



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

**EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN EL PROGRAMA  
PERIODÍSTICO CUARTO PODER DURANTE LA CRISIS POLÍTICA  
DEL EXPRESIDENTE PEDRO PABLO KUCZYNZKI, AÑO 2018**

**PRESENTADA POR  
EVELYN MONTERO URBINA**

**ASESORA  
DORIS NEIRA SALDAÑA**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN  
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

**LIMA – PERÚ**

**2019**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y  
PSICOLOGIA**

**SECCIÓN DE POSGRADO**

**“EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN EL PROGRAMA  
PERIODÍSTICO CUARTO PODER DURANTE LA CRISIS POLÍTICA DEL  
EXPRESIDENTE PEDRO PABLO KUCZYNZKI, AÑO 2018.”**

**PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

**PRESENTADO POR:**

**EVELYN MONTERO URBINA**

**ASESORA:**

**Mg. DORIS NEIRA SALDAÑA**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

A Dios, por todas las oportunidades otorgadas.

A mi hija, Micaela Fernanda, por su sonrisa que me motiva cada día.

A mi madre, por su cariño sincero.

## **Agradecimiento**

A la Universidad de San Martín de Porres, por brindarme los momentos gratos que motivaron el desarrollo de mis capacidades.

A la magister Doris Neira, por el tiempo entregado en la revisión de mis avances en este estudio y por todo el apoyo brindado en medio de sus responsabilidades propias.

Y en especial al Dr. Miguel Valdez, jefe de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación por su permanente monitoreo para el avance de esta tesis.

A los periodistas entrevistados, por su gentil participación.

## Índice de contenido

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Lista de tablas.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
INTRODUCCIÓN.....	9
Formulación del problema .....	12
Objetivos de la investigación .....	12
Importancia de la investigación .....	13
Limitaciones y viabilidad de la investigación.....	14
Enfoque, tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra.....	14
Estructura de la tesis.....	15
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	17
1.1 Antecedentes de la investigación.....	17
1.1.1 Antecedentes Internacionales.....	17
1.1.2 Antecedentes Nacionales .....	18
1.2 Bases teóricas.....	19
1.2.1. Teoría de la Agenda Setting .....	19
1.2.2 Teoría del Marco o Frame .....	20
1.3 Tratamiento de la información .....	23
1.3.1 Criterios de Selección de contenidos.....	29
1.3.2 Modos de representación .....	34
1.3.3 Intencionalidad informativa.....	45
1.4 Programas Periodísticos Televisivos .....	55
1.4.1 Géneros periodísticos televisivos.....	57
1.4.2 Funciones y responsabilidades en un programa periodístico televisivo .....	71
1.5 Definición de términos básicos .....	77
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	80
2.1 Diseño Metodológico .....	80
CAPÍTULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	84
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN.....	121
CONCLUSIONES .....	123
RECOMENDACIONES.....	124

FUENTES DE INFORMACIÓN.....	125
ANEXOS.....	133

## Lista de tablas

		<b>Página</b>
Tabla 1	Ficha de Observación - Cuarto Poder 07.01.2018	84
Tabla 2	Ficha de Observación - Cuarto Poder 14.01.2018	87
Tabla 3	Ficha de Observación - Cuarto Poder 21.01.2018	92
Tabla 4	Ficha de Observación - Cuarto Poder 28.01.2018	94
Tabla 5	Ficha de Observación - Cuarto Poder 07.02.2018	100
Tabla 6	Ficha de Observación - Cuarto Poder 11.02.2018	104
Tabla 7	Ficha de Observación - Cuarto Poder 18.02.2018	107
Tabla 8	Ficha de Observación - Cuarto Poder 25.02.2018	111
Tabla 9	Ficha de Observación - Cuarto Poder 04.03.2018	114
Tabla 10	Ficha de Observación - Cuarto Poder 11.03.2018	116
Tabla 11	Ficha de Observación - Cuarto Poder 18.03.2018	120



## RESUMEN

El objetivo del presente estudio consiste en analizar el tratamiento de la información del programa periodístico dominical Cuarto Poder durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.

En esta investigación se ha utilizado la metodología de enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, y se desarrolló dentro del marco de un estudio de caso, bajo la técnica de la observación y juicio de expertos, y se ha usado como instrumento la ficha de registro. Con estos instrumentos se han recogido evidencias que han permitido entender el problema de estudio.

Se analizó el tratamiento de la información que hizo uno de los programas de acontecer periodístico más importante de la televisión peruana: Cuarto Poder, durante una de las crisis políticas más graves de nuestra historia; que llevó a quien ejercía la Presidencia de la República a renunciar al cargo. Esta crisis política se originó a fines del 2017 e inicios del 2018, porque se le relacionó al entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski con graves casos de corrupción.

Se han analizado once ediciones del mencionado programa periodístico dominical emitidas durante los tres primeros meses del año 2018, antes de la renuncia del presidente Kuczynski, para conocer cuál fue el tratamiento de la información, que tipo de información se brindó, que criterios primaron; entre otros detalles.

Las conclusiones a las que se llegaron permiten evidenciar que el tratamiento de la información que el programa Dominical Cuarto Poder (transmitido por América Televisión) hizo durante una de las crisis políticas más graves de los últimos tiempos fue ajustado al interés público.

Palabras clave: Tratamiento de la información, programa periodístico, televisión.

## **ABSTRACT**

The objective of the present study is to analyze the treatment of the information of the Cuarto Poder program during the political crisis of former President Pedro Pablo Kuczynski.

In this investigation, the methodology of qualitative approach, of hermeneutic level, was used and was developed within the framework of a case study, under the technique of observation and expert judgment, and the registration form has been used as an instrument. With these instruments, the researcher has collected evidence that has allowed us to understand the study problem.

The treatment of the information made by one of the most important journalistic programs of Peruvian television was analyzed: Cuarto Poder, during one of the most serious political crises in our history; which led the presidency of the Republic to resign. This political crisis originated at the end of 2017 and the beginning of 2018, because the then president Pedro Pablo Kuczynski was related to serious corruption cases.

Eleven editions of the aforementioned Sunday program issued during the first three months of 2018 have been analyzed, before the resignation of President Kuczynski, to find out what was the treatment of the information, what type of information was provided, what criteria prevailed; Among other details.

The conclusions that were reached allow us to show that the treatment of the information that the Dominical Fourth Power program, transmitted by América Televisión, made during one of the most serious political crises of recent times was impartial, adjusted to the public interest.

Keywords: Information processing, journalistic program, television.

## INTRODUCCIÓN

Los programas dominicales de la televisión nacional peruana se caracterizan por sus contenidos políticos, pues con ellos marcan la pauta editorial del canal a través del cual se transmiten.

Cuarto Poder es uno de los programas informativos más importantes de América Televisión, una de las empresas televisivas más sólidas del país. El equipo de profesionales que forman parte de este programa tiene amplia experiencia en el campo del periodismo televisivo y en su mayoría lo conforman hace 17 años, tiempo que el programa permanece al aire.

Los medios de comunicación gestionaron contenidos durante una de las crisis políticas más graves de la historia, que terminó con el gobierno del entonces presidente de la República Pedro Pablo Kuczynski, y el programa Cuarto Poder no fue ajeno a ello.

Es así que surgió la idea de analizar el tratamiento de la información que hizo el programa Cuarto Poder en esta época política de crisis.

### **Descripción de la realidad problemática**

La tarde del 21 de marzo del 2018 dimitía a la presidencia de la República Pedro Pablo Kuczynski; y de esta manera se convertía en el segundo presidente de la historia Republicana del Perú, después de Andrés Bello Cáceres (1895), en dejar el gobierno.

En una grabación que fue difundida por el canal del Estado, Kuczynski, acompañado de su gabinete, presentaba su renuncia a la ciudadanía. Así llegaba

a su fin en el poder uno de los actores políticos más importantes del país, envuelto en serias denuncias de corrupción, que llevaron a su gobierno a una grave crisis política.

Para entender la razón de esta crisis política, es importante remontarnos a diciembre del año 2017, cuando los medios de comunicación daban a conocer que la empresa constructora brasileña Odebrecht, envuelta en un gran escándalo internacional de corrupción, había confirmado pagos a Westfield Capital, la empresa de Pedro Pablo Kuczynski. De inmediato el Congreso de la República presentaba un pedido de vacancia presidencial, pero al no conseguir los votos suficientes, éste no prosperó. En un intento de poner paños fríos, Kuczynski, indultaba a Alberto Fujimori.

El 2018 iniciaba con un “gabinete de la reconciliación”; el gobierno de Kuczynski intentaba una tregua a los ruidos de vacancia que no dejaban de escucharse, pero ésta duró mucho. Era febrero del 2018 cuando Jorge Barata, el representante de Odebrecht en el Perú, confirmaba que había entregado dinero para la campaña de Pedro Pablo Kuczynski en el 2011. Los días de crisis política se agudizaban, nuevos ruidos de vacancia en el Congreso, mientras el presidente de la República declaraba ante la comisión Lava Jato. En marzo del 2018 se presentaban audios y videos que descubrían supuestos ofrecimientos económicos y de otro tipo que ministros de Estado venían haciendo a congresistas con el objetivo de conseguir sus votos en contra del pedido de vacancia. La suerte del presidente Kuczynski estaba echada y con ella su renuncia al cargo.

El presente estudio consiste en una investigación cualitativa cuyo objetivo es analizar el tratamiento de la información del programa periodístico televisivo

Cuarto Poder emitido durante los primeros meses del año 2018 tiempo de la crisis política que terminó con la renuncia de Kuczynski.

El periodismo televisivo, en particular, aquel enfocado en la investigación, es una de las estrategias que permite el análisis de casos mediante la evidencia a través de pruebas, testimonios que corroboran lo dicho, documentos que avalan el discurso de cualquier personaje (Vera, 2016). De este modo, permite construir relatos que tienen un alto impacto por la carga de veracidad en su discurso.

El presidente Kuczynski había llegado al poder con una imagen construida para tal fin. La imagen del personaje político es considerada una estrategia de orden electoral pues existe una intencionalidad por quien dirige el proceso de elección por dar uso a este tipo determinado de estrategia. Pero, también involucra la habilidad capaz de lograr el ansiado objetivo: mostrar el proyecto político por medio de las cualidades de un candidato:

La personalización se ha convertido en una fórmula exitosa. Un tipo de mensaje eminentemente persuasivo, que simboliza en los atributos personales de un político su mensaje electoral, además de reforzar las nociones de poder, autoridad y liderazgo (Orejuela, 2009, p. 61)

En el Perú se ha hecho poca investigación respecto al medio televisivo y el tratamiento informativo de sus contenidos en época de crisis política.

## **Formulación del problema**

### **Problema General**

- ¿Cuál fue el tratamiento de la información periodística en el programa televisivo Cuarto Poder durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?

### **Problemas específicos**

- ¿Cómo se trabajó el contenido periodístico del programa televisivo Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?
- ¿Cómo se presenta el tiempo (espacio) del programa televisivo Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?
- ¿Cómo se presenta los criterios periodísticos del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

- Analizar el tratamiento de la información del programa periodístico dominical Cuarto Poder durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.

## **Objetivos específicos**

- Analizar el contenido periodístico (temática y enfoque) del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski
- Identificar el tiempo (espacio) del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones relacionadas a la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.
- Determinar los criterios periodísticos del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.

## **Importancia de la investigación**

Desde el punto de vista periodístico, esta investigación contribuirá a analizar el tratamiento de la información de los programas periodísticos televisivos dominicales durante una de las crisis políticas más importantes de los últimos tiempos en nuestro país.

Los programas periodísticos televisivos dominicales tienen un nivel de importancia elevado, pues gracias a ellos se informa a la población de las diversas posiciones políticas y se difunden las opiniones de los diversos actores sociales. Es primordial, puesto que mediante tal proceso de información se alienta o se atenta contra la credibilidad de los telespectadores.

Desde el punto de vista académico, esta investigación servirá para conocer y comprender el manejo de la información que uno de los programas periodísticos

televisivos más importantes de la televisión nacional; Cuarto Poder hizo durante una de las crisis políticas más graves en la historia del Perú.

### **Limitaciones y viabilidad de la investigación**

Se dispusieron de los materiales necesarios para el desarrollo de esta investigación. Se encontró diferentes documentos, libros y tesis que permitieron respaldar el tema. Para la ejecución de esta investigación, se contó con el tiempo necesario y el financiamiento adecuado para el desarrollo del estudio, así como el registro de los programas para su posterior observación.

Para el análisis de programas emitidos se recurrió al youtube, donde se pudo obtener algunas de las emisiones del programa, pero no todas; por lo que se tuvo que recurrir al área de archivo de América Televisión para solicitar la emisión de los programas, las pautas de los mismos y los reportajes.

### **Enfoque, tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra**

En esta investigación se ha utilizado la metodología de enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, y se desarrolló dentro del marco de un estudio de caso, bajo la técnica de la observación y juicio de expertos, y se ha usado como instrumento la ficha de registro.

La población correspondiente a esta investigación es finita pues la cantidad de unidades de análisis corresponde a once emisiones del programa periodístico televisivo Cuarto Poder, conformando así la población. Asimismo, la muestra quedó configurada por once emisiones del programa dominical televisivo Cuarto



Poder, comprendido entre Enero y Marzo del 2018, periodo que abarcó la crisis política que llevo a la renuncia a la Presidencia de la República del entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski.

