Mientras que el Canal IPE (Identidad Peruana) se presenta como una señal dedicada a brindar programación dirigida a niños y jóvenes.

En marzo del 2017, todas las señales digitales adoptaron el nuevo slogan #SomosTodos, que busca ofrecer contenidos para todas las razas, credos, edades, costumbres o ideologías, sin excepción. El objetivo es llevar información, entretenimiento y cultura a todos los peruanos

1.3.2. Etapas de la producción de un noticiero

En las realizaciones audiovisuales, incluyendo al periodismo de televisión, existen etapas cruciales que se deben realizar para organizar el trabajo de los equipos, normalmente se dividen: preproducción, producción y postproducción. Al respecto Manfredi. (2000) afirma que:

El proceso de producción de noticias para televisión es complejo, pues en él intervienen diversos aparatos de captación, tratamiento y almacenamiento de imágenes cuyos recursos y posibilidades tiene que conocer el periodista y en muchos casos incluso manejar personalmente. (...) cada noticia es diferente y requiere una producción específica, de manera que las rutinas del trabajo informativo son más difíciles de establecer que en otros medios. (p.170).

Al respecto, es importante precisar que es en la etapa de preproducción donde se planifican todos los aspectos logísticos, humanos y hasta económicos que serán necesarios para la cobertura. Tal como indica Manfredi (2000) en la fase de preproducción se organiza, planifica y toman decisiones sobre jerarquización de las noticias, dotación de equipos, modo de cobertura, establecimiento de una red de fuentes propias, utilización del material de agencias, organización de la documentación (p. 170).

La primera acción para ello se da en la reunión de comité. En ella, el director de prensa se reúne con los jefes de área y el jefe de mesa y analizan los hechos más importantes del panorama informativo, a partir de ello se

elabora una lista de temas que se cubrirán en el día por los equipos de prensa. Canales (2009) define esta reunión como:

A parte de este comité de prensa semanal, diariamente se lleva a cabo un comité de prensa de menor envergadura que tiene como objetivo principal, hacer un seguimiento de la información del día. En esta reunión que es presidida por el director del noticiero central y donde participan los directores de los otros noticieros, los jefes de sección del Servicio de noticias y el editor General de Prensa, exponen y sustentan los cuadros de comisiones que están realizando los reporteros durante la jornada. A este comité puede acudir irrestrictamente cualquier director de otro programa periodístico. Es recomendable que este primer comité del día se realice lo más temprano posible y así tener la posibilidad de modificar alguna comisión o agregar alguna específica, que no fue tomada en cuenta por algún jefe en particular (pp. 53,54).

Una vez realizada la reunión de comité, se procede a la elaboración de un instrumento fundamental para la realización periodístico televisiva: el cuadro de comisiones. En él se organizará la recopilación de noticias del día. Es la misión de todo jefe de informaciones armar su cuadro de comisiones y pre-cuadro, que se elabora un día antes con convocatorias, conferencias de prensa y adelantos de entrevistas concertadas para elaboración de informes inactuales, también de hacer el seguimiento a hechos de trascendencia.

Estremadoyro (2004, pp. 87-88) define al cuadro de comisiones como la “orden de batalla” de los jefes de informaciones en su diaria campaña por cubrir todos los frentes noticiosos con los recursos humanos y materiales

con los que cuenta el medio. En él están consignadas las comisiones que cada reportero debe cubrir y unas pocas palabras acerca de su realización.

Para elaborar el cuadro de comisiones se tiene que realizar una operación que pone en práctica la pericia del jefe de mesa: la selección y jerarquización de las noticias. Jerarquizar las noticias de un informativo conlleva a realizar dos preguntas básicas, ¿qué temas priorizamos? Aquí se aplican de valores de noticias como relevancia, actualidad, proximidad, etc. Tal como lo afirma López (1996) : “los medios transmiten a sus audiencias— al dar o restar importancia a un tema, al cubrir más o menos extensamente una noticia- la relevancia y la jerarquización de los problemas que se perciben como importantes” (p.1).

Para cumplir ese propósito el jefe de mesa organiza el cuadro de comisiones en el cual consigna los hechos que serán cubiertos por los equipos de prensa, a estos se les asigna de 3 a 4 comisiones diarias, sin embargo este cuadro no es un instrumento rígido porque va cambiando de acuerdo a la coyuntura informativa y el sistema periodístico del canal debe estar preparado para afrontar esos cambios.

La Teoría de la Agenda *Setting* plantea que los temas considerados relevantes por los medios de comunicación pasan a formar parte de la agenda de la audiencia. Los actores sociales no sólo reciben a través de los medios las informaciones locales, nacionales e internacionales seleccionados por importancia, también perciben de ellos la relevancia y el énfasis de los relatos noticiosos.

Esa constante reformulación de lo que se debe cubrir o no parte desde la pre producción y comienza a ejecutarse en la cobertura, esta es la etapa en donde los equipos de prensa, conformados por el reportero, camarógrafo y asistente, salen al campo y comienzan a realizar el registro audiovisual de los hechos más importantes para la elaboración de sus notas informativas. Para ello deben hacer acopio de todo los suministros necesarios como: entrevistas, tomas de apoyo, material registrado por los prosumidores con sus celulares, material publicado en las redes sociales, documentación oficial, etc.

Con todos esos insumos el reportero elabora su guión, en él consigna toda la información pertinente para la nota informativa que es estructurada sobre el eje narrativo de su locución, la cual va acompañada de las declaraciones de los protagonistas o testigos del hecho, la duración de la nota es determinada por el productor o el director del programa en función a la riqueza de la historia que el reportero le sustenta en una reunión previa a la redacción de su guión. Con respecto a la efectividad de un guión D'Victorica (2009) afirma que:

El guión es la visualización previa de las imágenes, la concepción del producto final, es una pauta, una guía que orienta la creatividad. Un guion es el texto que se hace más profesional el trabajo de la producción televisiva (...) La principal característica que todo guion debe poseer es la claridad. Si un guion no es claro en sus indicaciones es como un instructivo incompleto, o como una receta que no incluye algún ingrediente y el producto saldrá mal o saldrá tarde (pp. 23-24)

Una vez redactado el guión se procede a realizar la locución en off, la cual está disponible en el sistema para que el editor asignado la importe al *time line* de su isla de post producción, esta es una etapa crucial porque en ella los editores consolida la construcción de los contenidos informativos, al respecto Estremadoyro (2004) afirma:

La edición de las imágenes constituye una de las tareas más delicadas de un noticiero. Y la labor de los editores es como la de un experto orfebre que recibe un diamante en bruto y debe, a través del corte, pulido y montaje, convertirlo en una costosa piedra preciosa. De igual manera, una grabación es una desordenada mezcla de tomas individuales. Como el diamante, debe ser cortada, pulida y editada. Tanto el diamante como la grabación se enriquecen por lo que es removido. Lo que permanece narra la historia. Como en el diamante, las muchas facetas de la grabación no son aparentes hasta el corte final (p. 159).

Terminada la edición de la nota informativa, ésta es enviada al servidor del noticiero desde donde será emitida según la pauta de emisión. Cabe indicar que la mayoría de los canales ya tienen sus sistemas integrados a través de la tecnología digital, por ello se pueden compartir los materiales con mayor disponibilidad. Como se mencionó, antes de iniciar la emisión del noticiero se elabora un instrumento fundamental: la pauta, esta viene a ser la lista de noticias o contenidos que se emitirán en donde se estipula su orden y duración de acuerdo a bloques específicos. Es aquí donde se enfatizan los conceptos de selección y jerarquización, al respecto Wolf (1987) indica que:

El proceso de selección de las noticias puede ser comparado a un embudo, en el que son introducidos muchos datos y solo una cantidad limitada pasará el filtro. (.....) Director y jefes de redacción deben llevar a cabo todavía otra selección, es decir, determinar cuál será la noticia de apertura. (p.277).

En tanto, la importancia de seleccionar las noticias para poder elaborar una pauta atractiva y llevar al televidente las informaciones más importantes del acontecer diario nos conlleva a la satisfacción del público y se promueve el interés de la audiencia. Esto se logra a través de la estructuración de la pauta, la cual debe mantener un ritmo informativo que sea atractivo para el televidente, además debe primar el concepto de aprovechamiento del tiempo ya que en la televisión cada programa tiene un tiempo de duración al aire el cual no debe transgredirse, al respecto Yorke, (1994) afirma que:

Todos aquellos que intervienen en la elaboración de los noticieros, deben asegurarse de aprovechar hasta el último segundo de su tiempo al aire, para presentar las noticias de manera atractiva e inteligente. Y para ello se requiere, más que otra cosa, reconocer, que un elemento fundamental son los intereses del público, quizás esto sea demasiado obvio, pero este es un principio que hay que destacar, ya que en medio de esta revolución tecnológica que ha abrumado a los periodistas en los años más recientes, existe el peligro de pasar por alto hechos básicos y primordiales. (p.171).

Una vez concluida la elaboración de la pauta todo el equipo de prensa se predispone para emitir el noticiero, momento culminante de todos los esfuerzos del día, pero el vértigo no acaba allí, muchas veces el noticiero

está al aire y aun se siguen editando las notas que faltan completar, o los equipos salen a cubrir hechos de último minuto que pueden ser informados a través de *Fly away*, microondas, mochilas *Live U* o redes sociales que permiten la transmisión en vivo, lo primordial es dar cuenta de la noticia porque es importante para la audiencia.

Concluido el noticiero empieza un proceso importante, pero que muchas veces no es reseñado en la bibliografía correspondiente, se trata del archivamiento del programa y de los contenidos que se emitieron en él, para ello se recopila todo el material editado y la grabación general del programa, toda esta data es almacenada en servidores para su posterior utilización en la realización de contenidos periodísticos posteriores que lo requieran.

1.3.3. El equipo periodístico de un noticiero de tv

El periodismo televisivo es producto de una suma de esfuerzos, la confluencia de distintos profesionales que suman sus cualidades para lograr finalizar, día a día, la emisión de un noticiero, desde camarógrafos a reporteros, de asistentes a post productores, todos tienen que seguir pautas conjuntas que logren los resultados periodísticos esperados por la audiencia, a continuación una reseña de los cargos que se requieren para producir un noticiero.

- Director general de prensa

Elemento principal del equipo informativo y con amplio criterio periodístico, con capacidad de decisión para poder superar una crisis. Es el periodista

con más experiencia que encabeza el rol principal del equipo de prensa y es el responsable del contenido emitido en un noticiero. Está en coordinación con el jefe de informaciones, productores y reporteros para la cobertura del día.

Para Canales,(2009, p. 42) el perfil de un director de prensa, debe ser el de un periodista con amplia experiencia en el medio y con perfecto conocimiento de las funciones de los distintos profesionales que trabajan en su entorno . Es decir, debe tener un cabal conocimiento de las labores que desempeñan redactores, reporteros, editores de video, camarógrafos de exteriores y los asistentes de producción.

El director de prensa, tiene que estar al tanto de los informes que están realizando los reporteros y así armar una pauta con las noticias actuales del día. Es el gestor principal del servicio de prensa y asume la plena responsabilidad de los contenidos emitidos.

- **Productor periodístico**

A diario vemos como una gran diversidad de historias son contadas por los medios de comunicación con la idea de mantener informado al televidente. La labor de la producción periodística, es el esfuerzo de todo un equipo y un conjunto de técnicas de trabajo, detrás de cada publicación hay una labor previa en la cual el productor ocupa un rol importante. D' Victorica, (2012, p. 19) indica que productor en televisión, es quine concibe la idea de producir hasta la realización de la misma; coordina y realiza los procesos de pre-

producción y post producción para la grabación o transmisión en vivo de programas televisivos.

En una definición más ajustada al periodismo de televisión Yorke (1994) afirma que:

La toma de decisiones comienza y termina con el editor productor del programa, quien, como miembro es jefe del equipo editorial, por lo general tiene como base el departamento de noticias, que es donde se mantienen más fácilmente las comunicaciones con los departamentos de captación de noticias y resultados finales. (p. 35)

Un productor tiene que ser un profesional capaz de manejar el poder de decisiones en situaciones difíciles, emergencias del momento, además de definir las acciones a tomar durante un noticiero, junto con el director asumen la gestión de la producción informativa, pero su labor está más vinculada a la administración de los recursos humanos, logísticos, técnicos y hasta económicos, al respecto Canales (2009) afirma que:

(...) Su función debe ser la de un “facilitador” del trabajo televisivo, creativo y logístico. Debido a su criterio periodístico, es un planificador de eventos y transmisiones importantes del área de prensa. Por ejemplo, proyecta y elabora programas especiales y coyunturales de televisión (...) Debemos entender como producción al proceso de registro de información en audio y video que es realizado por un conjunto de periodistas y técnicos para su posterior utilización en programas informativos. (pp. 47-48).

El productor periodístico tiene la responsabilidad de emitir un programa de corte, noticioso, magazine, cultura, opinión, deportivo, etc. En el caso de un

noticiero, se encarga de clasificar y seleccionar los contenidos disponibles y elaborados por los reporteros. Por lo tanto es pertinente afirmar que es una parte de la elaboración de la agenda informativa de los medios, tal como indica Manfredi (2000, p. 18) “de lo que trata la Producción Periodística es de cómo “fabricar” noticias y opiniones, materias primas para las empresas periodísticas.

- **Jefe de informaciones**

Es el periodista encargado de la mesa de informaciones. Cumple la función de alimentar de noticias a la producción de un noticiero periodístico, además cuenta con el apoyo de un asistente. Su principal labor es la de estructurar el cuadro de comisiones, el cual es una lista de las noticias que se realizan en el día y él determina que equipos periodísticos las cubrirán. Sí bien hay hechos que se planifican para ser registrados, también los hay de aquellos que surgen inesperadamente y requieren de una rápida reacción del jefe de mesa para ser atendidos informativamente, dentro de estos se tienen a los accidentes, sismos, incendios, asaltos, etc. dependiendo de las circunstancias el jefe de mesa puede asignar de tres a cuatro comisiones a cada equipo de prensa.

Canales (2009) sobre la importancia de la jefatura de informaciones, en su libro *El servicio de noticias en el Perú*, informa lo siguiente:

La responsabilidad de la jefatura de informaciones locales, que es un importante puesto en la jerarquía periodística del canal, debe recaer en una persona que cuente con una gran experiencia en el periodismo televisivo y

sobre todo, de un reconocido profesionalismo. Estas dos cualidades, le permitirán tener una visión analítica de la actualidad y podrá realizar una adecuada selección de temas que serán asignados a los reporteros que tiene bajo su responsabilidad. (p.63).

Es decir, el jefe de informaciones tiene la responsabilidad y criterio para poder elaborar un buen cuadro de comisiones, con temas del día y poder dar al director variedad de informes para alimentar la pauta de noticias que se difundirán en los noticieros.

Además de los cargos principales que se desempeñan en la producción periodística, se cuenta con profesionales esenciales que realizan la función de recopilación de información, producción y postproducción.

- **Asistente de mesa.**

Profesional en encargado de distribuir los equipos para salir de comisión, coordinar las entrevistas para completar los informes. También organiza los enlaces en vivo para los noticieros.

- **Reporteros**

Jefe del equipo de prensa, es el encargado de la elaboración de la nota, para lo que debe entrevistar a los actores de la noticia, siempre teniendo las dos partes del hecho, además debe documentarse bien para ejecutar un solvente trabajo de campo y luego regresar al canal para redactar sus contenidos.

- **Camarógrafo**

Encargado de grabar las imágenes del evento, conferencia de prensa o emergencia, debe trabajar de la mano con el reportero tratando siempre de registrar el mejor material audiovisual.

- **Auxiliar o asistente de cámara**

Esta persona normalmente es el conductor o chofer de la unidad móvil , que se encarga de asistir al camarógrafo, apoyarlo en situaciones difíciles , apoyar con las baterías, trípode, cables etc.

- **Coordinador de exteriores o productor de campo.-**

Su función es suministrar al reportero con más información de la noticia que se cubre, chequear las locaciones en donde se va a grabar, y asistirlo en todas las necesidades logísticas que surjan en la cobertura.

- **Editor Periodístico**

Encargado de la construcción de la narrativa audiovisual en el relato noticioso. Selecciona, prioriza y combina las mejores imágenes, sonido, musicalización de un informe periodístico utilizando una máquina de edición, que en la actualidad mayormente son no lineales.

- **Conductores**

Son los profesionales encargados de presentar las noticias a la hora de la emisión, requieren de cualidades importantes como seguridad, manejo periodístico y porte para la puesta en escena del programa, según Pérez (2010):

Ellos son la imagen del noticiero, a través de sus presentaciones, se expresa información o puntos de vista del canal ante un determinado tema; por ello, su desempeño ante cámaras es vital, pues representan todo el esfuerzo de “ muchas otras personas, en especial del resto de redactores que intervienen en su elaboración . En este sentido, también ellos tienen buena parte de la responsabilidad en el producto que resulte, y someten su credibilidad al juicio del público. (p.192).

Sobre su persona recae la responsabilidad de que el noticiero desarrolle su máxima performance al aire.

A la par con el personal periodístico trabaja un conjunto de profesionales encargados de la cuestión técnica, ellos están encabezados por el director de cámaras y a continuación se reseñan sus funciones.