### **Estructura de la tesis**

La investigación se estructuró de la siguiente manera:

En la introducción se ha realizado la descripción de la realidad problemática y luego del análisis sucinto se han formulado los problemas, los objetivos, se ha sustentado la importancia del estudio, las limitaciones y viabilidad para desarrollar la presente investigación. Así también se ha detallado el enfoque, tipo de diseño, métodos, la población y la muestra.

En el **primer capítulo**, correspondiente al Marco Teórico, se presentan los antecedentes de la investigación, se desarrollan las bases teóricas fundamentales que permiten el análisis de las variables de estudio y las definiciones conceptuales.

En el **segundo capítulo**, se ha detallado la metodología empleada para desarrollar la investigación, se presentan el diseño, el enfoque y el método de la investigación; así como la población, la muestra; así como las técnicas e instrumentos de recolección de información, así como los aspectos éticos del presente estudio.

En el **tercer capítulo**, se presenta la discusión de los resultados obtenidos en la investigación, de acuerdo con las bases teóricas planteadas, los antecedentes y los objetivos planteados.

Finalmente se presentan las **conclusiones** y **recomendaciones** a las que se llegaron al culminar el proceso de investigación de esta tesis.

## CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes de la investigación

#### 1.1.1 Antecedentes Internacionales

**Cantarero (2003)** en el estudio Periodismo televisivo El Salvador: Audiencias, formatos e implicaciones sociales, El Salvador. Tuvo por objetivo analizar el panorama que ofrece el periodismo televisivo de El Salvador desde el ecosistema comunicativo. Concluye que el periodismo televisivo en El Salvador es el medio de comunicación social preferido de la ciudadanía, por lo cual se convierte en el espacio que genera opinión pública sobre los temas del presente social actual. También, se reconoce que el medio televisivo se ha constituido en un espectáculo que entretiene y, consecuentemente, el que genera mayor confianza, como lo evidencian la mayoría de encuestas mediológicas. Por esta enorme posibilidad, la televisión es un espacio estratégico no sólo desde la perspectiva de los sectores sociales que presionan para aparecer en su espacio, sino porque socioculturalmente hablando se trata de un elemento esencial de la cultura de los salvadoreños.

**Villagomez (2003)** en la tesis Periodismo de investigación en la televisión ecuatoriana, Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador. Tuvo por objetivo analizar y confirmar si en la televisión ecuatoriana se realiza periodismo de investigación. Siguió una metodología descriptiva. Concluye que es mucho más complicado hacer periodismo de investigación televisiva, no solo por tener factores como el tiempo y la inmediatez en contra, sino porque en televisión es vital respaldar un reportaje o una nota con imagen, aun cuando se tiene

documentos probatorios, la imagen es esencial para complementar un trabajo investigativo televisivo.

### **1.1.2 Antecedentes Nacionales**

**Vera (2013)** en la tesis El periodismo de investigación frente a los hechos de corrupción en el Congreso. Caso Elsa Canchaya y Cecilia Anicama, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Tuvo por objetivo determinar el rol social que cumple el periodismo de investigación en el medio local. Siguió una metodología descriptiva mediante estudio de casos de reportajes, uno por “Cuarto Poder” y el otro por el diario “El Comercio”. Concluye que el periodismo de investigación en tanto periodismo interpreta y relata el mundo. Construye realidades sociales cargadas de contenido simbólico, pero al mismo tiempo es un ejercicio periodístico heurístico (descubrimiento), alético (des-ocultación) y fiscalizador (vigilancia y acusación).

**Cuentas (2003)** en la tesis “Programas periodísticos televisivos y su impacto en la democracia. Caso de los canales 2 y 4 durante el proceso electoral del 2000”, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Tuvo por objetivo describir la naturaleza del comportamiento informativo de los programas periodísticos emitidos en Frecuencia Latina y América Televisión durante el proceso electoral del 2000. Llegó a la conclusión que durante las elecciones presidenciales del 2000 no fue imparcial ni comprometido con el proceso democrático.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1. Teoría de la Agenda Setting**

Este estudio realizado por McCombs y Shaw en 1972 explica que la sociedad incluye o excluye de sus conocimientos temas de acuerdo a los medios de comunicación. Si el medio no publica una información la sociedad no la conoce, y por ende no habla de ella. Si el medio publica la información, la sociedad hablará de ella, opinará sobre ella y la entenderá de acuerdo a los detalles que el medio le brinde. Todo este proceso es más intenso cuando se trata de temas políticos.

Los medios de comunicación definen qué es noticia y lo que es importante que la comunidad conozca, se entere, sepa. Es decir, los medios de comunicación controlan la temática, la agenda noticiosa. El interés del medio está sobre todo en temas políticos, los priorizan y por ende para el público será la guía y luz. Todo lo que el medio de comunicación considere importante se difundirá y será de lo que hable el público durante días, semanas, meses.

Esta teoría de McCombs y Shaw determina que al “marcar la agenda” el medio consigue su objetivo de definir corrientes de opinión a favor o en contra del acontecer político. Afianza actitudes del público sobre ciertos temas, escogidos y clasificados con diferentes criterios. No solo el rating mueve los contenidos de un programa, diversos intereses como el político, comercial, editorial.

En la práctica y bajo la consigna de esta teoría, un programa periodístico dominical como Cuarto Poder en el tratamiento de la información marca la pauta noticiosa de la semana con sus contenidos políticos. Los diarios de principal circulación nacional no cierran su edición de lunes sin conocer que tiene el programa como revelación política, pues puede incluso ser portada de la mañana siguiente.

La audiencia espera estos programas periodísticos para entender el acontecer noticioso de la semana, o encontrar una revelación sobre lo que ya se ha visto y escuchado en los medios. El programa dominical tiene ese objetivo en el tratamiento de la información, la consigna es mostrar un lado novedoso de la noticia, profundizándola, analizándola. Presentar revelaciones que tengan relación con el tema político de la semana. Cuando se eligen los temas del programa, no pueden faltar el o los temas políticos. El equipo de reporteros preparados para este tipo de temas se pone de inmediato a trabajar con sus fuentes, para conseguir nuevos datos, para conseguir destapes, para tener al personaje político de la semana en el set; en este espacio cobra importancia el presentador del programa, un líder de opinión que a pesar de presentar reportajes lo más cercanos a la tarea objetiva, desliza ciertos puntos de vista que van en sintonía con los del canal. El contenido de un programa dominical debe trabajarse con mucha dedicación, para que nada de lo que se publique haga perder la credibilidad del programa y por ende del medio a través del cual se difunde. Un buen reportaje político trae altos niveles de audiencia, por eso no es raro ver que estos contenidos están en el momento de más alta sintonía del programa dominical.

### **1.2.2 Teoría del Marco o Frame**

Esta teoría tiene sus orígenes en la psicología con Bateson, quien explica que las personas centran su atención de manera diferenciada en diversos aspectos de la realidad y no en otros. Posteriormente Erving Goffman (1972) relaciona estos aspectos con la Sociología, analiza las interacciones que se producen en la vida social, toda experiencia se puede observar desde varios encuadres que se

relacionan entre sí y se utilizan como modelos unos respecto de otros, produciéndose experiencias.

Es en 1978 que Gaye Tuchman relaciona estos conceptos con estudios en comunicación. Tuchman analiza el cómo la audiencia va formando su visión de la realidad en relación a la información que comunica el medio y estudia el enfoque de quienes elaboran estas informaciones. El encuadre que se le da en las noticias estará de acuerdo con las ideas que circulan en una sociedad y de la cual los medios de comunicación forman parte.

El encuadre o framing puede definirse entonces, como la selección de algunos aspectos de la realidad por parte del periodista que elabora los contenidos de un programa periodístico televisivo, con el objetivo de que el televidente comprenda lo que pasa.

El encuadre está presente en la mente del periodista que construye el contenido noticioso, pues selecciona algunos aspectos del suceso y los prioriza sobre otros. Es él quien define y evalúa la situación, señala sus causas, propone soluciones y de ésta manera configura un frame (encuadre noticioso)

En un programa periodístico televisivo como Cuarto Poder, los periodistas cuentan historias (elaboran reportajes), muchas veces limitados por el tiempo y espacio; condicionantes propios del medio televisivo. Estos contenidos deben ser además accesibles a un público masivo y heterogéneo (características de la televisión)

En la elaboración de los contenidos periodísticos televisivos, los periodistas simplifican la realidad, la hacen atractiva para la audiencia. Seleccionan las

palabras y las imágenes que utilizarán, arman el contenido: seleccionan su encuadre.

El periodista televisivo usa todos sus recursos audiovisuales para armar en contenido noticioso. Empieza por enmarcar la realidad, decidiendo lo qué será y no será noticia.

Podemos decir entonces que los programas periodísticos televisivos son una construcción textual y visual; cuyo punto de partida es una determinada perspectiva, de un profesional de la información.

El contenido informativo puede presentar omisiones, pues no es posible abordar un asunto desde todos sus lados. En el tiempo que tiene el periodista de un programa periodístico como Cuarto Poder para armar el reportaje debe utilizar todas las fuentes posibles y explicar la razón de ser de todos los actores implicados directa e indirectamente en el asunto.

Es el ideal del periodista tener todas las aristas del problema en la elaboración del contenido: al que acusa y al acusado.

En la elaboración de un contenido noticioso los medios pueden acudir a la misma fuente, pero cada uno de ellos terminará por darle a la información un encuadre diferente: el titular que se elige para la nota, el orden que se le dan a los hechos, la forma de expresar las ideas, la intensidad de la locución en off, las imágenes que se escogen en la edición, la musicalización del contenido, entre otros criterios. Hablamos de encuadres o frames diferentes, a pesar de que los datos son iguales.



Bajo la teoría del frame debemos entender que se deciden los aspectos del hecho noticioso que se darán a conocer al público. Así se construyen las noticias, desde la interpretación de la realidad del periodista.

La ubicación del contenido informativo en la pauta, es otra manera de encuadre, la repetición de la nota en la programación informativa del canal también. Responde a estrategias empleadas por los medios para brindar mayor o menor énfasis a la realidad noticiosa.

Se considera al frame como una alternativa para que el televidente vea la información de una manera determinada, pero este proceso es totalmente desapercibido para él. No hay una orientación lógica, pero los encuadres noticiosos pueden orientar el pensamiento de la audiencia, formar sus propias opiniones y maneras de ver el mundo.

Los frames en los contenidos periodísticos televisivos se establecen mediante el uso de los recursos audiovisuales, la palabra, la imagen en movimiento, los sonidos ambientales, y todos los elementos visuales posibles.

En la audiencia, los frames son parámetros de interpretación de la realidad que pueden tener influencia en sus actitudes y comportamiento.

### **1.3 Tratamiento de la información**

Cuando hablamos de tratamiento de la información nos referimos a la manera particular en la que se manejan los contenidos periodísticos televisivos.

La noticia en sí misma como tarea de producción es definida por (Sosa, 2000, p. 114) como: “La construcción semiótica de la realidad mediante la cual se

transforma la factualidad objetiva en factualidad discursiva. La noticia no es lo que pasa, sino un artefacto semiótico que representa simbólicamente lo que pasa”. La noticia es la esencia de los contenidos periodísticos.

Para representarla en televisión se siguen ciertos lineamientos particulares producto del recurso visual que si o si necesita el periodista televisivo en la elaboración de sus contenidos. En un noticiero de emisión diaria, la noticia se cuenta como el hecho que acaba de suceder y que por ciertas características y particularidades del mismo amerita darse a conocer a la opinión pública de manera inmediata.

En un programa de reportajes, esta noticia se desarrolla, se profundiza, se analiza, se buscan todas las aristas involucradas, para contar lo que sucedió, muchas veces los motivos o causas que llevaron a que suceda, y sobre todo sus consecuencias.

Por su parte, Morales (2014) destaca que las noticias son un objeto representativo: “propone un paradigma propio que asume que las noticias no son otra cosa que una representación de la realidad realizada por el periodista, lo que va a implicar un determinado enfoque o encuadre (frame)” (p. 194) En el periodismo televisivo, el reportero selecciona lo que dirá, de acuerdo a los recursos audiovisuales con los que cuente.

En el objeto representativo prima la intención informativa:

La actividad se concentra en la producción de efectos de sentido más elevados a la simple estructura formal. Para conseguirlos, se trazan dos acciones: narrar y emocionar. La primera se restringe únicamente al rol estrictamente informativo del mensaje. Persigue transmitir los hechos de forma lineal, concatenada y producir un significado claro del suceso. La segunda pretende producir una connotación más expresiva del mensaje mediante la explotación de los mecanismos retóricos empleados previamente durante el rodaje o a posteriori, durante el montaje (ibídem). Una vez definido el objetivo de comunicación, se definen los procedimientos idóneos para organizar las sustancias informativas (p. 197)

La elaboración de los contenidos en un programa de reportajes como Cuarto Poder pasa por varias etapas, que como objetivo final tienen: explicar de manera más profunda los hechos, aprovechando todos los recursos visuales posibles para ese fin.