- **Director de cámara**

Es el encargado de mezclar todas las señales sonoras y visuales necesarias para la emisión del noticiero, es el jefe de los camarógrafos, sonidistas y demás personal técnico – profesional relacionado con la gestación del

material audiovisual, desde el control maestro enlaza las presentaciones de los conductores con las notas que les son enviadas desde las islas de post producción.

- **Jefe de piso**

Es el nexo entre el control maestro y los profesionales que trabajan en el set, el repite las ordenes que da el directores de cámaras, productores o director del programa.

- **Camarógrafos de planta**

Son los operadores de cámara destinados a realizar el lanzamiento del noticiero, están asignados en el estudio para captar la imagen de los conductores.

- **Sonidista**

Es el profesional designado en el control maestro, normalmente trabaja en una cabina desde la cual recibe todas las señales de audio y la mezcla para que el programa salga al aire, verificando siempre la calidad de las mismas.

- **Operador VTR**

- Su misión es lanzar al aire todas las notas o cualquier otro contenido previamente editado, organiza los mismos en un *playlist* desde el cual va lanzando las noticias según el orden establecido en la pauta del programa.

- **Prompter**

Su trabajo consiste en cargar todos los contenidos textuales que leerán al aire los conductores, su labor requiere de control, en el sentido de poder seguir el ritmo de lectura de los conductores.

- **Operador de gráficos y caracteres**

Es el encargado de organizar, crear y enviar al *switcher* las animaciones, gráficos, créditos y cualquier otro material gráfico necesario para la emisión del noticiero.

1.4 LA CONVERGENCIA EN TELEVISIÓN

Todos los cargos mencionados son necesarios para emitir un noticiero, y la condición fundamental para lograrlo es el trabajo en equipo, sin embargo existe una condición que ha obligado a la reformulación de los procesos periodísticos en cada una de las funciones: la digitalización. Para ser específicos esta se ha dado en tres grandes aspectos:

- La convergencia mediática
- La televisión digital terrestre (TDT)
- Las redes sociales

La convergencia mediática viene a ser la homogenización de los procesos de creación, producción y distribución de los contenidos audiovisuales entre distintos medios y plataformas ya que todos los dispositivos de producción (cámaras, micrófonos, salas de redacción, islas de edición, *switchers*, etc.) funcionan a través de la tecnología digital.

La TDT (televisión digital terrestre) es la implementación de la tecnología digital como soporte de toda la infraestructura televisiva, en donde los canales están migrando de la tecnología analógica a la binaria, el objetivo es mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales, en cuanto a imagen y sonido, y utilizar de mejor manera el espacio asignado para cada canal dentro del espectro electromagnético.

Por último, las redes sociales se han convertido en medios por donde los usuarios consumen contenido informativo pero también lo producen o emiten, esto se ha acentuado gracias a la masificación de los teléfonos inteligentes que proveen al ciudadano de todas las aplicaciones necesarias para registrar y emitir hechos, los que luego deben ser evaluados por los periodistas para verificar su validez y procesarlos bajo los criterios informativos.

1.4.1. Evolución del periodismo televisivo en tiempos de redes sociales

La transformación del entorno digital convirtió a la televisión en un sistema multidimensional. Como menciona Neira (2015) “la televisión de antes era unidimensional, es decir, estaba centrada en un mismo aparato, un mismo modelo de distribución de contenido y una misma experiencia para todos los que la veían. Ahora es multidimensional: multidispositivo, multidistribución, multilineal y multiexperiencia”. (p.21)

La cita anterior hace referencia a un contexto mediático en donde la televisión pasa a compartir protagonismo con las redes sociales y los dispositivos móviles, esto demuestra que las comunicaciones de masas están en un proceso de transición en donde se redefinirá la hegemonía de los medios, y por ende de ejercicio del periodismo profesional.

Esta innovación, por supuesto, también ha originado cambios en el público. El consumidor solía estar dispuesto a recibir la información que los programas elegían brindarle, no tenía la facilidad de escoger qué quería ver y qué no. Tenía tan solo dos opciones: cambiar de canal o apagar el televisor.

La audiencia ha cambiado, ahora consume únicamente lo que desea y lo que esté dentro de sus intereses. Estos nuevos espectadores no se conforman con ser receptores, como lo indica Islas-Carmona (2008), los consumidores pasivos se han convertido en prosumidores activos:

La palabra prosumidor –en inglés, *prosumer*-, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “*producer*” (productor) y “*consumer*” (consumidor). El concepto “prosumidor” fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. (p. 35)

El prosumidor también se suma a la producción de información, esto se debe a que cuenta con teléfonos inteligentes que les permiten generar fotos, audios, videos, gráficos, etc. a través de los dispositivos y las aplicaciones incorporados en los móviles. Además, las redes sociales les proveen de plataformas por donde todos esos contenidos son distribuidos de forma rápida y multimodal, todo ello es posible gracias a la masificación de la digitalización, al respecto Morales (2014) afirma que:

La digitalización ha traído consigo nuevas herramientas para agilizar y mejorar la construcción y emisión de noticias, entrevistas y reportajes audiovisuales. Todos estos recursos además de optimizar los procesos productivos en términos de ahorro de tiempo y economía del equipo humano, son a su vez oportunidades para articular mejor el contenido de los mensajes, potenciar su eficacia e incrementar su impacto periodístico y su capacidad de competitividad con el resto de cadenas de televisión. (p. 194).

En medio de esta nueva dinámica comunicacional es necesario reseñar el rol de las redes sociales en cuanto a valores tan importantes para el periodismo televisivo como la inmediatez.

En la actualidad la gran mayoría de personas con acceso a internet se entera de inmediato acerca de los hechos de una noticia a través de las redes sociales y la televisión procura informar de manera inmediata, pero esa presión puede provocar incurrir en errores profesionales, esto por el afán de ser los primeros en dar cuenta de las noticias que han sido recabadas de *Twitter, Facebook, WhatsApp* u otras plataformas digitales sin ser confirmadas por las fuentes oficiales o testimoniales.

Tal como indican, Javier Darío Restrepo y Luis Manuel Botello (2018) El periodista de hoy se mueve entre lo inmediato pero incompleto y lo mediato, pero con posibilidades de ser completo.

La tecnología permite emitir al instante, transmitir imágenes de modo inmediato y desde cualquier lugar, la circulación de los diarios y las condiciones técnicas de los medios electrónicos abren la posibilidad de la inmediatez de la información; están dadas las condiciones para cumplir un sueño periodístico de estar al pie mismo de los hechos; pero para que la información sea completa debe ofrecer más elementos de los que puedan captar de inmediato la vista y el oído. (p.9)

El prosumidor y su uso intensivo de redes para la creación de contenidos obliga a plantearse reflexiones acerca del futuro del ejercicio periodístico, eso no significa que la profesión vaya a desaparecer, pero sí debe adaptarse como primera medida para gestionar y procesar los contenidos que provienen de las redes sociales.

En tal sentido, es menester reseñar la esencia de las redes sociales y su uso dentro de las nuevas dinámicas discursivas de los medios periodísticos, para

ello es importante definir que son las redes sociales. Al respecto, Carballar (reseñado por Morales, 2011) define a las redes sociales como:

Un grupo de personas con algún tipo de interés común que se comunican online, cuyos participantes pueden o no conocerse personalmente, ya que lo que los une no tiene que ser una amistad existente, sino un interés común por algo (una afición, un tema social, coleccionismo, nueva tecnología, etc.) Quienes utilizan las redes sociales para comunicarse con sus pares no lo hacen únicamente para mantener contacto con personas a las que conocen personalmente. En muchas ocasiones, la relación que une a los contactos en redes sociales es un interés común, por lo que las redes sociales se emplean para intercambiar conocimientos online.
(p. 153)

Esta es la dinámica que se va imponiendo día a día, los periodistas tienen que incorporar dentro de sus procesos de producción a las redes sociales, de ellas se extrae información, pero también hacia ellas se vuelca mucho del contenido que se produce para el noticiero. La realidad impone una convergencia de habilidades de selección y combinación que encuentran en las redes un suministro intensivo de información que el periodista debe incorporar en sus relatos, al respecto Sánchez (2015) afirma:

El trabajo de informar es un arduo proceso que incluye la recopilación de datos y la verificación de los mismos, para así definir su exactitud. Si bien antes los periodistas se convertían en agentes activos alrededor de la historia, ahora con los cambios tecnológicos y la internet, se está volviendo común que los reporteros se enteren de los hechos mediante las denuncias que puede hacer cualquier

ciudadano equipado con un dispositivo móvil y que haya tenido experiencia directa con los hechos. (p. 189).