Como objeto representativo el discurso de los medios masivos de comunicación construye una realidad representada para alcanzarla al público. Al respecto, sostiene Rodrigo (2005) que “es una realidad compleja, diversa y cambiante; es una realidad social poliédrica de la que sólo damos cuenta de algunas de sus caras” (p. 47). Debemos entender entonces a la noticia como un producto involucra un proceso, que si bien comienza con el hecho noticioso, no por ello debe entenderse que tal hecho sea escasamente correspondiente a la construcción social de la realidad de la que es parte el sujeto.

En un programa periodístico como Cuarto Poder, la elaboración del contenido lleva más tiempo, eso permite que este hecho noticioso que se hizo público en el noticiero se profundice a través del reportaje. Cuando eso ocurre, el televidente puede entender más al detalle de lo que se trata e incluso sentirse parte de la historia.

Siguiendo el criterio de Rodrigo (2005) también, es importante resaltar que todo hecho es factible de convertirse en noticia, siendo necesario considerar las reglas que rigen tal selección de hechos, presentándose entre ellas: la frecuencia, la continuidad, la actualidad, la imprevisibilidad y la pertinencia.

Por ello, se puede decir que el periodista cuenta con insumos informativos que selecciona para que le faculten la construcción de un relato que se basará en algunas situaciones del suceso mientras desechará otras a favor del argumento. Por medio de la mencionada práctica discursiva “el sujeto enunciador transforma la facticidad objetiva en una estructura subjetiva de sentido” (Sosa, 2000, p. 108).

En un programa periodístico televisivo estos insumos informativos están sujetos al uso de la imagen para construirlos, lo que puede ser muchas veces poco objetivo.

Desde tales afirmaciones, se toma como métodos de conexión entre las imágenes la narración y la emoción que se busca al narrar.

La razón de ser del periodista televisivo es dar cuenta de lo nuevo, permanentemente. En su esencia profesional debe estar atento a todos los detalles, a los cambios importantes en el desarrollo de los hechos en el momento de la cobertura periodística; y no obviar nada que sea nuevo en el desarrollo del contenido periodístico que elabora. Díaz (2006) menciona que “la información periodística es la información de la actualidad” (p.19)

La misión del periodista es interpretar la realidad, porque necesita hacerla entendible para el público. Esa realidad para el periodista televisivo va de la mano de los recursos audiovisuales, una clara diferencia con periodistas de otros medios. El periodista de un programa de corte dominical como Cuarto Poder profundiza en los hechos, los investiga, los analiza y los convierte en contenidos atractivos para la audiencia. Muchas veces el periodista dominical se enfrenta a un abanico de información y debe ajustarla al espacio que se le brinda en el programa. Los contenidos de un programa dominical se rigen por el acontecer semanal y por temas propios, se puede profundizar en la nota política de la semana, pero también contarle al público sobre una historia humana.

Los sucesos van evolucionando, y ese es el principal recurso de un programa dominical, conforme pasan los días nuevos detalles se obtienen, el periodista no puede perderse de nada, porque necesita profundizar, explicar, ahondar en el suceso para que este sea entendido por la audiencia.

Para Coya (2014) el tratamiento de la información televisiva, “se basa principalmente en la revelación del presente” (p.30). El periodista intenta persuadir

a través de su discurso informativo, trata de comunicar y convencer al público de la veracidad de los contenidos.

Para un periodista televisivo, la información en televisión está sujeta a la imagen. Es labor del profesional en televisión hacer que el televidente logre comprender lo que se quiere informar. La naturaleza de la televisión obliga al periodista televisivo a usar los recursos audiovisuales que llamen más rápido la atención del televidente, para que logre entender a simple vista. Las imágenes son más importantes que el texto.

Esta tarea para el periodista televisivo es de gran responsabilidad, pues él es quien debe interpretar primero la realidad, entenderla, y hacerla simple para poder comunicarla y a partir de esta interpretación personal que hace construir el contenido para la audiencia. Como lo dice Díaz (2006) “palabra, imagen y sonido representan sensorialmente la realidad, creando en el espectador la ilusión de presencia y participación” (p.22)

La información en televisión no es entonces otra cosa que una actividad libre e igualitaria, libre porque el televidente puede acceder a ella cuando desee, e igualitaria porque el contenido está elaborado para todos, no importan los estratos sociales, todos miran lo mismo.

En un contenido periodístico de un programa dominical se tiene muy en cuenta este detalle, se debe profundizar en la investigación, dar al televidente nuevos datos del suceso, consignar a todas las partes involucradas, y que el contenido sea atractivo.

Si en el programa dominical lo que se hará es construir un tema nuevo, propio, este debe ser escogido cuidadosamente, y para su desarrollo se deben tener en cuenta todas las aristas. Se trata de contar la historia completa.

Si bien es cierto la televisión será siempre el principal medio de comunicación de masas, este se enfrenta a grandes retos, uno de ellos es la televisión digital, y a eso tienen que apuntar los contenidos. El desarrollo permanente de la tecnología no puede descuidar la razón de ser de la televisión, y por ende de sus contenidos: entretener, informar y formar.

En esta realidad el papel del periodista televisivo es vital, el crecimiento casi incalculable de la televisión digital lo enfrenta a, principalmente, reordenarse y modificar las formas de trabajar los contenidos, desde la grabación de la imagen hasta su transmisión.

### **1.3.1 Criterios de Selección de contenidos**

Los criterios de selección son procesos valorativos que el periodista tiene en cuenta sobre los hechos o sucesos para convertirlos en noticia.

Para Díaz (2006) a la hora de seleccionar entre el magma social qué acontecimientos se convertirán en mensajes periodísticos atendemos a los factores de actualidad, relevancia, interés y proximidad.

Definir que parte de la realidad local, nacional e internacional se convertirá en contenido periodístico es sin duda una tarea complicada para un periodista, más aún para un periodista televisivo, porque depende mucho de la imagen. Todo lo que el periodista televisivo defina como “importante” tendrá que tenerlo en

imagen, tanto en el momento de la elaboración del contenido periodístico, como en el armado de la pauta del programa.

Díaz (2006) clasifica los criterios de selección estos no serían otros que la novedad, relevancia e interés. Los tres se aplican en el momento de escoger el tema que desarrollará el dominical. Aunque su elaboración lleve más tiempo siempre los tres criterios son básicos para decidir.

### **Novedad**

Estremadoyro (2004) define a la novedad como “el suceso tiene que haber ocurrido por primera vez. O si vuelve a ocurrir debe mostrar facetas nuevas. De no ser así entonces perderá su valor noticioso” (p.28) En los contenidos periodísticos, la novedad es un criterio de selección básico. Desde que se decide la cobertura del hecho noticioso, hasta que se redacta el contenido.

Al armar la pauta del programa dominical, se tiene en cuenta las informaciones más novedosas, para incluirlas, o incluso para iniciar el programa con ellas. En todo hecho noticioso evolutivo, que con el paso de los días tiene nuevas facetas, no es valiosa una información repetitiva.

Si el insumo que tenemos para nuestro dominical es propio, un destape trabajado íntegramente por el programa, con consecuencias políticas, sociales, económicas será colocado en un lugar estratégico de la pauta del día.

En los contenidos periodísticos televisivos, la novedad debe ser también visual, el dato nuevo que se incluirá debe estar registrado en imágenes. La falta de ese



recurso visual, puede limitar el contenido, todo lo que diga reportero en su texto será contrastado con la imagen.

Si a la novedad le agregamos lo insólito, convierte a la información en más valiosa. Es importante entender lo insólito como curioso. Para Díaz (2006) “insólitas son aquellas novedades que previamente resultan inconcebibles, de acuerdo con nuestras ideas preconcebidas de la naturaleza y de la sociedad. Es insólito que un niño muerda a un perro”. (p.52) Mientras más novedosa sea la información, más despertará la atención de la audiencia.

## **Relevancia**

Para comprender la relevancia de la información, el profesional debe hacer casi un análisis de sus consecuencias. ¿A cuanta gente le afecta? Los acontecimientos relevantes pueden también afectar a las instituciones, y aquí nos preguntaremos ¿Cómo las afecta? Para Estremadoyro (2004) “aquí hay que hacer una reflexión entre importancia e interés, porque a veces se confunden. No todo lo importante es interesante” (p.29) ¿La información va a modificar conductas individuales? ¿Va a mejorar o a empeorar estilos de vida?

Según Díaz (2006) no habrá noticia de más trascendencia que la primera clonación humana, pero entre tanto los resultados de unas elecciones generales, van a seguir marcando nuestras vidas. Se trata de criterios que rigen de manera casi de manera innata lo que es relevante para el televidente.

Cuando se analiza si lo que informaremos es relevante se despiertan sin duda intercambios de opiniones entre los profesionales que participan de este proceso. Analizar las consecuencias de un hecho puede ser un parámetro, pero muchas

veces las consecuencias de estos contenidos periodísticos relevantes excedieron lo inicialmente imaginado.

Un contenido periodístico relevante, puede causar grandes crisis políticas. Para Díaz (2006) “el periodismo ha estado desde sus orígenes volcado en la política y hasta cierto punto cualquier hecho político parece beneficiarse de una presunción de trascendencia.” (p.53)

### **Interés**

Mientras el contenido periodístico más afecte la vida del televidente, más interés despertará en él. Puede afectar su vida cotidiana, y esta afectación será directa. Puede afectar sus emociones, su ideología y esta afectación será indirecta. Pero al sentirse parte importante de las consecuencias más se interesará en la información que se le brinde.

Para Díaz (2006) “lo natural es que lo importante interese. Por tanto, el primer criterio para determinar el interés es la propia relevancia”. Si no es importante, entonces no interesa (p.54)

El interés va de la mano con un elemento esencial, el humano. El hombre por naturaleza es un ser social, provocado por varios estímulos externos que recibe de los medios de comunicación, y que despierten en él compasión, solidaridad, envidia, atracción. La televisión se convierte en el lente humano, que hace uso del recurso visual para despertar el interés, necesita de un mensaje atractivo, donde la imagen juega el papel principal. Pero cuidado, abusar de ello puede crear una realidad falsa para el televidente, y entonces empieza a perder interés.

Estremadoyro (2004) define así el interés: “un accidente en Lima interesará más a los peruanos que uno similar ocurrido en Quito. No así a los ecuatorianos.” (p.29) Mientras más cercano sea lo que ocurre para el televidente, más le va a interesar.

La cercanía puede ser física, por cultura, por afectación patria. Si lo que ocurre está geográficamente ubicado cerca al televidente, despertará su interés. Si el hecho se relaciona con un tema cultural, relacionado con su identidad, su interés será mayor, y más atento estará a la información.

Cuando la información que vamos a dar a conocer, se relaciona con un número significativo de personas, o cuando el personaje involucrado es importante para el país, entonces define su magnitud. Mientras tenga mayores dimensiones, más va a interesarle al televidente. El periodista televisivo se enfrenta a un gran reto, el conseguir la imagen que le permita contar al televidente la magnitud del hecho. Porque el televidente tiene que verlo, para entenderlo, para que le afecte, para que le interese.

Al respecto Díaz (2006) afirma: “los responsables editoriales aprecian de una manera conjunta (y generalmente de modo casi instintivo) la combinación de factores presentes en cada acontecimiento” (p.56). Un reto sin duda para el periodista televisivo, juntar la relevancia, con la novedad y el interés, y todo esto con la imagen. ¿Cómo hacerlo?

Cuando los integrantes de un programa dominical periodístico se reúnen para planificar contenidos, todos se debaten entre estos tres criterios. Para que un reportaje funcione el tema a tratar debe ser novedoso, relevante e interesante.

Y cuando ya el reportaje está listo, se necesita darle un lugar en la pauta del programa, entonces se vuelve a analizar: ¿es tan novedoso, relevante e interesante como para abrir el programa, puede estar colocado en la hora punta de sintonía?

Así se definen los contenidos, se jerarquiza la información en base a criterios estrictamente periodísticos. Así se marca la agenda no solo con lo que se difunde al público sino con lo que se opina sobre lo que ocurre. El medio va diciendo que es lo que el televidente ve, más no lo que debe pensar respecto a lo que ve.

### **1.3.2 Modos de representación**

Es importante entender las características propias del medio televisivo para trabajar contenidos periodísticos. Los programas periodísticos televisivos usan los recursos audiovisuales de acuerdo a su naturaleza, con el objetivo de preparar contenidos que el televidente pueda comprender rápidamente. El recurso audiovisual impacta, atrapa y genera en el televidente tal interés que, acontecimientos que pasarían desapercibidos, cobran una importancia desmesurada. Con el uso de los recursos televisivos se puede construir una realidad a medida.

#### **1.3.2.1 Lenguaje audiovisual**

El lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo posee recursos que lo convierten en una forma específica de comunicación.

El televidente debe entender lo que se le dice sin ningún tipo de complicación y esto determina la estructura narrativa. Además de entender, debe quedar atraído por lo que ve y oye.

Para ello, la estructura narrativa en cualquier programa periodístico televisivo exige gran calidad en el proceso de enlazar con un orden y organización informativa, a través de la edición la imagen y su sonido ambiental. Para ello hay que añadir la expresión oral, que brinda detalles: datos, conceptos y argumentos.

Para Coya (2014) “el texto debe estar formulado, como ya se ha afirmado, para que sea más cercano al televidente, es decir, como si nos estuviéramos dirigiendo a él. Lo cual permite que cualquier persona se sienta directamente aludida y facilite su comprensión” (p.40) en televisión se evita el uso de términos técnicos, pues lo que se busca es que el televidente comprenda lo que se le quiere decir de manera fácil y sin complicaciones.