Esta dinámica comunicacional no solo impone una especialización del periodista para el tratamiento de la información proveniente de las redes, también supone un cambio en las lógicas de producción de los contenidos informativos, lo que supone la formación de personal y áreas especializadas en recopilarla, gestionarla y suministrarla a toda el área de prensa para que sea incorporada dentro de la oferta informativa del noticiero. En la misma línea, Navarro (2011), afirma que:

La fusión de informática y comunicaciones ha roto los límites de costo tiempo y distancia, iniciando una era de redes de información mundial. Los cambios fundamentales de la nueva sociedad de la información vienen determinados también por la velocidad a la que se producen. (p. 51)

Cabe entender que cada red nació con finalidades distintas, *Twitter* comunicaba en 140 caracteres, *Facebook* permitía la socialización y *WhatsApp* la comunicación a través de mensajería instantánea, con el pasar del tiempo cada una ha ido innovando en las posibilidades que ofrece a los usuarios, es menester del periodista conocer los atributos de cada una de ellas para poder obtener los mejores suministros informativos.

Con respecto a *Twitter*, es una de las herramientas más versátiles que los periodistas utilizan, tanto para recopilar información como para comunicarla. Al respecto, Mayoral (2013) indica que:

La nueva escritura periodística en *Twitter* se fundamenta en la brevedad (no más de 140 caracteres por tuit), pero sobre todo en la hipertextualidad y en la interactividad. Un breve enunciado permite remitir al lector a otro texto, a una fotografía o a un video. Al mismo tiempo, y por la propia naturaleza de las redes, ese enunciado invita a los lectores a interactuar: respondiendo, retuiteando, señalándolo como favorito (...) Algo similar ocurre en otras redes sociales. La razón de ser de estas nuevas herramientas comunicativas parece íntimamente ligada a la interacción. (p. 139)

Facebook es considerada como una de las redes más empleadas a nivel mundial en la cual el usuario, crea y recrea lo que quiere compartir. La variedad de contenidos que se pueden colocar en ella es diversa, desde comentarios, fotos, videos y hasta transmisiones en vivo que no solo son usadas por los prosumidores sino también por distintos medios de comunicación, al respecto Noguera (citado por morales, 2016) afirma:

(...) Todo material compartido por un usuario en Facebook, desde perfiles personales o institucionales donde estos reflejan las características que consideran convenientes compartir, puede convertirse en insumo para la producción periodística de televisión y en material disponible para ser analizado, investigado y trabajado por el periodista.(p.154)

Y por último *WhatsApp* se ha convertido en una poderosa herramienta de comunicación por donde se transmiten contenidos y que es usada intensamente por los prosumidores para enviar material a los medios de comunicación, pero su versatilidad no queda allí sino que también es usada como un instrumento de comunicación que utilizan los periodistas para

ejercer su labor informativa tanto en la coordinación de su trabajo como en la transmisión de los contenidos.

Como se deduce de lo reseñado, las redes sociales son medios que los periodistas televisivos han aprendido a incorporar en sus procesos de producción informativa. Este nuevo escenario implica el afianzamiento de los valores y procedimientos de norma la profesión porque es muy fácil caer en la precariedad procedimental, por ello este nuevo contexto se presenta como un reto que los periodistas afrontan día a día.

1.4.2. El periodista de televisión y sus responsabilidades en tiempos de convergencia

Un periodista es considerado como una persona con amplio conocimiento y capacidad de desempeñar su función en cualquier tipo de medio ya sea radio, televisión o prensa escrita. Tiene que buscar la información completa, verificar la veracidad de ella y contrastar sus opiniones.

Como indica Coya (2014):

Para ser un periodista televisivo competente se necesita poseer una serie de habilidades y capacidades diferentes. Se requiere de un gran talento, que incluye la destreza para comunicar en forma audiovisual las noticias, grandes dotes para la investigación y una impecable forma de narrar y presentar sus reportajes. (p.26).

Algo muy importante para el periodista televisivo, es siempre mostrarse seguro de lo que va a informar ante cámaras, tener la solvencia de dar datos

completos del acontecimiento o noticia que está contando al televidente, para ello no solo es necesario un buen desempeño ante cámaras sino también haber procesado la información con responsabilidad profesional, tal como indica Mariano Cebrián, (2004):

Más que nunca el periodista tiene que buscar la independencia de las presiones de las fuentes , contrastarla , contextualizarla los datos, ideas y hechos obtenidos con suficiente claridad y profundidad a pesar de la rapidez de la secuencialidad televisiva (...) El periodista de televisión tiene la responsabilidad de poner en común, de comunicar los hechos realmente representativos de cada comunidad y de apoyar a la audiencia a convertir la información en conocimiento real de la sociedad en la que vive mediante la explicación e interpretación de los hechos y opiniones para que pueda tomar sus decisiones personales y comunes . (pp. 207-208).

El periodista deberá en todo momento ejercer la veracidad y la credibilidad que son dos principios fundamentales de la profesión, la génesis que todo periodista debe profesar y poner en práctica cada vez que interpreta la realidad social para determinar la valoración de un hecho que ha de ser elegido y estructurado como noticia.

Para Kapuscinski (2003) el fin máximo de la profesión se corresponde con los valores de quien la practica:

Para ejercer el periodismo ante todo hay que ser buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás,

sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias.
(p.38).

La honestidad e integridad personal y profesional sirven como bases sólidas para edificar la credibilidad. La producción periodística se sostiene bajo los parámetros de veracidad, actualidad, imparcialidad, objetividad y exactitud.

La verificación de las fuentes es un ejercicio continuo que todo periodista debe ejercer, no se debe olvidar que detrás de cada fuente existe un interés para captar atención del medio y persuadir a la opinión pública frente a un tema determinado.

Como lo expresa Gomis (1991) son el anzuelo que hace picar al periodista y su medio. Son todavía fuentes interesadas, aunque hayan borrado las pistas de su interés y su identidad. Entonces, el periodista debe siempre evaluar los hechos a partir de dos grandes variantes, los criterios periodísticos y la ética profesional.

CAPITULO II

EXPERIENCIA PROFESIONAL

INICIOS Y EVOLUCIÓN DE MI EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO PRODUCTORA PERIODISTICA

2.1 Asistente de producción: Inicio del ejercicio profesional

El inicio de mi carrera profesional como periodista inicia en la década de los noventa, en un país desangrado por el terrorismo demencial, una grave crisis política, social y económica y en el marco de una democracia débil que apenas podía mantener el orden constitucional.

Era 1990, el Perú vivía la confrontación política de una campaña electoral entre un desconocido Ing. Alberto Fujimori y el renombrado escritor Mario Vargas Llosa, que pugnaban por asumir la presidencia de la república en elecciones libres y democráticas. Mientras tanto, el caótico gobierno del presidente Alan García terminaba en medio del rechazo masivo de la población.

En ese año, concluyo mis estudios universitarios e imbuida de una profunda vocación periodística, ingrese a practicar en la jefatura de informaciones de los noticieros de Global de Televisión, como asistente del experimentado periodista Alfredo Donayre. Ya había finalizado el proceso electoral y elegido en segunda vuelta el Ing. Alberto Fujimori Fujimori que asumía la presidencia de la república en medio de una gran expectativa social.

La tecnología televisiva se despuntaba y los canales de televisión con sus diversos programas periodísticos que competían para presentar la mayor cobertura informativa con inmediatez una vez ocurridos los hechos. Por ello, la jefatura tenía que armar con criterio e importancia los cuadros de comisiones y distribuir estratégicamente a los reporteros para cubrir todos los acontecimientos que se suscitaban durante todo el día.

La mesa de informaciones es la visión total del panorama del acontecer nacional e internacional que sostiene la estructura informativa de cualquier centro de información, es la mejor fuente de aprendizaje, donde tuve la oportunidad de afinar mi criterio periodístico, aprender a diferenciar lo importante de lo trascendente.

Es así, que pasada etapa de practicante, ya como profesional, fui testigo de hechos que marcaron la historia de nuestro país , como: el autogolpe del 5 abril 1992, Fujimori disuelve el congreso y ordena la reorganización del poder judicial ,del CNM, del Tribunal Constitucional, Ministerio Público y Contraloría General de la República. Mientras la clase política convulsionada protestaba enérgicamente, la ciudadanía respaldaba las medidas adoptadas por el presidente Fujimori. Se declara un estado de gobierno de emergencia y Reconstrucción Nacional y en mayo del mismo año Fujimori convoca a elecciones para el congreso constituyente democrático que se realiza el 22 de noviembre, obteniendo la mayoría con 44 escaños de un total de 80.

El autogolpe, fue uno de los momentos más difíciles y críticos que los periodistas tuvimos que afrontar, mientras nuestro sentido democrático nos llamaba a pronunciarnos en contra de estas medidas, como profesionales

teníamos que informar dentro de la línea del medio de comunicación en la prestábamos nuestros servicios. Las indicaciones a la mesa de informaciones era: poca crítica, mucha colaboración y encuestas a favor del golpe. Sistemáticamente muchos medios periodísticos se alinearon solo unos pocos calificaban las medidas como un atentado a la libertad de prensa.

Muchos de los periodistas críticos al régimen fueron maltratados y sacados de los noticieros y otros tantos se alinearon a la dictadura que empezaba a instalarse en todos los establecimientos del estado. Uno de los hechos que me impactó fue cuando ingresaron miembros del ejército a la sala de redacción para impartir órdenes y parametrar a los directores sobre cómo debían orientar la información y el pauteo del noticiero. Esta situación traía a memoria los hechos que nuestros maestros periodistas nos contaban sobre el terrible momento que la prensa vivió cuando el General Velazco incautó todos los medios de comunicación en el golpe militar al Presidente Fernando Belaunde Terry. Mi joven espíritu periodista fue remecido pero a la vez se afianzó mi profundo respeto al libre ejercicio de la profesión y mi profundo respeto a la libertad de prensa.

En Julio de 1992, el país cada vez más convulsionado por Sendero Luminoso, que seguía con su cadena demencial de atentados y aniquilamiento indiscriminado a la población en la capital, provocaba la sensación de que la ciudad estaba siendo cercada por esta agrupación terrorista. En las mesas de informaciones vivíamos pendientes de cualquier indicio que nos acercara a la primicia de un atentado. Los rastreadores policiales, periodistas especializados que dominaban los códigos de la

Policía Nacional, vivían pendientes de cada movimiento policial que indicara un atentado terrorista para salir a cubrirlo de inmediato. Es así que la noche del 16 de Julio de 1992, cuando los relojes marcaban las 9.30 pm y parecía ser cualquier noche se reporta un coche bomba en la cuadra dos de la calle Tarata en Miraflores, dejado por el grupo terrorista de sendero luminoso, matando a 25 personas y dejando más de 250 heridos. Inmediatamente se interrumpió la programación y se informaba al país la noticia con reportes desde el lugar de los hechos.

Por aquella época ya era común para nosotros que a diario se reportaba la explosión de coches bombas en las comisarías y entidades del estado. Para esto el gobierno continuaba en la lucha contra el terrorismo, y fue un 12 de setiembre de 1992 que se logra la captura de Abimael Guzmán, líder del grupo terrorista Sendero Luminoso lo que trajo consigo la esperanza de un país pacífico. La captura fue en horas de la noche e inmediatamente se fue informando a través del "FLASH INFORMATIVO", CAE ABIMAEEL GUZMÁN, se enviaron dos equipos periodísticos y los técnicos para salir en vivo y en directo a través de las microondas. El director de prensa ordena la transmisión ininterrumpida de todos los detalles que venían ocurriendo en la av. Los Sauces, la presentación del líder senderistas y de toda la cúpula. Acontecimiento que fue denominado como LA CAPTURA DEL SIGLO.

Mi labor de asistente de prensa me obligó a actuar con rapidez en la distribución y envío de los equipos que les tocaba cubrir este hecho. Recuerdo que el gerente de prensa ordenó que todo el personal nos quedáramos de largo, en ese entonces nuestra comunicación con los equipos periodísticos era a través de los "beeper" o radiomensaje, donde se

les enviaba mensajes precisos de datos importantes relacionados a la comisión que estaban cubriendo

Esto también se lograba a través de los cables de noticias o agencia de noticias que eran unas organizaciones encargadas de alquilar sus servicios de distribución de noticias nacionales e internacionales por medio de un sistema integral conectado a los medios de comunicación, indispensable en una sala de prensa, pues recibíamos noticias que alimentaban nuestra pauta de día.

En este contexto aprendí a seleccionar las noticias o acontecimientos más importantes del día, chequeando los periódicos y estableciendo contacto con diferentes instituciones y ministerios, también seguía las actividades que cumpliría el Presidente de la República, agenda de las actividades en el Congreso de la República, y el Poder Judicial u otras fuentes fijas del día . Armé una agenda de contactos que me ayudaba a coordinar entrevistas para facilitar la labor a los reporteros en la elaboración de los informes diarios o informes especiales.

A la llegada de los equipos del primer turno de trabajo, les pedía que me contarán lo que habían hecho y poder hacer un resumen del reporte de sus comisiones, mencionando “LA PEPA DE LA NOTICIA”, que quiere decir el hecho más importante, atractivo e impactante de la nota, para posteriormente entregársela al director de prensa quien se encarga de seleccionar las noticias más importantes y poder armar su pauta del noticiero, tal como indica Wolf (1987, p.275) en su libro “La investigación de la comunicación de masas” donde refiere que: “La selección y la adaptación

del material que llega a la redacción constituye el proceso de convertir los acontecimientos observados en noticias”.

Al finalizar mi turno dejaba un resumen o pre cuadro de comisiones que consistía en reunir todas las convocatorias, conferencia de prensa que llegaban a la sala de redacción para que el jefe del turno tenga un panorama de lo que habría al día siguiente y armar su cuadro y distribución de informes para los reporteros.

Luego de tres meses de haberme desempeñado como practicante, y haber recibido comentarios positivos de mi desempeño me contrataron y permanecí en Global Televisión durante dos años y 10 meses (noviembre de 1990 a setiembre de 1993).

2.2. Nueva experiencia en canal estatal

En octubre de 1993, paso de pertenecer de una entidad privada a un medio de comunicación estatal, Canal 7, siendo convocada por una experimentada periodista, Teresa Blanco, en ese entonces Gerente de Prensa, dándome la oportunidad de ocupar el cargo de asistente de prensa, cuya labor es la ejecución del cuadro de comisiones y supervisión de los reporteros y camarógrafos en el cumplimiento de sus comisiones. En ese entonces, el país estaba gobernado por un Presidente que trabajaba de la mano con Vladimiro Montesinos, quien se convirtió en el factor dominante del aparato político, entre las funciones que tenía era dirigir las campañas electorales, espiar, sabotear a la oposición política quienes se encontraban acorralados sin poder hacer nada y controlar a los medios de comunicación

sobre todo a la televisión y preparar la campaña para la reelección presidencial que fue aprobada a través de un referéndum para el cambio de la constitución de 1993 , debido a esta reforma Fujimori pudo reelegirse por un periodo más (1995- 2000). El país estaba más estable, ya no había hiperinflación, la economía empezaba a crecer pero el sistema democrático era cuestionado.

En medio de todo esta delicada situación que se vivía día a día en la sala de redacción y recibiendo órdenes de Palacio de Gobierno, sobre los contenidos que se tenía que tocar en los noticieros, se trasmitía todas las actividades del Presidente, con material editado que enviaban desde el pool de Palacio de Gobierno. En ese entonces, había un equipo periodístico designado por palacio que estaba exclusivamente a órdenes de todas las comisiones del Jefe de estado, ese equipo era el único que acompañaba a los viajes locales e internacionales.

Puedo mencionar que para el Gobierno no era indispensable e importante contar con un canal del estado con todas las facilidades, pues tenía a la orden a casi todos los medios de comunicación de televisión, periódicos y radios. Mi función en esta entidad fue de tres años y cinco meses en donde aprendí más acerca de la importancia de la producción en el periodismo televisivo a través del seguimiento del acontecer informativo y la gestión de las coberturas día a día.

2.3. Coordinadora Periodística sector privado

En abril de 1996 al 2004, inicio mis labores en IMAGEN & NOTICIAS, agencia encargada de brindar asesorías en comunicación corporativa y servicios periodísticos, cuyo presidente del directorio era el reconocido y experimentado periodista, Julio Higashi López y los directores Jorge Merino y Alfredo Donayre.

En Imagen & Noticias ocupé el cargo de Coordinadora Periodística, que consistía en la coordinación y supervisión de las tareas de los ejecutivos de prensa en directa relación con los Directores de Prensa de la agencia, supervisando el trabajo de monitoreo de medios y tenía a mi cargo un equipo conformado por camarógrafo, fotógrafo, redactor, asistente.

Aquí la labor era convocar a los medios de comunicación para cubrir: conferencias de prensa, lanzamiento de algún producto, trabajos de consultoría de las empresas, elaboración de la carpeta de trabajo o ayuda memoria, dossiers, etc. contábamos con clientes de mucho prestigio , tales como el Banco de Crédito, Banco de Materiales, Banco Financiero, Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo, SEDAPAL empresa a la que se le elaboraban los boletines mensuales , también teníamos clientes del extranjero que llegaban al Perú para lanzar algún producto, nosotros nos encargábamos de hacerle la cobertura de prensa y la difusión, saliendo el cliente satisfecho por el trabajo elaborado.