El contenido informativo debe ser entonces coherente. Por ello es importante evitar elementos ambiguos, diversificados o contradictorios.

Esta coherencia debe estar presente durante todo el desarrollo del programa periodístico, en un todo, desde los titulares, avances, pases a comerciales.

Criterios que marca el productor o director del programa.

Sin embargo, el periodista que elabora el contenido pone su estilo con su manera de expresar las cosas y despertar la atención del televidente; sin salirse de la línea editorial del programa.

## **La imagen**

La imagen tiene su propia razón de ser en el lenguaje televisivo, lo mismo que es a la radio el sonido, lo es la imagen al contenido audiovisual.

El televidente participa del contenido informativo, se siente identificado con lo que ve y escucha. La imagen, sonido y movimiento captan la atención y el interés con mucha más intensidad.

A diferencia del periodista de prensa y radio; para el periodista de televisión la palabra no lo es todo para decir el mensaje, si no hay imagen no hay información. Esto obliga al periodista televisivo a trabajar en un relato más sintético y elaborado que se relaciona a la imagen.

La imagen puede ser: testimonios, imágenes actuales, de archivo, stands ups, imágenes virtuales, todas estas conforman el lenguaje periodístico audiovisual, a todo ello se suma la palabra.

Cuando hablamos de imágenes actuales nos referimos al elemento esencial del lenguaje periodístico audiovisual, estas mostrarán la imagen específica, la que refleja el acontecimiento tal cual ocurre; fue captada mientras ocurría. Para Diaz (2006) “todo relato debe organizarse en función de la imagen de actualidad” (p.180)

Muchas veces el criterio de inmediatez que manejan los programas periodísticos televisivos lleva al productor del programa que se encuentra al aire a prescindir de la imagen, a través de contenidos emitidos por los conductores del programa directamente. En otros casos el despacho en vivo, la conexión con el reportero desde el lugar de los hechos puede reemplazar la imagen actual. Todos estos son casos excepcionales.

La imagen de archivo, otro recurso del periodismo audiovisual, es complementaria a la imagen de la realidad, es una imagen no actual; esta puede ser específica, es decir se relaciona directamente con el hecho que se informa, algo parecido que

sucedió antes. O puede ser genérica, que solo nos sirve para analizar la realidad. Si usamos imágenes de archivo es importante consignarlo en el reportaje o nota periodística.

Cuando realizamos un reportaje, podemos necesitar producir la imagen, no se necesita siempre la imagen del hecho real. El objetivo es conseguir todos los recursos visuales para complementar el texto sin usar imágenes de archivo.

Al elaborar un reportaje, contamos con más tiempo para profundizar detalles, se aprovecha más el recurso visual, los ruidos y silencios propios de la imagen.

A respecto Coya (2014) afirma:

Para emplear de manera apropiada este lenguaje audiovisual, el periodista se vale principalmente de una cámara y de otros instrumentos tecnológicos, con el fin de poder transmitir sus informaciones, ideas o sensaciones, ajustándolos a la capacidad del hombre para percibirlos y comprenderlos. (p.74)

Otro recurso audiovisual importante para contenidos periodísticos televisivos es la imagen virtual o recreada. Para Díaz (2006) “la imagen virtual trasciende la realidad mediante la recreación y la abstracción” (p.182) Esta imagen nos esboza detalles que la imagen actual y la de archivo no puede mostrarnos.

La recreación, nos muestra una ilusión de la realidad, la que generalmente no ha sido captada por el lente de una cámara. Esta imagen se reconstruye mediante animaciones, o grabaciones con la misma cámara que simulan lo sucedido a través de tomas “sugeridas”. Por ejemplo, si en un reportaje queremos contar como sucedió el crimen, podemos animar la escena en algún programa de computadora o recrear la escena grabando imágenes subjetivas, detalles de manos, pies, cuerpos, acciones.

Esta recreación puede ser también abstracta, a través del uso de mapas, tablas, diagramas. Las infografías sirven mucho en estos casos. Suplen la imagen real y la de archivo para mostrar ideas abstractas.

El periodista de televisión apunta a que el televidente recree la realidad a partir de la imagen, y sonido; ambos recursos indispensables, para conseguir sus objetivos cada imagen será cuidadosamente escogida. El televidente necesita entender fácilmente lo que se le quiere decir.

El desempeño del periodista televisivo está sujeto permanentemente a estos recursos, y del funcionamiento de los equipos para conseguirlos.

El equipo principales la cámara. Coya (2014) la define como “un dispositivo que recibe imágenes para transformarlas en señales eléctricas. Este dispositivo es el principal instrumento técnico que permite el trabajo en un canal de televisión”. (p.75) y debe ser operado por un profesional.

El conocimiento del profesional de la cámara debe ser tanto técnico como periodístico. El camarógrafo es también un periodista y el recurso que proporciona es indispensable para el contenido que se prepara.

Los elementos más importantes para captar las imágenes son la composición, el encuadre y el ángulo. Cuando se compone una imagen se cuida el espacio que ocupa el objeto, en la toma, este debe estar ubicado de manera proporcional tanto en ancho como en alto.

Tras la grabación es necesario construir secuencias visuales, que no es otra cosa que el conjunto de imágenes que cuentan una historia.



El profesional de la cámara sabe de encuadres, planos, ángulos, movimientos, composición visual. Elabora cada toma con un objetivo claro, para que entre en armonía con el contenido periodístico. La imagen es sin duda esencial y su sonido propio le da sentido de realidad.

Una imagen registrada por una cámara puede tener dos tipos de movimiento: el movimiento interno (cuando se mueven los personajes u objetos que están dentro del cuadro) y el movimiento externo (cuando lo que se mueve es la cámara). En este segundo caso existen diversas alternativas para mover la cámara en relación al objeto que se filma, y cada movimiento logra un efecto distinto en cuanto a la información y la carga dramática que se transmite al espectador, ya que la forma de mostrar el espacio o de mostrar la relación de los personajes con el espacio al mover la cámara genera en el espectador distintas interpretaciones y sensaciones.

(Heras, 2011, pp. 4-5).

Desde tal concepción, Cuentas (2003) presume que:

La imagen reúne el escenario con los personales, los testimonios y hasta las consecuencias. La cámara es testigo y lleva la escena hasta la audiencia, que puede escuchar de labios del actor social el relato o la propuesta. Cuando se trata de movimientos de gente, la cámara permite la presencia –virtual- en el lugar. A través de la cámara se establece también un símil de relación de conversación con la audiencia donde la mirada del presentador de las noticias es fundamental, y se liga al uso del “usted” como forma pronominal exclusiva que caracteriza a

casi todas las formas discursivas que presentan las noticias, y que personaliza a la audiencia. (p. 33)

En un programa como Cuarto Poder, la elaboración de sus contenidos es mucho más rigurosa. Se carece de la necesidad de inmediatez, por lo que el trabajo del periodista es más riguroso y pone especial esmero en la forma de obtener la imagen. La elaboración de la imagen debe ser en gran calidad.

El realizador audiovisual de un programa periodístico como Cuarto Poder, conoce también de criterios de iluminación con el objetivo de crear ambientes y definir espacios. Si la luz se sitúa de frente al personaje se intentará crear una toma plana e inexpresiva, si se coloca de manera lateral se intenta acentuar la expresividad del personaje. La intensidad de la luz también es importante: si se usa luz alta producirá la idea de un drama y si se usa baja se producirá un efecto de misterio.

Todo lo que se graba será sometido luego al proceso de edición con el objetivo de ordenar el material y de relatar la historia de manera audiovisual.

## **El sonido**

Entendamos como sonido a las voces o sonido fónico, a los ruidos o sonido analógico y a los efectos sonoros o sonido musical.

Para Gordillo (2009)

El sonido – además de aportar información de carácter semántico gracias, sobre todo. A los discursos lingüísticos de los personajes- posee otras funciones tan esenciales como la organización de espacios dramáticos, la dirección de la

mirada del espectador, la creación de expectativas, la anticipación de situaciones, la plasmación de un determinado ambiente, la aportación de matices a las imágenes, la contribución en la continuidad o el añadido de información sobre los objetos, entre otras (p.39)

La imagen es imagen y sonido. “Si las imágenes hablan por sí mismas, cállate, deja que su sonido transmita toda su expresividad, de modo que el espectador pueda empaparse, tener la ilusión de ser testigo directo” (Díaz, 2006, p. 194) El sonido ambiente es el que acompaña el sonido natural, pues este ha sido captado simultáneamente con las imágenes. La unión de la imagen y el sonido es la muestra más certera de la realidad.

El sonido ambiente puede asumir en muchas ocasiones un protagonismo propio, sin texto. Un llanto, un grito, los gritos de una manifestación, son periodísticamente invaluable, recursos que por sí solo dicen más que palabras y que por tal motivo atraen mucho la atención del televidente.

Cuando se elabora un reportaje, y se revisa el material, estos sonidos ambientales son considerados; para darle mayor realismo al tema.

Los camarógrafos de los programas dominicales, no solo están atentos a lo que sucede para con seguir un registro visual del momento real, también tiene una participación creativa en la elaboración de las imágenes; para ellos debe conocer al detalle el tema y mantener una coordinación estrecha con el reportero. Están atentos al sonido natural y lo registran.

Para Coya (2014) la articulación del lenguaje es el elemento crucial de cualquier relato televisivo y, determinante para el éxito o fracaso en el momento de transmitir un hecho.

## **La edición**

El periodista televisivo está obligado a seguir una estructura cuando arma su contenido. Esta no tiene que ser necesariamente cronológica. Una imagen impactante puede repetirse varias veces, con el objetivo de lograr el entendimiento del televidente, pero también de llamar su atención, detalles que se ven durante la edición.

La edición juega un papel importante también, si la cámara brinda el recurso, en la edición se le da el sentido. Editar no es otra cosa que dar un orden a las imágenes, para armar un contenido.

Desde lo planteado por Coya (2014) editar es suprimir aquellas imágenes malas o que no sirven para darle al reportaje sentido y ritmo. El objetivo de la edición es lograr coherencia narrativa.

La edición crea la realidad a través de la continuidad de las imágenes, con este proceso se busca que el televidente comprenda lo que se le informa. No es un proceso sencillo; puede resultar una tarea ardua cuando no se cuenta con un recurso visual óptimo.

La edición periodística televisiva planifica, selecciona, jerarquiza las imágenes con el objetivo de darle un ritmo a la narrativa para impactar y mantener la atención de los actores sociales, una etapa muy compleja puesto tiene que articular el texto, la imagen y el sonido.

En esta última fase de la cadena informativa se eligen los planos, la duración de los mismos, la musicalización y el tipo de transiciones de ser necesario para contar la historia con imágenes. La representación icónica de la realidad implica

selección y percepción que ejecuta el emisor para retratar y abstraer la realidad que desea mostrar.

Una buena edición nace del pautado del material. En un programa como Cuarto Poder, este proceso puede llevar varias horas, o incluso días, el periodista revisa de manera exhaustiva las imágenes con las que cuenta para luego redactar su texto. Una vez que tenemos el texto grabado empezamos a trabajar la edición.

Con el proceso de edición se construye definitivamente el relato audiovisual, pues se cortan, pegan, seleccionan y ordenan las imágenes y sonidos. En los programas periodísticos del corte de Cuarto Poder este proceso se realiza de manera digital o no lineal.

Este sistema de edición no lineal permite tratar los planos de manera aleatoria y que sean reordenados a criterio del editor, en coordinación con el reportero.

Este es un sistema informático integrado que permite editar, las imágenes se van ordenando se crea una secuencia de imágenes de acuerdo al texto del reportero, todas estas en el orden elegido con detalles de las transiciones. Se ingresa el material en el sistema y el editor va seleccionando las tomas que necesita señalando el punto de inicio y final de cada una de ellas. A este proceso se le conoce como la captura y los subdivide en clips cada uno con distinta duración.

En la última fase de la edición, conocida como la postproducción se incorpora la música. Se van mezclando los audios (locución, sonido ambiental y efectos) este es el tratamiento definitivo de las imágenes y sonidos. Se introducen efectos visuales y sonoros, se pueden incorporar gráficos, mapas, animaciones.

### **1.3.2.2 El testimonio**

El testimonio y la imagen real son la manifestación por excelencia de la realidad. En el periodismo televisivo, el testimonio es uno de los recursos audiovisuales más valorados para el contenido de una nota periodística, y más aún para un reportaje. Es el relato frente a la cámara de los protagonistas, testigos, y expertos relacionados al hecho.

Según Diaz (2006) “los testimonios siempre dan dinamismo, viveza y credibilidad a la información. Pueden tener una función narrativa, explicativa y valorativa” (p.185) Su presentación dentro de la estructura de la nota periodística o del reportaje será a través de los “bites”, todos cuidadosamente elegidos por el reportero que arma el contenido periodístico.

En la elaboración de un reportaje, “abrir” su contenido con la elección de varios bites puede servir para llamar la atención del televidente. Todos estos deben estar escogidos luego de un proceso de pauteo. Si el testimonio que tenemos es una “exclusiva”, estos deben escogerse aún con más cuidado y sacarle todo el provecho que sea posible.