Un acontecimiento que no puedo dejar de mencionar es “La toma de la residencia del embajador de Japón” por el MRTA, Movimiento Revolucionario Túpac Amará. Un 17 de diciembre de 1996, mi jefe Julio

Higashi era uno de los invitados y asistió a la celebración con ocasión del aniversario del nacimiento del Emperador de Japón Akihito, que se llevó a cabo en la residencia del Embajador en San Isidro. Julio Higashi era parte de los rehenes secuestrados por los terroristas, siendo liberado prontamente junto a otros invitados más. Inmediatamente los medios de comunicación nacional e internacional entrevistaron a Higashi, quien contó la experiencia que le tocó vivir.

La situación del país en esa época era de incertidumbre con el descubrimiento y difusión de los llamados “Vladivideos”, la situación de Alberto Fujimori se complicó y el 13 de noviembre del 2000, viaja a Brunei para participar en la cumbre anual de la APEC, y posteriormente se desvía a Tokio Japón donde el 19 de noviembre renuncia por fax, comunicando su decisión de dejar el cargo de Jefe de Estado. El Congreso de la República no acepta la renuncia, y lo inhabilitó de ocupar cargos públicos por “incapacidad moral”. Fue en ese entonces que el Presidente del Congreso, Valentín Paniagua, fue nombrado como Presidente Transitorio el 22 de noviembre de 2000. En ese corto tiempo de su gobierno permitió el regreso de la democracia.

En el 2005 tuve una breve experiencia en instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura y espectáculos, así como a la difusión de campañas educativas en la Gerencia de Transporte Urbano del Municipio de Lima.

2.4 Canal 7: nuevo cargo Jefe de informaciones

En setiembre del 2006 soy convocada nuevamente a Canal 7 ocupando esta vez el cargo de Jefe de Informaciones. Cuando yo iniciaba mi carrera profesional como practicante, el presidente Alan García dejaba el cargo en medio de un rechazo ciudadano. En este año paradójicamente el Dr. Alan García era investido por segunda vez como Presidente de la República.

Mientras tanto, en el mundo se venía dando una gran evolución de la tecnología televisiva y los canales peruanos estaban en la vanguardia de la modernidad. Ya el canal 7 contaba con un centro de noticias, con computadoras internet, *switcher*, microondas, satélites, etc.

El manejo de la información tenía otros parámetros técnicos y políticos. Al ocupar la jefatura de mesa desarrollaba una estructura de organización de los cuadros de comisiones, el desplazamiento de los equipos periodísticos para hacer transmisiones en vivo y en directo y el abastecimiento de información para los tres noticieros y micro noticieros, teniendo bajo mi responsabilidad a 50 profesionales como reporteros, camarógrafos, asistentes, auxiliares, choferes.

En este periodo gubernamental el canal 7 estaba bajo la organización de la Presidencia del Consejo de Ministros. Si bien cierto que la Jefatura de informaciones no encabeza el organigrama de un centro de noticias, es el pilar fundamental para el pleno funcionamiento de un noticiero.

El gobierno de turno, a diferencia de su primera gestión, realizó una política de estabilización que permitió que el Perú se insertara en la economía mundial y se dieran grandes avances en el desarrollo social del Perú. Se

firmó el Tratado de Libre Comercio en medio de un conflicto social en Bagua donde comunidades indígenas habían paralizado en una huelga en esa zona, la policía nacional intervino, causando la muerte de 23 policías, 10 indígenas muertos y 200 heridos. Este operativo se denominó “EL BAGUAZO”. En estos hechos las políticas de comunicación del estado, estaban orientadas a minimizar la información de lo que venía aconteciendo en Bagua. A pesar de ello, pude planificar una estrategia que nos permitiera cubrir la información desde el lugar de los hechos enviando un equipo de reportero y camarógrafo, para cumplir con nuestra misión informativa.

2.5. Productora Ejecutiva en canal 9

Continuando mi proceso de desarrollo profesional, en agosto del 2011 fui convocada por ATV, para desempeñar la función de Productora Ejecutiva en el programa ES NOTICIA, bajo la producción general del periodista Miguel Seminario y la conducción de Rosa María Palacios programa político diario, con invitados en estudio, e informes especiales.

En esta oportunidad mis funciones consistían en producir informes especiales elaborados por los reporteros, monitorear a los editores en el proceso de edición de informes y la emisión del programa al aire. Así mismo la de concertar a los invitados del día de acuerdo a la coyuntura.

En este programa se dio la primicia que sorprendió a toda la opinión pública al mostrarse un documento en la que confirmaba que Alberto Fujimori, no padecía de cáncer a la lengua, al día siguiente todos los medios hacían eco de esta noticia. Luego de dos años de permanencia en aire el programa

finalizó su ciclo y con ello una etapa más de mi carrera profesional, ya que tuve que emigrar a otro medio de comunicación social.

2.6. Productora Periodística Canal 7

Desde el año 2013 ejerzo la labor de productora periodística en el Instituto de Radio y Televisión del Perú (canal 7), encargado de informar a todo el país los acontecimientos más importantes que se suscitan diariamente.

El Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (CANAL 7) es un medio de comunicación que jerárquicamente pertenece al poder ejecutivo. Su misión, como lo registra en su página web es: “Generar y difundir contenidos audiovisuales de calidad, que promuevan la identidad nacional y el bienestar de los peruanos, a través de sus plataformas de comunicación” es el canal de televisión del estado caracterizado por informar todos los acontecimientos oficiales que se llevan a cabo en nuestro país, encargado de emitir a nivel nacional, mensajes del Presidente de la República, del congreso, de Ministerios, también brinda programas informativos, de entretenimiento, cultura, educación y servicio a la comunidad. Actualmente cuenta con una central de noticias que es el 7.3 , encargada de informar durante las 24 horas del día las noticias nacionales e internacionales, también cuenta con el canal IPE 7.4, que nos ofrece una programación cultural y educativa dirigido al público infantil y juvenil.

En noviembre del año 2013, se lanza TV Perú 7.3, (canal 12 en Movistar TV y en los canales 14 y 514 (en HD) a través de Claro TV. Centro de noticias del Estado Peruano, encargado de transmitir información de lunes a

domingo de forma ininterrumpida información de la actualidad nacional e internacional, entrevistas en estudio y enlaces en vivo.

Han transcurrido 28 años de intenso aprendizaje y grandes emociones, que han consolidado mi carrera profesional.

2.7. Reflexiones acerca del rol del productor periodístico

El productor periodístico tiene como objetivo profesional la generación de contenidos y productos audiovisuales. Sus criterios de selección dependen de la experiencia, bagaje cultural, y su “olfato periodístico”. Esta selección y jerarquización de los hechos considerados como noticias tienen su base en la ética y deontología profesional, pues la veracidad, imparcialidad, pluralidad y responsabilidad social depende de la puesta en práctica de estos principios profesionales.

El productor periodístico también tiene como función establecer las estrategias comunicacionales para que sus productos noticiosos cumplan con captar la atención de televidente. Estas estrategias deben también cumplir con los principios éticos y deontológicos para evitar la espectacularización y el sensacionalismo.

Mi labor de productora periodística en noticiero 7.3 noticias edición tarde consiste en elaborar la pauta de todo el conjunto de informaciones que hasta el momento la mesa de informaciones me ha alcanzado, seleccionarlas y distribuir las de acuerdo a la importancia temática de la coyuntura del día: político, nacional, internacional, deportivas, entre otros, utilizando siempre el

criterio para poder elaborar una pauta de noticias coherente con la política informativa del canal del estado, sin morbo, sin imágenes que puedan herir la susceptibilidad del televidente y que no rompan con la ética profesional. en otras palabras no hacer un noticiero tóxico.

Para poder matizar un noticiero utilizo mucho los enlaces en vivo a través de las microondas, *fly* o mochila TV U. Y un método muy importante ahora en la modernización utilizó mucho las noticias del instante o último minuto como las redes sociales (*twitter*, *Facebook*, internet). También elaboro los titulares de las principales informaciones del noticiero.

En la actualidad las instituciones privadas y públicas, incluyendo la Presidencia de la república, emiten directamente sus pronunciamientos, comunicados, convocatorias, comentarios, a través de sus páginas oficiales o *twitter*, convirtiéndose en fuentes a tomar en cuenta.

El uso de las redes sociales ha causado un boom en el ámbito del periodismo, ya que nos permite tener acceso a la inmediatez de ocurrido los hechos. Pero a la vez se corre el riesgo de equivocarnos o informar con datos inexactos por tener la primicia, es muy importante y responsable la conformidad de la información de fuentes confiables para poderlas emitir.

Es así que como productora y encargada de elaborar una pauta para el noticiero de 7.3 noticias turno tarde, selecciono las noticias más relevantes, que cuenten con las dos partes de la noticia, con imágenes que muestren con los hechos reales y con una buena edición son considerados como parte del noticiero a emitir.

2.8. Pauta de un noticiero y la capacidad de improvisación

Una pauta para noticiero, es la recopilación de todas las noticias locales, nacionales e internacionales del día distribuidas en orden de acuerdo a la importancia y relevancia de la información. Una pauta de noticias esta seleccionada en cuatro o seis bloques. En el caso de 7.3 noticias edición tarde, mi pauta la distribuyo en cuatro o cinco bloques, depende del tiempo que duren los informes, ya que mi noticiero tiene una duración de hora y media contando los cortes comerciales de tres minutos de duración.

En cada bloque tenemos que considerar siempre una noticia relevante y de interés para el televidente anunciando en cada corte lo que viene después de la pausa comercial es a lo que llamamos: “AL VOLVER”, “REGRESAMOS CON”, “LUEGO DE LA PAUSA”, el objetivo es dejar al televidente interesado para el siguiente bloque.

Pero no siempre se cumple con el orden de una pauta establecida, siempre se presenta noticias de último minuto que acapara la producción del noticiero y podemos seguir con esa información durante uno o dos bloques y hasta todo el programa.

Un ejemplo claro es el del 10 de octubre: detención preliminar por diez días contra Keiko Fujimori, en esta ocasión hice una transmisión de cinco horas ininterrumpidas, iniciando la emisión a la una de la tarde por considerarla una noticia de trascendencia que acaparó los noticieros de todos los medios nacionales e internacionales, solo informando todas las incidencias de la noticia.

Al día siguiente, 11 de octubre y tal como se muestra en la pauta adjunto (anexo) como nota uno (01) se informa que declaran inconstitucional la ley que prohíbe la publicidad estatal. Inmediatamente salimos en vivo con la conferencia de prensa que ofrece el Presidente del Tribunal Constitucional, Ernesto Blume dando a conocer el fallo, pues es considerada como noticia de interés.



Fuente: IRTP

De igual forma con la nota cuatro, salimos en vivo desde la sala penal permanente, con la lectura de sentencia de casación presentada por Keiko Fujimori y Fuerza Popular en la que la declaran infundados.



Fuente: IRTP

Dado el fallo, salimos en vivo con el reportero informando lo acontecido y con declaraciones de la abogada de Keiko. Posteriormente con un enlace telefónico con un experto en derecho penal para analizar su situación. Aquí es importante que la conductora esté informada del tema para hacer las preguntas correspondientes al tema. También se transmitió en vivo el traslado de Keiko Fujimori a la prefectura, informando las visitas que recibe, el apoyo en los exteriores por parte de sus seguidores, reacciones desde el congreso de la república sobre el tema.

Otra noticia importante que acaparó el noticiero ese día fue la sesión del pleno (considerada en la pauta por fuera, es decir en cualquier momento podía salir al aire) en la que aprobó el proyecto de ley elaborado por la congresista Yeni Vilcatoma que permite que los adultos mayores de 65 años que hayan cumplido el tercio de su condena accedan a arresto domiciliario.

- Pleno del congreso, aprueba proyecto de ley que establece modalidad de ejecución humanitaria de la pena para mayores de 65 años.

2.9. Momentos vividos que marcaron mi experiencia como productora de televisión.

La Crisis en el gobierno de PPK

Uno de los acontecimientos más relevantes que me tocó informar fue el pedido de vacancia al presidente Pedro Pablo Kuczynski (PPK) por parte del congreso de la República considerándolo como hecho histórico en el Perú. En esta etapa de crisis, como canal del estado, tuve que tratar la información de forma parcial, teniendo opiniones de ambas partes, manteniendo la pluralidad.

Renuncia de PPK

En esta ocasión tuve que organizar la emisión al aire el mensaje de PPK anunciando su renuncia, inmediatamente buscar reacciones por parte de analistas políticos, constitucionalistas, salir en vivo con reacciones en el congreso de la República.

Vice presidente Martín Vizcarra asume la presidencia

Para esta ocasión se dispuso el desplazamiento de equipos periodísticos en diferentes puntos para poder tener una completa cobertura. Tal como se detalla a continuación:

Un equipo instalado en la casa de Vizcarra quien lo seguirá hasta la cancillería donde llegará para esperar la invitación del congreso de la República asistir a tomar juramento al cargo.

Un equipo en cancillería, para informar con detalle la llegada de los congresistas quienes invitaron al entonces primer vicepresidente Martín Vizcarra asistir al congreso.

Otro equipo en los exteriores del congreso de la república para poder informar la llegada de Vizcarra y los honores que recibe por parte de las fuerzas armadas.

Un equipo en el hemiciclo del congreso para informar acerca de la juramentación del flamante Presidente de la República Martín Vizcarra, y escuchar su primer mensaje a la nación.

Como productora, conversé con el director de cámara para poner todas las señales en vivo y plasmarlo en varias ventanas, la idea era informar al público que estamos con la noticia en diferentes puntos. Además también se informó acerca de la juramentación del nuevo gabinete ministerial

La captura de Keiko Fujimori

Una vez dictada la orden de prisión preventiva efectiva de 36 meses, fue conducida a la carceleta del Poder Judicial para posteriormente ser seleccionada a un penal de mujeres. Contábamos con equipos en diferentes puntos estratégicos, dos equipos en vivo en la sala por donde trasladarían a Keiko Fujimori, otro en la parte posterior y un equipo esperando en la llegada a la carceleta.

CAPÍTULO III

CONCLUSIONES

- La formación académica, ética, deontológica, y la experiencia del periodista televisivo son elementos constitutivos que permiten ejercer un periodismo de calidad y con responsabilidad social. El profesional encargado de seleccionar, jerarquizar y distribuir las comisiones que se incluirán en la pauta de un noticiero debe tener la capacidad de desarrollar y fortalecer estas cualidades, ello garantizará el correcto accionar que se sustenta en los principios rectores del periodismo: pluralidad, imparcialidad y credibilidad.
- La cobertura de sucesos coyunturales en un noticiero televisivo conlleva un proceso y un procedimiento de selección de lo que se considera noticiable. El periodista televisivo debe evaluar los hechos para establecer, en función de criterios de valoración los atributos de noticiabilidad, dejando de lado el sensacionalismo, amarillismo, y la espectacularización, para dar paso a los acontecimientos que se consideran importantes y relevantes para el desarrollo político, económico y social.
- La producción de un noticiero de televisión abarca tres etapas definidas: preproducción, producción y postproducción. En todos ellos interviene la toma de decisiones sobre la jerarquización de las

noticias, modo de cobertura y utilización de información. Todo el proceso de la producción informativa debe tener como piedra angular los principios de veracidad, verificación y contrastación de fuentes, ello garantizará la credibilidad del medio y los profesionales de la comunicación.

- La convergencia en televisión, a través de la implementación de la tecnología digital y el uso de las redes sociales han potenciado las plataformas por donde se distribuyen los contenidos informativos. En este nuevo espacio de convergencia multimedia, los periodistas de televisión deben tener la capacidad y solvencia para procesar la información con responsabilidad, contrastando las fuentes y contextualizando los datos a pesar de la inmediatez que implica la televisión, a fin de que la sociedad obtenga hechos veraces y pueda interpretar la realidad de manera imparcial.

CAPÍTULO IV

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

Bandrés, E. et al (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona, España: Editorial Paidós.

Canales, R. (2009). *El servicio de noticias en el Perú*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres, Fondo Editorial.

Cebrián, M. (2004). *La información en televisión: Obsesión mercantil y política*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

Coya, H. (2014). *El periodista y la televisión. Los desafíos de la prensa en la era de alta definición*. Lima, Perú: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.

De Moragas M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

D' Victórica, R. (2012). *Producción en Televisión: proceso y elementos que integran la producción en televisión*. México: Editorial Trillas.

Del Río, J. (1991) *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*. México: Editorial Diana.

Estremadoyro, J. (2004). *Lecciones de periodismo televisivo*. Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fernández, C., Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Fontcuberta, M. (1995). *La noticia: pistas para percibir el mundo*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, España: Editorial Mitre.

Karbaum, G. (2018) *Periodismo y transmedia: Narrativa, redes y contenido*. Perú: Universidad de Ciencias y Artes de América Latina.

Manfredi, J. (2000). *Manual de Producción Periodística*. España. Editorial Mad, S.L

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Norma.

Mayoral, J. (2013). *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Madrid: Síntesis.

Mc Combs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Editorial Paidós.

Morales, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & Análisis*. (6). 141-161

Morales, F. (2014). Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudios de caso de la huelga de profesores en España y Perú. *Correspondencias & Análisis*. (4). 193- 216

Navarro, L. (2011) Orígenes del ciberperiodismo. *Correspondencias & Análisis*. (1) 49-64

Neira, E. (2015). *La Otra Pantalla*, España: Editorial UOC

Pérez, G. (2010). *Informar en la e-televisión*. Navarra, España: Eunsa.

Rodrigo, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Sánchez, C. (2015). El periodismo clásico frente al Nuevo Periodismo. *Correspondencias & Análisis* (5), 187- 195.