El testimonio dentro de un reportaje va colocándose de acuerdo a la redacción del mismo. Es preferible no comenzar ni terminar con un testimonio. Pero si es inevitable, entonces para iniciar el reportaje con un testimonio es importante que este verdaderamente nos plantee y ubique en la situación. Si lo vamos a usar para cerrar un reportaje, este debe ser concluyente, rotundo y cuidadosamente elegido.

En prensa los testimonios son ser escogidos y transcritos literalmente a lo que se dice; y colocado ente comillas. En radio, por el dinamismo propio del medio nos vemos forzados a editar muletillas y otros aspectos que generen tiempos muertos.

En televisión es muy difícil cortar tiempos muertos, necesitamos presentar una coherencia visual. Cada frase tiene una coherencia.

Si usamos testimonios en lengua extranjera estos deben ser traducidos, a través de la subtitulación, doblaje o traducción indirecta.

### **1.3.3 Intencionalidad informativa**

El tratamiento de la información televisiva está basado no sólo en el directo y en el tiempo real, sino también en el hecho de que imponen, como gran información, la información que tiene, esencialmente, su vertiente visible y permeable a la intencionalidad informativa del programa.

Complementa al respecto Gutiérrez (2010) cuando señala que “La selección y la jerarquización de la información son funciones que realiza el “guardabarreras” del medio con la finalidad de separar los acontecimientos noticiosos de los que no lo son. Esta selección es una operación” (p. 173).

Desde tal criterio, Fonte (2002) destaca también que es de considerar las diferencias entre los acontecimientos mismos y su correspondiente evaluación constituyendo base esencia de los géneros noticiosos y de opinión. Tal diferencia entre tales géneros es propia de la cultura periodística actual dada de igual forma

entre lectores y periodistas, mostrando atributos discursivos como su función y su estructura.

## **Ética**

Las diferencias sensibles en cuanto al tratamiento informativo entre los medios de comunicación dejan entrever que su sentido y posicionamiento frente a los hechos representados viene fuertemente influenciado por directrices editoriales, que imponen un determinado estilo y una orientación a favor o en contra del o los protagonistas del hecho representado, así como por una mayor preocupación por darle un tratamiento naturalista o espectacular (Morales, 2014, p. 192).

La televisión, igual que cualquier otro medio de comunicación puede adulterar la verdad; lo distinto es qué al hacer uso de la imagen, la consecuencia de ello puede ser mucho más peligrosa. Para Sartori (1997) No hay duda de que los noticiarios de la televisión ofrecen al espectador la sensación de que lo que ve es verdad, que los hechos vistos por él suceden tal y como él los ve. Y sin embargo no es así.

Y es que muchas veces las consecuencias de mostrar lo que se dice, son incalculables. Bourdieu asevera que “Al disponer de esa fuerza excepcional que es la imagen televisada, los periodistas pueden producir unos efectos que no tienen parangón.” (p.27) El impacto de los contenidos puede terminar en crisis de tipo social, política, económica.

Resulta necesario entonces un compromiso ético, no solo del reportero quien escribe el texto, sino de todos los profesionales que participan del proceso: camarógrafo, editor, post productor, director del programa.



Este es un compromiso moral que tiene el periodista primero consigo mismo y luego con su público. La ética y responsabilidad periodística debe estar inmersa en la imparcialidad y exactitud de los contenidos. La preferencia del público se expresa en la sintonía.

Para Bourdieu (1996) “Los peligros políticos inherentes a la utilización cotidiana de la televisión resultan de que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra” (p.27). El poder de la imagen es impredecible, puede mover masas, despertar pasiones, sentimientos intensos.

Para Sartori (1997) “La verdad es que para falsear un acontecimiento narrado por medio de imágenes son suficientes unas tijeras. Además, no es absolutamente cierto que la imagen hable por sí misma. Nos muestran a un hombre asesinado. ¿Quién lo ha matado? La imagen no lo dice, lo dice la voz de quien sostiene un micrófono en la mano”. (p.105)

Esa delgada línea de lo que debe decirse, y lo que se dice está permanentemente autorregulada por el periodista televisivo; su jefe inmediato y el superior. Todos amparados en los códigos de ética que rigen al medio.

“El 16 de julio del 2004, fue promulgada la Ley de Radio y Televisión cuyo objetivo principal era normar las prestaciones de los servicios de radiodifusión sonora y televisión abierta”. (Canales, 2009, p.54) Todas las disposiciones de este código tienen como principal razón de ser la autorregulación periodística. Es un llamado a la conciencia del profesional televisivo. Los canales de señal abierta tienen un código común, comparten las mismas normas con el fin de evitar diferencias.

El llamado a la conciencia del profesional quedó plasmado en el código de ética del 2004. “Una regla que consagra la protección de la conciencia de los periodistas frente a las decisiones y acciones de los medios que pudieran afectarla”. (Perla, 2013, p. 27) Nadie puede obligar a un periodista a “cumplir encargos”. Es obligación del periodista regirse bajo estos códigos.

El periodista de televisión debe ser plural y objetivo. Siempre incluir en su contenido informativo las dos partes del conflicto. Todo un reto, más aún cuando para hacerlo necesitamos de la imagen. Buscar que responda la persona aludida, que se deje grabar.

En el trabajo periodístico televisivo, esta situación es muchas veces limitante. Puede un contenido periodístico “caerse” porque no tenemos a la contraparte, o puede “no emitirse”, hasta que la parte aludida conteste.

El tiempo juega en contra para un periodista televisivo, pero ese no puede ser un factor para no considerar la respuesta del aludido. ¿Y si se busca, y no se encuentra?, esa búsqueda debe quedar consignada en un registro visual.

La pluralidad y objetividad consiste también en el respeto a la intimidad. El tratamiento visual del contenido periodístico televisivo debe ser respetuoso de ello. Muchas veces no existe límite en la gestión de imágenes, pero ese no puede ser motivo para colocar todo lo que se registra. Nuevamente es el autocontrol el que mueve al periodista de televisión.

Para Canales (2009) es importante incluir en sus reportes temas vinculados a todos los integrantes de la sociedad a la que pertenecen los medios. El contenido periodístico debe ser variado, el televidente debe saber lo que pasa a su alrededor, aunque no le afecte.

En este sentido, mucho tiene que ver el criterio del profesional en el momento de elegir el tema que “funciona”, la extensión en tiempo que se le da al tema y el espacio que ocupa en la pauta del programa.

Como ya hemos dicho, en televisión, el lenguaje no solo se caracteriza por el texto, sino también por la imagen, el sonido, la voz y otros elementos que lo convierten en un vehículo del pensamiento más complejo y que merece una mayor coordinación para transmitir un resultado: el mensaje audiovisual.

Éste se caracteriza por ser más coloquial y cercano a la audiencia. De ser abrumador en detalles, descripciones y números y cifras estaríamos asistiendo a una translación literal de la prensa al soporte audiovisual. Es una suerte el hecho de que el lenguaje audiovisual transmita el mensaje valiéndose de distintos niveles -texto, imagen, sonido y voz-, lo que le permite hacer una narración múltiple y rica en matices.

Muchas veces esos recursos audiovisuales definen contenidos, pues la noticia en televisión está supeditada a la imagen, el texto es un elemento complementario y su función es esclarecer lo que las imágenes muestran.

Diversos autores consideran que el contenido de la información es la noticia. En ese sentido, Martínez (1974) señala:

Es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión (p. 37).

Por eso es importante que el periodista televisivo tenga ciertos principios formadores, que le permitan manejarse mejor a la hora de elaborar los contenidos:

## **Responsabilidad**

Ramírez (2012) señala que “la responsabilidad de los medios a directamente relacionada con la información y las opiniones emitidas en los medios” (p. 99). En tal sentido que los medios de comunicación pueden afectar con sus contenidos en el público o la ciudadanía, ostentando un poder en la formación de la opinión pública.

Gutiérrez (2010) afirma que la responsabilidad recaería en la interpretación que el investigador pudiera dar a la información:

Los discursos casi siempre se producen y se reciben en el seno de una o más instituciones sociales que determinan tanto el contenido como la forma del mensaje, además de la recepción del mismo. También el medio técnico de transmisión influye de manera importante tanto en la producción como en la recepción: piénsese en la comunicación cara a cara en comparación con la televisiva. Así, relacionando el discurso con el contexto de emisión y de recepción, el investigador puede llegar a una interpretación más profunda de algunos fenómenos políticos y sociales (p 176).

Asimismo, afirma Wolton (1992) que existe una doble dimensión en la información en la que incurre la responsabilidad del periodista:

(...) la información no es un dato en bruto, sino el resultado de la intervención de un individuo que, en el caos de los acontecimientos, de los hechos, decide seleccionar uno o varios y hacer de ello una información. En la palabra información está evidentemente la noción de forma y formación de la realidad. Al “informar”, el periodista contribuye a construir la “forma” y la representación de la realidad, y así es como asume su responsabilidad profesional. La información nunca es la réplica de lo real, sino una interpretación, una elección (pp. 77-78).

Para considerar su responsabilidad, es requerimiento contar con tres tipos de análisis abordados por Gutiérrez (2010):

i. El análisis sociohistórico	Las producciones discursivas son producidas y recibidas por individuos situados en circunstancias sociohistóricas específicas. Estas circunstancias pueden estar caracterizadas por disposiciones institucionales de diversos tipos y por relaciones de poder y dominación. Este nivel es esencial porque las formas simbólicas no subsisten en el vacío: son fenómenos sociales contextualizados, se producen, ponen en circulación y se reciben en condiciones sociales específicas que se pueden reconstruir con la ayuda de métodos empíricos, documentales y de observación.
ii. El análisis discursivo	Este nivel contempla la dimensión específica del discurso. Esta fase es esencial porque las formas simbólicas son

	<p>construcciones y fenómenos sociales contextualizados que, en virtud de sus rasgos estructurales, pueden presentar, significar y decir algo acerca de algo.</p>
<p>iii. La interpretación</p>	<p>Por muy rigurosos que sean los métodos para el análisis del discurso, éstos no pueden suprimir la necesidad de una construcción creativa de la significación, es decir, una explicación interpretativa de lo que es dicho. Al explicar lo que se representa o lo que se dice, el proceso de interpretación trasciende el carácter cerrado del discurso en tanto construcción con una estructura articulada. El discurso dice algo sobre algo, afirma y representa, y es este carácter trascendente lo que debe ser captado por la interpretación.</p>

### **Veracidad**

Ramírez (2012) destaca entre los valores en el ejercicio de la responsabilidad de los medios de comunicación: “la libre opinión, la veracidad respeto a los derechos humanos, independencia, y otros valores asociados a la ética” (p. 103).

Aunque la menciona en segundo lugar, la veracidad es el eje de los demás valores, por lo que Ramírez vuelve a destacarla desde el análisis de contenido informativo, a modo de indicadores de responsabilidad: variedad de noticias, búsqueda de la veracidad, manejo de temas de interés ciudadano, diferenciación entre información y opinión, participación del público, buen manejo de la

publicidad. Concluye finalmente que la labor periodística de los medios de comunicación debe fundamentarse en la veracidad, sin la cual no se evidencia la responsabilidad social para con su audiencia.

Suárez (2014) destaca una asociación entre los términos veracidad e información:

Veracidad e información son dos caras de una misma moneda, pues los hechos, si no son ciertos, adolecen de la característica principal que los convierten en noticiosos. Sin embargo y cada vez con más frecuencia, el periodismo obedece a la máxima de que la verdad no impide una buena noticia, entendiéndose por estas extensiones informativas o especulaciones que obedecen a las exigencias del infoespectáculo. Se otorga así prioridad a su función de entretener sobre la informar (p. 1).

De acuerdo con el Código de la Federación de las Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) aborda la veracidad informativa en su artículo 13:

(...) el compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conoce su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado". Con este propósito, se señala una serie de medidas conducente a asegurar la verdad informativa, tales como contrastar las fuentes, dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos, corregir los errores cometidos con la mayor rapidez y en las mismas características tipográfica que la noticia que la causó, garantizar el derecho de réplica, etc.

A estos criterios de los apartados correspondientes al artículo 13 se añade también en el artículo 17, dada su importancia, que “el periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y los que pueden ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral (p. 2).

Suárez (2014) ubica al periodista en este sentido desde la atención que coloca a los aspectos informativos que ha de resaltar:

Por tanto, si el periodista o el medio disponen de libertad para fijar su atención sobre ciertos episodios de la realidad, su posterior análisis de estos hechos como noticia ya no es un asunto discrecional, sino que ha de estar sujeto a criterios de diligencia profesional que aseguren el derecho de los ciudadanos a una información veraz y de interés público. Ambas notas exigen, por consiguiente, excluir elementos informativos espurios como pueden ser las circunstancias que se adentran en la vida privada de las personas o que especulan con hechos no probados, con el objetivo de exigir una conducta profesional destinada a garantizar la información como un servicio público, en el que prima los derechos del público sobre los criterios subjetivos del periodista. (Suárez, 2014, p. 2-3).

Se basa en “las características del contexto sociocultural que proporciona los valores, referentes y representaciones, entre otros, que hacen posible el



intercambio y la negociación que dará como fruto la imagen” (Hernández, 2006, p. 637).

#### **1.4 Programas Periodísticos Televisivos**

Para Rivera (2003), periodismo “es un fenómeno `cultural´ por sus orígenes, objetivos y procedimientos” (p. 19)

El periodismo debe entenderse como vocación y, al mismo tiempo, como compromiso, para proteger y alimentar valores específicos para bienestar de la sociedad como son la justicia, la libertad y la verdad, encaminados al correcto ejercicio en su realización, con base en lo teológico, disponiendo de libertad para la investigación y para que su difusión sea implícita en los medios masivos y así trascender (Gronemeyer, 2006).

Pero, cuando se habla de nuevo periodismo, se tiene entonces que se cuenta con nuevos recursos para transmitir los hechos informativos para interés de la sociedad, presentando una nueva realidad capaz de aportar recursos comunicativos con características de contenido. Así, tienen el objetivo de informar a los grupos pequeños interesados en adquirir conocimientos y mostrarse a los demás, por lo que el recurso tecnológico hace posible esta conexión. Se produce así una mezcla de imágenes con alto valor y credibilidad en lo que se dice (García, 2008).

Sobre televisión, es importante considerar también su conceptualización más actual:

En el siglo XX la televisión se constituyó en una de las grandes revoluciones en la forma de comunicar, una revolución en los métodos de informar y en los modelos de producción y difusión que ha pervivido con más fuerza tras la irrupción de internet y las redes sociales. Pensar en información y entretenimiento en la sociedad actual en la que el homo videns y el homo digitalis han desbancado por completo a sus antecesores, es hablar de la televisión como un elemento central, democratizador, universal y familiar (Caldera y Arranz, 2013, p. 13).

La televisión es entendida como un servicio público esencial de los ciudadanos que debe estar enmarcada dentro de los valores democráticos en un estado de derecho. Por ello, sus programaciones no pueden ampararse en la libertad de expresión, difundir mensajes atentatorios contra los derechos fundamentales y la propia Constitución. La autoría de este trabajo defiende la necesidad de conjugar los contenidos televisivos con el derecho a la información y la formación de los ciudadanos (Pinedo, 2006, p. 3).

Según Hanitzsch (2007) la construcción teórica de una cultura periodística es sumamente compleja. Contempla su análisis a partir de la representación de las distintas manifestaciones profesionales en todas sus facetas imaginables a través de la creación de unas dimensiones de análisis. Este autor establece tres bloques de análisis: papeles institucionales, epistemología e ideología ética.

León, Azevedo, Baquero, Francés y Salcedo (2010) señalan que se puede considerar, por tanto, que la televisión plantea más que llegar a las razones, apela

a las emociones y sentimientos que pueden ser generados en la audiencia, con la aplicación o emisión de contenidos breves y ligeros, con profundidad escasa pero otorgándolo de forma divertida.

Mientras, señala Cuentas (2003) que los programas periodísticos televisivos incluyen la definición de su perfil televisivo, la oferta propuesta para brindar información y el discurso emitido en los programas periodísticos.

#### **1.4.1 Géneros periodísticos televisivos**

Para Gordillo (2009) “el género responde a las categorías taxonómicas que permiten clasificar discursos a partir de semejanzas y diferencias textuales que atañen a varios elementos del proceso comunicativo” (p.108) el género va a permitir clasificar los diversos discursos televisivos.

La elaboración de contenidos televisivos sigue procedimientos, con ellos se organiza el mensaje narrativo; podemos entender entonces el concepto de género como una estrategia de comunicación donde emisor, receptor y mensaje se ven afectados.

De esta manera, se cuenta con géneros periodísticos que hacen posible establecer atributos discursivos en la función y estructura, es decir, tales géneros pueden clasificarse en informativos, interpretativos y también híbridos (Martínez, 1988) y también según la forma que asume el mensaje del discurso, pueden ser: informativos y opinativos (González, 2005) y de acuerdo con el texto: Información (noticia y reportaje objetivo), interpretación (crónica y reportaje en profundidad) y opinión (artículo (editorial, suelto, columna, crítica) (Santamaría, 1990).

Los géneros forman parte de la programación televisiva; y esta se define por los índices de audiencia, la misma que debe garantizar una rentabilidad económica. La consolidación de un género es sinónimo de éxito.

Los entendidos en el manejo de contenidos de un canal de televisión están permanentemente evaluando que funciona y que no. Cuando funciona se refuerza, cuando no se crearán nuevas fórmulas para recuperar a la audiencia.

Materia de nuestro estudio, son los géneros periodísticos y para ello es necesario categorizar los contenidos en géneros periodísticos a los cuales Martínez Albertos (1992) define como:

(...) las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos (p.264).

Los géneros periodísticos televisivos son formas de comunicación que nos permiten ir construyendo la realidad y ordenándola de menor a mayor complejidad.

A la hora de clasificar a los géneros periodísticos televisivos, Díaz (2006) es más específico y los divide en grupos: informativos, interpretativos, y de opinión.

Al respecto Díaz (2006) afirma que “la información periodística audiovisual se presenta en formas típicas, que, por influencia del periodismo escrito (y más lejanamente de la literatura) llamamos géneros. Cada género tiene su función y reglas peculiares” (p.219). Cada uno con un estilo propio para relacionar la imagen, palabra y sonido. El televidente tiene el derecho a saber cuándo está

frente a hechos objetivos, o cuando se emiten interpretaciones personales frente a estos.

Es así que surgen los formatos, Gordillo (2009) los define como “la creación de una idea compleja en todos sus componentes. A partir de la configuración y organización de los contenidos de un programa” (p.108) Los formatos son entonces estrategias de composición, materializan los componentes del género, son la idea de un programa que va mezclando elementos: temática, dinámica, conducción, entre otros.

Para Gordillo (2009) “se puede definir la unidad de programa como una emisión televisiva con carácter periódico, cuyas distintas entregas se agrupan bajo un título y cabecera comunes, donde ofrecen determinados contenidos” (p.109) el programa tiene su propia identidad (nombre, escenografía, horario, conductores, etc.)

Para efectos de esta investigación profundizaremos en los conceptos relacionados al género informativo, y especial a los programas de reportajes.

#### **1.4.1.1 Género informativo**

Están permanentemente relacionados con la realidad y están destinados a transmitir información, sin emitir juicios de valor. Se separan bien los hechos de las opiniones. El relato es en tercera persona, con un tono totalmente impersonal. Se presentan los hechos tal como sucedieron. Su principal exponente es la noticia.

Para Diaz (2006) “las ideas y los intereses del informador y la definición editorial de su medio condicionarán siempre la visión de los hechos, pero se presentarán al público como tales, sin añadir los juicios del informador” (p.220) Eso no exime al periodista televisivo a explicar las causas y consecuencias de los hechos en los contenidos informativos.

Marín (2017) define así este punto:

Nos importa todo aquello que nos preocupa, los sucesos que nos afligen, los que amenazan nuestra estabilidad o los que nos dan esperanza. Nos importa la realidad que fomenta nuestros intereses o choca con ellos. No nos interesa como objetivo informativo la realidad vulgar, común, cotidiana, aquella por cierto en la que empleamos la mayor parte de nuestro tiempo. Nadie se levanta cada mañana pensando que es noticia que haya salido el sol (pag.75)

### **Programa de reportajes**

En este tipo de programas se realizan investigaciones profundas sobre hechos que fueron noticia en su momento, o sobre hechos nuevos que por su naturaleza ameritan un tratamiento prolongado en su contenido. Su realización lleva más tiempo que el de un noticiero.

Este tipo de programas son considerados la marca editorial política del canal a través del cual se difunden, muchos de sus contenidos marcan la pauta de la información semanal producto muchas veces de grandes investigaciones y destapes.

Es por eso que el periodista de un programa de reportajes como Cuarto Poder, emitido a través de América Televisión, debe además formar una imagen de credibilidad ante su audiencia, a través de la veracidad de sus fuentes.

Si en un noticiero el periodista se enfrenta a la inmediatez de la información, en un programa de reportajes el periodista se enfrenta a la novedad de su tema. Cuando se trata de investigar sobre un hecho materia de noticia, su investigación debe sacar a relucir datos nuevos, desconocidos hasta el momento de su emisión.

En la televisión peruana este tipo de programas se emiten generalmente los domingos en horario estelar, su duración es de casi dos horas y la sintonía es muy importante para definir su éxito.

Este tipo de programas explotan al máximo los recursos audiovisuales, pues tratan de generar algún tipo de reacción en la audiencia. Su contenido es prolongado en tiempo, un programa de este tipo puede estar al aire dos horas.

Para Coya (2014) “en los programas periodísticos de reportajes se trata de algo más complejo, laborioso y algunas veces hasta más peligroso. No es similar a la redacción del noticiero, y requiere talento, tiempo, dinero, paciencia y suerte” (p.108) muchas veces sus contenidos contribuyen a la democracia pues divulgan asuntos de interés público relacionados a gobiernos e instituciones públicas.

En programas de este tipo el conductor o los conductores juegan un papel activo con temas que ameritan mayor profundización a través de las entrevistas en vivo. Sus contenidos pueden generar enfrentamientos entre el poder político y la prensa pues los métodos para conseguir las primicias son casi siempre cuestionados.

El uso de cámaras ocultas, de grabaciones no autorizadas, hacen que el periodista que trabaja en este tipo de programas tenga el criterio ético bastante firme; sus contenidos pueden despertar crisis políticas de gran impacto.

El periodista que trabaja en este tipo de programas tiene la oportunidad de fusionar la imagen, el movimiento y el sonido de tal manera que genera contenidos muy influyentes en la audiencia, por ello la responsabilidad de contrastar fuentes es muy grande.

Los programas periodísticos dominicales relacionan lo informativo (porque dan a conocer hechos nuevos e interesantes, el interpretativo (porque explican las causas, los motivos del hecho) y de opinión (califican o descalifican conductas y comportamientos, especialmente políticos).

El principal elemento en el contenido de un programa dominical como Cuarto Poder, emitido a través de América Televisión es el reportaje:

El reportaje definido por Gordillo (2009) como “uno de los géneros informativos más habituales y populares a lo largo de la historia de la televisión” (p.131) En el reportaje la información se cuenta principalmente mediante la imagen y los testimonios.



El reportaje se diferencia de la nota informativa, insumo principal de los noticieros: Para Díaz (2006) “definir una noticia en reportaje no consiste en añadir una serie de testimonios a un comentario; no es acercar una noticia a una encuesta callejera; no es alegrar una noticia con imágenes bien rodadas. Si la noticia da cuenta de un hecho, el reportaje va más allá” (p.227)El reportaje cuenta el hecho con sus propias imágenes de manera menos sintética que la de una nota informativa, explica las causas y consecuencias de los hechos con situaciones y personajes arquetipos.

Encontrar a estos personajes y situaciones no es sencilla y se necesita investigación. Por ello la elaboración de un reportaje requiere de planificación y por lo tanto mayor tiempo en su producción; además de un fino trabajo de postproducción.

En relación a la noticia el reportaje puede ampliarla, desde el punto de vista de una base testimonial o centrarse únicamente en una parte de ella. Puede ver más allá de los hechos materia de noticia y acercarlos al televidente.

Díaz (2006) continúa analizando el reportaje “las imágenes y los sonidos encuentran un nuevo significado, los testimonios se expresan en sus propios contextos” (p.271)

Las imágenes captadas desde el mismo lugar de los hechos son un elemento básico para el reportaje. El reportero se acerca a la realidad, la muestra, recoge testimonios de los implicados, y de expertos que analizan dicha realidad, aporta y contrasta datos. Todo este proceso es complejo, por eso podemos decir que el reportaje es el género televisivo donde más se aprovecha el lenguaje audiovisual.

Cuando se tratan temas informativos la voz del reportero resulta imprescindible, más no así cuando se trata de reportajes testimoniales. Las imágenes, sonidos y testimonios serán los protagonistas del reportaje (Díaz. 2017. P.258) el reportaje es el género con mayor autonomía narrativa.

En el trabajo de un programa periodístico como Cuarto Poder, se mezclan todas las formas, desde los testimonios a los gráficos. Y se usa de todo un poco, una entrevista por partes, infografías que dan datos, una encuesta para recoger la opinión del público, una misma nota informativa antigua que tiene relación con lo que se tratará durante el reportaje, todos trabajados de una manera ordenada, con una estructura narrativa.

Para Díaz (2017) “si no hay imágenes genuinas de personajes y situaciones típicas, ni opiniones autorizadas, o no nos son accesibles, entonces no habrá reportaje” (p.260) si para hacer una nota informativa ampliamos el panorama, en un reportaje lo cerramos, pues solo nos basaremos en una parte del hecho para que el televidente lo entienda a profundidad.

El reportaje cuenta historias, y debe despertar en el televidente sentimientos, hacer que se escandalice, se identifique, disfrute o sufra, apruebe o condene. Por eso la estructura debe ser totalmente integrada donde se organizan los elementos audiovisuales.

El tiempo de duración de un reportaje puede variar. En el programa Cuarto Poder por ejemplo, se tiene en cuenta varios criterios en el momento de determinar el tiempo que debe durar un reportaje, primero el tema que se está tratando y cuanta relación guarda con la coyuntura, segundo si es un tema que interesa al común de las personas, tercero sus consecuencias; todo ello además de la pauta

publicitaria que se tiene vendida. Normalmente los reportajes en Cuarto Poder duran entre 10 y 14 minutos.