Vargas, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Madrid, España: Editorial Alfaguara.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*, España: Grupo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonsogno, Etas, Milán.

Yorke, I. (1994). *Periodismo en Televisión*. México: Editorial Limusa S.A.

WEBGRAFÍA

Islas-Carmona, J. (2008). *El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad*. Palabra Clave, 11(1), 29-39. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/649/649111103.pdf>

Restrepo, J. y Botello, L. (2018). *Ética periodística en la era digital*. Recuperado de : http://eticaperiodistica.info/wp-content/uploads/2018/05/Manual_EticaPeriodistica.pdf

López-Escobar, E., Llamas, J. y Mc Combs, M. (1996) *Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: agenda-setting y consenso.*

Universidad de Navarra 9 (1 y 2). Recuperado de:

https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=289

CAPÍTULO V

ANEXOS

1 [IRTP]EMISIONES.PUNTOS_DE_VISTA.PAUTA

14/10/2018 13:30:06, MARIELA VELA

NR	TITULO
	EDICIÓN TARDE
	PRODUCTOR: MARIELA VELA
	CONDUCTORA: ROCIO ALIAGA
	FECHA: 11 DE OCTUBRE
	TITULARES
	INICIO
01	OVER : DECLARAN INCONSTITUCIONAL LEY MORDAZA/ ROCÍO
02	VIVO CONFERENCIA TC SOBRE LEY PUBLICIDAD ESTATL
03	CONGRESO REACCIONES / CLAUDIA
2A	OVER FOTO KEIKO CON POLICÍAS
04	VIVO EVALÚAN DECISIÓN DE APELACIÓN CASACIÓN KEIKO/
05	DEC. ABOGADA DE KEIKO FUJIMORI ESTA MAÑANA/ JUAN
06	OVER DEC : RAFAEL VELA RESPALDA A FISCAL PÉREZ/ MARTÍN
07	TARAPOTO: CAPTURADOS CINCO IMPLICADOS EN CASO APORTES CAMPAÑA
08	** OVER DECLAS ADUVIRI ARREMETE CONTRA KEIKO
09	OVER+DECLA: PRESIDENTE PJ NIEGA PERSECUCIÓN/
10	DECLA NELLY LUNA / PERIODISTA DE OJO PÚBLICO
	CORTE 1
11	OVER : SALAVERRY CONVOCA A COMISIÓN PERMANENTE PARA 15 SOBRE CHAVARRY/ BAR
12	OVER SOCIEDAD CIVIL PIDE A COMISIÓN PERMANENTE
13	CONGRESO: SUBCOMISION HABLAN SOBRE BLINDAUE A BECERRRIL Y CHAVARRY/ N 290
14	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN POR REFERENDUM/RONY
15	REALIDADES EN EL DIA INTERNACIONAL DE LA NIÑA
16	NIÑAS OCUPARON LA PRESIDENCIA Y LA PCM (17)
17	NIÑAS TAMBIEN FORMARON PARTE DE TVPERU
18	OVER DECLAS: PIURA NIÑA DEFENSORA DEL PUEBLO POR UN DÍA/
	CORTE 2
19	OVER: CONGRESO: APRUEBAN HOSTIGAMIENTO SEXUAL/ KARINA
20	OVER: PRIMERA SENTENCIA POR ACOSO SEXUAL
21	CASTAÑEDA RECIBIÓ A SU SUCESOR /NOELIA
22	OVER: JNE JOVENES QUE CUMPLAN 18 AÑOS PODRAN VOTAR EL 9/BARRIAL
23	OVER: APURIMAC: 50 INTOXICADOS POR DESAYUNO ELECTORAL (A)
24	** CAÑETE CONFIRMAN CONDENA PARA CANDIDATO QUE LIDERA GOB REGIONAL DE LIMA
25	OVER: INDECOPI SANCIONA A EMPRESAS DE TRANSPORTE POR NO COBRAR MEDIO PASAJE/
26	¿BUSCAS TRABAJO? SUNAFIL OFRECE 6500 COMO INSPECTOR
27	ANCHO DE VIVIENDAS SERAN REDUCIDOS SEGUN M. VIVIENDA
	CORTE 3
28	OVER+DECLAS: ALUD EN COLOMBIA DEJA AL MENOS 11 MUERTOS/ /PABLO
29	OVER ITALIA: UN MUERTA DEJA INUNDACIÓN/
30	EEUU: HURACAN SE DEGRADA A TORMENTA TROPICAL
31	ESPAÑA: NADAL COLABORA EN LIMPIEZA DE ZONAS AFECTADAS
32	SOYUZ ATERRIZA DE EMERGENCIA
33	OVER GRECIA: PROHIBEN A GORDITOS SUBIR A BURROS
34	OVER BURRO SE ENCUENTRA CON NIÑA QUE LOS CRIÓ
35	** OVER EXHAUSTO PADRE ARROBA MANTAS PENSANDO QUE SON SU BEBÉ 109
	CORTE 4
36	OVER: REGIONES DE LA SELVA EN RIESGO POR LLUVIAS/ KARINA
37	HUANCAYO: POBLADORES ARRIESGAN SU VIDA AL CRUZAR PUENTE COLGANTE/
38	HUARAZ: FISCAL FORMALIZA CASO YESENIA PONCE (13)
39	OVER: DECLARAN PERSONA NO GRATA A ESTHER SAAVEDRA/ KARINA
40	OVER DECLAS: PIURA: EJERCITO LIMPIA ZONAS CONTAMINADAS/
41	OVER AREQUIPA: ESTUDIANTES Y PADRES EN CONTRA DE TRAFDICANTES DE DORGAS/
42	HUARAZ: ALCALDE HITLER APROVECHA NOMBRE PARA PROMOVER TURISMO /
43	PIURA: PEREGRINOS HACÍA AYABACA/
44	OVER: FIFA ADVIERTE LEY OVIEDO / KARINA
45	** LANZAMIENTO DE HACHA NUEVO DEPORTE DE MODA
	POR FUERA
46	OVER DEC: PDTE VIZCARRA EN MOQUEGUA- MUNI EJECUTIVO/ PENDIENTE
47	VIVO SESION DEL PLENO/ LEY FUJIMORI

DESTACADOS 2.00 PM

**1.-
TC CONTRA LEY
DE PUBLICIDAD ESTATAL**

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL DECLARA INCONSTITUCIONALIDAD DE LEY QUE PROHÍBE PUBLICIDAD ESTATAL... FALLO CONTRA INICIATIVA IMPULSADA POR MAURICIO MULDER OBTUVO SEIS VOTOS A FAVOR Y UNO EN CONTRA...

**2.-
PJ RESOLVERÁ
CASACIÓN DE KEIKO**

CORTE SUPREMA RESOLVERÁ RECURSO DE CASACIÓN INTERPUESTA POR KEIKO FUJIMORI Y FUERZA POPULAR EN MARCO DE INVESTIGACIONES POR LAVADO DE ACTIVOS... EXCANDIDATA PASÓ SU PRIMERA NOCHE EN PREFECTURA...

**3.-
CAEN IMPLICADOS
EN CASO CÓCTELES**

EN TARAPOTO DETIENEN AL MENOS SEIS PERSONAS IMPLICADAS EN EL CASO CÓCTELES, TRAS ORDEN DEL JUEZ RICHARD CONCEPCIÓN CARHUANCHO... INVESTIGADOS SERÁN TRASLADOS HOY A LIMA....

**4.-
11 MUERTOS POR
ALUD EN COLOMBIA**

ONCE MUERTOS Y VARIOS DESAPARECIDOS DEJA ALUD EN COLOMBIA... DESLIZAMIENTO DE TIERRA SEPULTÓ VARIAS VIVIENDAS EN UNA LOCALIDAD DEL DEPARTAMENTO DE CALDAS...

**5.-
COHETE ATERRIZA
DE EMERGENCIA**

COHETE SOYUZ REALIZÓ UN ATERRIZAJE DE EMERGENCIA EN KAZAJISTÁN LUEGO DE PRESENTAR UNA FALLA EN SUS MOTORES... LA NAVE TENÍA COMO MISIÓN ACOPLARSE A LA ESTACIÓN ESPACIAL INTERNACIONAL.

**6.
FIFA ENVÍA NUEVA
ADVERTENCIA A PERÚ**

FIFA VUELVE A ADVERTIR A PERÚ SOBRE POSIBLE SUSPENSIÓN SI CONGRESO MODIFICA O DEROGA LA DENOMINADA "LEY OVIEDO"... ENTE DEL FUTBOL MUNDIAL ENVIÓ CARTA REAFIRMANDO SU POSICIÓN.

Fuente: IRTP

CONDUCTORA NOTICIERO 7.3 NOTICIAS EDICIÓN TARDE



Fuente: IRTP

SWITCHER



Fuente: IRTP