Lo más cercano al reportaje perfecto es aquel que utiliza de manera magistral todo y cada uno de los recursos audiovisuales. Que tiene buena documentación, contraste información, cuidado en el uso de las fuentes, que logra una armonía entre el texto, el sonido y las imágenes.

En Cuarto Poder, el equipo de periodistas está permanentemente buscando buenas historias y no siempre son temporales. Los temas deben ser reveladores, y que causen efecto en el público. Interesan mucho los temas humanos, una vez ubicados es importante buscar a los protagonistas, porque a través de ellos trataremos el tema.

Los temas polémicos también funcionan. Pues permite profundizar teniendo en cuenta diversos puntos de vista que se cruzan entre sí para que el televidente se enganche.

Para que la historia funcione debe tener buenos personajes y encontrarlos no es sencillo. Un personaje que por más cercano que sea al televidente debe hablar claro, y comunicarse con mucha pasión para que sea atractivo y para que el reportaje tenga éxito.

### **Tipos de reportajes:**

La bibliografía nos habla de diversos tipos de reportajes, podemos encontrar clasificaciones de acuerdo a su enunciación, es decir de acuerdo al modo como el periodista los elabora. O pueden ser clasificados de acuerdo al tipo de tema que

se trata. Lo cierto es que en los programas dominicales como Cuarto Poder, se suelen presentar los siguientes tipos de reportajes:

- **Políticos.-** donde el tema central es el acontecer político nacional, se profundizan y explican las causas y consecuencias de los hechos políticos de la semana; es decir se hace un análisis. Para Cebrián (1992) “presenta los acontecimientos como algo objetivo y acabado” (p.160)

Este tipo de reportajes no puede faltar en la edición del programa, pues como ya hemos dicho, un programa dominical es la marca editorial del medio a través del cual se difunde. El periodista intenta tener en su reportaje al personaje político que fue noticia, que hasta su entrevista no había declarado para otros medios. La razón de ser de este tipo de reportajes es que el televidente conozca de los hechos políticos, los entienda, y se genere una opinión al respecto. Este tipo de reportajes, es muchas veces el más esperado por la audiencia del programa dominical, por eso siempre formaran parte de la pauta del programa.

Este reportaje muchas veces se profundiza en el set, los conductores complementan lo tratado a través de una entrevista en vivo.

- **De investigación.-** son reportajes trabajados por periodistas que se desenvuelven el campo de la investigación, que trabajan con fuentes confiables que les brindan “datos” (información sin confirmar), que más adelante confirmaran. La mayoría de estos reportajes se relacionan temas políticos o de instituciones públicas, que antes de ser publicados nadie conocía. Muchas veces este tipo de reportajes han ocasionado graves crisis políticas. Los temas son reveladores. Para Gordillo (2009) este tipo de

reportajes se ocupa de los hechos con alto grado de inaccesibilidad, lo que lleva a trabajarse de manera más cuidadosa.

Este tipo de reportajes puede llegar a marcar la agenda de la semana.

- **De actualidad latente.-** En este grupo de reportajes están incluidos aquellos temas que no dejan de tener importancia para la audiencia. Historias de personajes que por algún motivo trascendental son materia de interés. Cebrián (1992) lo define como los reportajes que tratan de ofrecer una visión a fondo y los que tienen gran unidad, coherencia y ritmo (p.164)  
La temática puede circular entre lugares inhóspitos o ya conocidos que por alguna razón cobran importancia. Temas gastronómicos, culturales, deportivos, sociales. Todos estos temas son de interés general, por eso un periodista especializado en este tipo de temas lo trabaja. El fin de tener este tipo de reportajes en la pauta del programa es para bajar el tono denso de la información política o de investigación que se pueda tener.
- **Policiales.-** se tratan temas que generalmente han sido noticia durante la semana, crímenes, que por su naturaleza o personaje involucrado toman importancia y que ameritan ser conocidos a profundidad por la audiencia. Aquí se explican las causas de los hechos, las consecuencias para los implicados. Para este tipo de reportajes, el periodista debe estar en busca permanente de elementos novedosos que no hayan sido parte de la información diaria.
- **De archivo.-** Cebrián (1992) define a este tipo de reportajes como el que selecciona imágenes y sonidos de hechos pasados y los reelabora para contrastarlos con una situación de actualidad (p.169) Cuando hay temas que

por su naturaleza no se pueden dejar de tener en el programa dominical, pero que no tienen por su naturaleza un recurso visual actual, se desarrollan con imágenes de archivo. Este tipo de reportajes en un dominical como Cuarto Poder, muchas veces se relacionan con temas internacionales, o nacionales que son históricos. Puede tratarse de personajes que han fallecido, por lo que es importante hacerles una semblanza, y se recurre al archivo.

### **Construcción del reportaje**

Durante la elaboración de cualquier tipo de reportaje el objetivo del periodista es que este no pierda la atención del televidente en ningún momento. Por eso recurre a todos los recursos audiovisuales posibles, empleados de acuerdo a la temática que trata y tiene en cuenta en los casos que amerita consignar la contraparte y hacer uso de las imágenes de acuerdo al marco normativo vigente.

Casi ya sin advertirlo, el periodista presenta el reportaje en 3 grandes partes: el arranque, el desarrollo y el cierre.

Para Gutiérrez, (2003) las tres partes se resumen en: “Un comienzo impactante, un desarrollo interesante y un final sorprendente” (p.103).

- **El arranque**

Sirve para situar al televidente en el tema, para llamar su atención y despertar su interés. En el inicio o arranque se usa aquello que pueda causar mayor impresión. Que al verlo el televidente olvide de cambiar de canal. No existen normas, el periodista da rienda suelta a su creatividad e

imaginación. Respecto al contenido es importante centrar al televidente en el tema, que sepa desde el inicio de que se le hablará una o dos ideas claras, sin confundirlo. No es necesario incluir todos los elementos de la historia, es importante dejar definido el quién y el qué del tema. Para Cebrián (1992) la entrada de un reportaje ofrece la motivación y situación de los hechos (p.187).

- **El desarrollo**

O cuerpo del reportaje. Se desarrolla la historia, puede ser por bloques, sin olvidar ningún detalle, aquí el periodista tiene la libertad de ordenar los elementos audiovisuales como mejor crea conveniente, sin perder el dinamismo.

Es responsabilidad del periodista que desarrolla el reportaje buscar a todas las partes involucradas. De obtener negativas de participación estas deben ser consignadas. Cebrián (1992) define esta parte como “la exposición narrativa de los hechos” (p.187)

- **El final o cierre**

El periodista da por concluido el tema. El reportaje ideal es aquel que al término despertó una sensación en el televidente: indignación, tristeza, alegría, entre otros.

El televidente saca sus propias conclusiones, y de ser el caso una visión crítica de la información que se le brinda.

## **Entrevista en vivo**

Es aquella que se incorpora como una parte al conjunto de un programa. Tiene valor por sí misma, y su razón de ser esta justificada en la importancia del entrevistado, este se ha convertido en un personaje que amerita tener en vivo. Cebrián (1992) refiere “el presentador del programa nunca olvida su función de entrevistador y respeta las exigencias y requisitos de las entrevistas evitando juicios personales” (p.272)

En un programa periodístico dominical como Cuarto Poder, la entrevista en vivo es un contenido muy importante en la pauta, puede ser en Set o en exteriores.

- **Duración.-** este tipo de entrevistas tienen al aire por lo menos 10 minutos mínimo, todo dependerá de como se desarrolle la entrevista, de cómo vaya teniendo interés en la audiencia. El rating del programa se mide en vivo, si la entrevista no funciona, si la audiencia cambia de canal es muy probable que esta sea más breve. Mucho tendrá que ver también la naturaleza del personaje o entrevistado y la manera en como el entrevistador la conduzca.
- **Personaje.-** Como ya hemos dicho los programas periodísticos dominicales marcan la pauta editorial del canal; por lo tanto en vivo generalmente participa el personaje que fue materia de la semana noticiosa.

Es un reto para la producción del programa tener la primicia, muchas veces lo que dice el personaje durante la entrevista en vivo marcará la pauta noticiosa de la semana. Siempre dependerá de la naturaleza del tema y de



la importancia del personaje. También de la destreza del conductor para obtener la declaración que se convierta en titular.

- **Tratamiento.-** Para Cebrián (1992) el tratamiento es una estructura sencilla, de preguntas y respuestas sin más aditamentos (p.272) En las entrevistas en vivo el entrevistador pone todos sus recursos profesionales en marcha, con el objetivo de tratar el tema en cuestión de la mejor manera que despierte interés en la audiencia. La producción del programa dominical está preparada para todo, pues al ser en vivo la entrevista cualquier cosa puede pasar. El entrevistador debe tener dominio del tema, amplio conocimiento.

#### **1.4.2 Funciones y responsabilidades en un programa periodístico televisivo**

En todo programa periodístico existe un equipo humano que trabaja los contenidos. Cada uno cumple un rol fundamental, y asume responsabilidades en los mismos. En la práctica estos profesionales son:

- **Dirección.-** La dirección es responsable de los contenidos que se emiten en el programa. Responde al Dirección Periodística del canal. Como ya hemos dicho anteriormente, este tipo de programas periodísticos marcan la pauta editorial del canal, por eso la labor de la dirección es básica e indispensable en la decisión de contenidos y tratamiento de los reportajes. La dirección define los enfoques junto con el reportero y cuando se trata de contenidos delicados como políticos o investigaciones reveladoras que

tendrán consecuencias con mayor razón. Se coordinan todos los detalles, hasta el texto.

La dirección del programa conoce la labor de cada integrante de su equipo y lo lidera. La experiencia, capacidad de decisión y criterio periodístico, son requisitos indispensables en esta área del programa. La reacción ante situaciones imprevistas, hace que se resuelva y tomen decisiones.

- **Producción.-** Es el área responsable de controlar la calidad del programa que se emite. El equipo puede estar conformado por productores que desempeñen labores desde el punto administrativo hasta el periodístico. En un programa dominical como Cuarto Poder, trabaja un equipo de productores: general, periodístico, ejecutivo, audiovisual; cada uno con funciones propias o diferenciadas.

La producción trabaja de la mano de la dirección del programa y de todo el equipo que lo conforma. La producción resuelve las necesidades de los reporteros, desde las logísticas hasta las periodísticas. Se adelanta a ellas. Este equipo ve todos los detalles como perfil del camarógrafo que trabajar la parte visual del reportaje, las horas de grabación que se necesitan, los traslados, apoya con las coordinaciones de entrevistas de voceros. Está pendiente de todo permanentemente y para ello trabaja con un equipo de asistentes. Establece horarios de grabaciones, de ediciones, de ingesta de material al sistema.

Está pendiente del manejo periodístico ya que ve de la mano del reportero el manejo del contenido del reportaje.

Distribuye el presupuesto, se encarga de los gastos de producción de cada reportaje (pasajes aéreos, hospedajes, traslados, etcétera)

- **Equipo de reporteros.-** En la elaboración de reportajes el equipo de reporteros son los responsables de su contenido; desde la concepción de la idea hasta su puesta al aire. Es un equipo humano de que tiene un poco de investigadores, un poco de productores, un poco de creativos audiovisuales, un poco de escritores. Su trabajo debe ser original, con mucha iniciativa, para que cautive la atención del televidente. Tratan el enfoque de su reportaje con la dirección, e inician sus grabaciones con una idea pre-establecida, lo que encuentran en el campo va a definir el tratamiento final del reportaje.

El equipo de reporteros organiza su trabajo, no existe una rutina determinada para ello. La idea del tema del reportaje puede llegar a través de fuentes, contactos, o del criterio propio. Van cumpliendo su labor de acuerdo a como se van dando las cosas durante la elaboración del reportaje, todo depende de los tiempos de cierre.

En un programa dominical el equipo de reporteros plantea su tema o de acuerdo a la coyuntura se les asigna uno. El equipo tiene un perfil para los distintos tipos de reportaje, pero eso no quiere decir que no puedan desenvolverse en cualquiera que se les asigne. Generalmente en este tipo de programas, estos profesionales son de mucha experiencia.

El equipo de reporteros sale a la calle conociendo a fondo los detalles del reportaje que harán, y está atento a lo que ocurre durante el desarrollo del

mismo, muchas veces los temas van tomando otro rumbo o no son los que se pensaban al inicio, por eso tienen la capacidad de advertir lo que ocurre a la dirección del programa y de definir nuevos enfoques o el desistimiento del tema.

Durante el trabajo de campo dan las pautas al equipo, los lideran. Mantiene estrecha comunicación con el equipo de camarógrafos para que se consiga en imágenes todo lo que necesita.

En el trabajo reporteril, este periodista es el responsable del pauteo de su material, y de evaluar si es necesario complementar con material de archivo, de ser así lo solicitan a la producción.

Están pendientes del desarrollo de sus temas, y de acuerdo al criterio establecido con la dirección se definen detalles. Si se trata de temas con tratamiento especial, generalmente los temas políticos, discuten permanentemente sus avances con la dirección y producción del programa, pues generalmente este tipo de temas tienen implicancias mediáticas.

Los programas periodísticos dominicales generalmente marcan la agenda política de la semana, por eso su tratamiento es muy especial. Igual los reportajes de investigación. Este equipo de profesionales tiene la responsabilidad de advertir si dentro de sus hallazgos comprobados el tratamiento de la información tendrá consecuencias políticas, sociales, económicas.

De acuerdo a como termina el reportaje, se decide también su ubicación en la pauta del programa.

- **Equipo de camarógrafos.-** Como hemos dicho a inicios de esta investigación el recurso principal para hacer un contenido periodístico televisivo es la imagen, la misma que es trabajada con mayor dedicación cuando se elabora un reportaje. El equipo de camarógrafos es el encargado de registrar el material visual, conformados por profesionales con criterio, talento y creatividad, que coordinan permanentemente con el reportero, conocen el tema a tratar a profundidad y cuando se trata de temas cuyo tratamiento es delicado guardan completa reserva de su tratamiento.

El equipo de camarógrafos está conformado por un grupo de profesionales que conoce de planos, encuadres, movimientos, iluminación. Saben componer una toma dependiendo del objetivo del reportaje que se plantea antes de salir a grabar. Tienen estilo propio, olfato periodístico y mucha capacidad operativa de los equipos. Antes de salir a grabar verifican la parte técnica del equipo.

En el campo el equipo de camarógrafos propone ideas al equipo de reporteros, y dan rienda suelta a su creatividad en la realización visual.

La producción elige al profesional que trabajará el tema de acuerdo a sus capacidades y destreza, cada profesional de la cámara tiene un estilo particular para desempeñar su trabajo, es ideal que el reportaje se trabaje con un solo camarógrafo de inicio a fin; esto mucho depende de la disponibilidad humana. Hay profesionales de estilo más periodístico que otros que son más productores de campo. Pero todo su trabajo es competente, de ellos depende mucho el éxito del reportaje.

- **Equipo de editores.-** La labor del equipo de edición es crucial en este tipo de programas periodísticos, es el equipo especializado en seleccionar las mejores imágenes y ensamblarlas. Tienen mucho talento, y asumen la edición del reportaje de acuerdo al tema y tratamiento determinado por la dirección del mismo.

Una vez ingestado en el sistema el material que registró el equipo de camarógrafos inicia el proceso de edición. Primero se revisa el material, se conversa con el equipo de reporteros sobre el objetivo del reportaje, si hay tiempo se sugieren más tomas.

El proceso de edición requiere de mucha experiencia, y de amplio conocimiento en la diversidad del sistema que emplea el canal.

En la edición se realiza también la postproducción del reportaje, una etapa importante en su elaboración donde se hacen efectos sonoros y musicales a la edición. Esta etapa tiene mucho que ver con el objetivo del reportaje.

### **Enlaces en vivo**

Un recurso importante en un programa de reportajes son las presentaciones en vivo o también llamadas presentaciones “in situ” o “stand ups”. Son la expresión del reportero desde el lugar de los hechos. El periodista está en el escenario y eso genera credibilidad en lo que dice. El transmitir desde donde ocurre el hecho, le da al periodista televisivo el plus de vivir la experiencia.

La emisión de un programa dominical televisivo tendrá durante su transmisión un vivo, siempre y cuando la noticia sea realmente importante. O tendrá dentro del

reportaje un stand up, solo si la presencia del reportero justifica la necesidad humana de contar lo que sucede desde donde sucede.

El stand up debe grabarse desde el escenario donde ocurren los hechos, pero esto no es siempre posible, si se da el caso, el periodista debe hacer referencia al lugar donde está y actualizar la noticia. Si el periodista televisivo no consigue estar desde el mismo escenario donde sucedieron los hechos deberá entonces hacer referencia a la distancia que lo separa de los mismos. Es importante elegir bien el escenario, de acuerdo a lo que se va a decir, para que la imagen no resulte inadecuada en relación al contenido, o de alguna manera trasgreda lo permitido.

Un stand up puede servir también para narrar aspectos de la noticia que no podemos decir con imágenes. Para ello es importante tener en cuenta la imagen física del reportero, es decir debe estar acorde a lo que se informa. El tiempo de un stand up en una nota informativa o un reportaje debe estar acorde al tiempo total de los mismos.

## **1.5 Definición de términos básicos**

**Tratamiento de la información:** Cuando hablamos de tratamiento de la información nos referimos a la manera particular en la que se manejan los contenidos periodísticos televisivos.

**Criterio de selección:** Diaz (2006) clasifica los criterios de selección estos no serían otros que la novedad, relevancia e interés. Los tres se aplican en el momento de escoger el tema que desarrollará el dominical. Aunque su elaboración lleve más tiempo siempre los tres criterios son básicos para decidir.

**Novedad:** Uno de los factores para escoger el hecho noticioso, incluso los contenidos que forman parte de los programas periodísticos televisivos. Mientras más factor de novedad tenga, despertará más interés en el televidente.

**Relevancia:** Uno de los factores para escoger el hecho noticioso y los contenidos periodísticos. El hecho debe ser importante para los ojos del televidente.

**Interés:** Uno de los factores para escoger el hecho noticioso que se convierte en noticia. Lo que más interés despierte en televidente, más sintonía tendrá.

**Modos de representación:** Son las características propias al medio televisivo, que no pueden dejarse de entender ni manejar en los contenidos que se elaboran.

**Lenguaje audiovisual:** El lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo posee recursos que lo convierten en una forma específica de comunicación y está conformado por la imagen, el sonido y el video.

**El testimonio:** Es uno de los contenidos más importantes del reportaje, se puede decir que en muchos casos es la base del contenido. El testimonio puede ser la piedra angular a través de la cual gira el reportaje.

**Intencionalidad informativa:** Es el criterio con el que el periodista elabora el contenido periodístico.

**Ética:** Es un compromiso moral que tiene el periodista primero consigo mismo y luego con su público. La ética y responsabilidad periodística debe estar inmersa en la imparcialidad y exactitud de los contenidos. La preferencia del público se expresa en la sintonía.

**Responsabilidad:** Es el compromiso del periodista con la comunidad, el de elaborar contenidos que muestren contraparte, que puedan ser comprobados.



**Veracidad:** Ramírez (2012) destaca entre los valores en el ejercicio de la responsabilidad de los medios de comunicación: “la libre opinión, la veracidad respeto a los derechos humanos, independencia, y otros valores asociados a la ética” (p. 103).

**Géneros periodísticos televisivos:** clasificación de contenidos televisivos, de acuerdo a la temática que bordan. Entre los principales los informativos.

**Género informativo:** contenidos donde priman hechos actuales materia de noticia, que debido a ciertas características pueden ser noticieros o programas dominicales.

**Reportaje de investigación:** principal contenido de los programas dominicales. Son contenidos que por sus características profundizan en un tema mucho más que una nota informativa.

**Noticia:** “Construcción semiótica de la realidad mediante el cual se transforma la factualidad objetiva en factualidad discursiva. La noticia no es lo que pasa, sino un artefacto semiótico que representa simbólicamente lo que pasa” (Sosa, 2000, p. 114)

**Entrevista:** uno de los principales elementos para elaborar un reportaje. El reportaje puede girar en torno a una entrevista.

## **CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Diseño Metodológico**

#### **2.1.1 Tipo de investigación**

En esta investigación se ha utilizado la metodología de enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, y se desarrolló dentro del marco de un estudio de caso, bajo la técnica de la observación y juicio de expertos, y se ha usado como instrumento la ficha de registro.

#### **2.1.3 Diseño de investigación**

Se utilizó el método inductivo, base de toda investigación cualitativa y ha partido de lo particular a lo general, mediante un proceso que se ha iniciado con la observación para el registro de los hechos, la clasificación y su respectivo análisis.

Con respecto al método analítico, Lopera, Ramírez, Zuluaga y Ortiz (2010) refieren que: "...permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías" (p.87). Para esta investigación se desintegró la problemática estudiada en categorías y subcategorías, para ser analizadas a profundidad.

#### **2.1.4 Método de investigación**

El procedimiento utilizado siguió un enfoque cualitativo que aplicó el método científico como procedimiento, poniendo en práctica la revisión de textos informativos y científicos, como lo son las tesis, artículos académicos sobre

periodismo televisivo. Conforme a ello, se efectuó la búsqueda de información en los repositorios digitales a nivel internacional y nacional, así como se accedió a la emisión de los programas informativos de dos reconocidos programas periodísticos televisivos.

### **2.2.1 Población**

Hernández et al. (2014) señala que se trata de una “población o universo conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. Una vez que se ha definido la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre el cual se pretende generalizar los resultados” (p. 174).

Cuántos programas constituyen la población (todos los programas del 2018)

La población se conformó por 11 emisiones de programas periodísticos televisivos observados, año 2018, que es el periodo de la crisis que analiza en la presente investigación.

### **2.2.2 Muestra**

Hernández et al. (2014) afirma que “La muestra es en esencia, un subgrupo de la población, digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese grupo definido” (p. 175). La muestra estará conformada por 11 unidades de análisis, programas periodísticos televisivos observados, 2018. Para la selección de la muestra se usó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia o criterio.

En esta investigación la muestra se conformó por los programas emitidos durante los tres meses que duró la crisis; enero, febrero y marzo del 2018. Se analizó un total de 11 programas.

### **2.3 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas utilizadas fueron:

- a) **Observación cualitativa:** Técnica que implica “adentrarnos en profundidad a situaciones sociales y mantener un rol activo, así como una reflexión permanente, y estar al pendiente de los detalles de los sucesos, los eventos y las interacciones” (Hernández et al., p. 459). Mediante esta técnica se recogerá información mediante una ficha de observación para describir las variables en estudio.
- b) **Entrevista a especialistas:** Técnica que es una recopilación verbal sobre algún tópico de interés para el entrevistador. Se aplicará un cuestionario entrevista a periodistas del programa periodístico televisivo “Cuarto Poder” con la finalidad de establecer su estructura y cómo determina la imagen del actor político.

#### **2.3.1 Instrumento de recolección de datos**

La observación cualitativa utilizará la ficha de observación describiendo “lo que estamos viendo, escuchando, olfateando y palpando del contexto y de las unidades observadas” (Hernández et al., p. 460). Así como anotaciones

interpretativas que son comentarios “a lo que estamos percibiendo (sobre significados, emociones, reacciones, interacciones)” (Hernández et al., p. 461).

#### **2.4 Técnicas para el procesamiento de información**

Se elaboró una plantilla de observación y los niveles de coincidencia en cuanto a las categorías y subcategorías establecidas en la matriz de consistencia con base a los conceptos académicos del marco teórico y los criterios y experiencia de la investigadora.

#### **2.5 Aspectos Éticos**

La investigación se sustenta en los principios de la ética, se respeta el contenido teórico resaltando a sus autores. Asimismo, el acceso a la información hace posible el desarrollo de la investigación, contándose con los recursos suficientes para la misma.

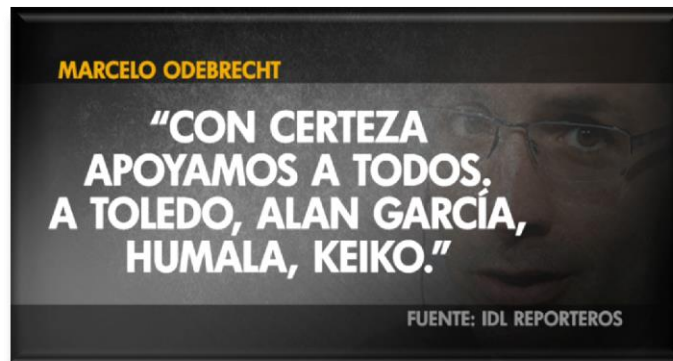
### CAPÍTULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para poder tener los resultados de esta investigación se aplicaron fichas de observación y posterior análisis.

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión			
<b>Fecha:</b> 07.01.19			
<b>Fuente:</b> área de archivo de América Televisión			
<b>Pauta del programa:</b>			
Salida de Alberto Fujimori			
Tragedia en Pasamayo			
Suelto en casa			
La hora de la venganza naranja			
Los audios de Marcelo			
Trata de menores en Yurimaguas			
Sarita Colonia por dentro			
Cae banda de pornografía infantil			
Frio mortal en EEUU			
Bajada de Reyes en Chincha			
<b>Unidad de análisis:</b>			
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>			
Título: "Los audios de Marcelo"			
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN			
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD	RELEVANCIA	INTERÉS
	Fuente propia generada por el periodista	Tema actual	De interés para el televidente
MODOS DE REPRESENTA	LENGUAJE AUDIOVISUAL		EL TESTIMONIO

CIÓN	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	No se necesitó contraparte.	
	Uso de imágenes de archivo	audios en portugués traducidos.	Sin efectos		
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD		
	Se observa contraparte	Contenido coherente con la imagen	Se tratan hechos reales		
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES	
	X				
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO	FINAL		
	x	x	x		
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN	PERSONAJE	TRATAMIENTO		
	No aplica	No aplica	No aplica		
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
			Selección de imágenes de acuerdo al texto. Redacción del texto sencillo y directo.		Edición sin efectos

**Análisis:**



Esta unidad de análisis está conformada por un solo reportaje de 13 minutos de duración denominado: Los audios de Marcelo, elaborado por uno de los reporteros que trabajan temas políticos en el programa: Daniel Yovera.

El periodista hace un resumen de todos los expresidentes involucrados en actos de corrupción relacionados a Odebrecht, a través del análisis del audio de Marcelo Odebrecht, quien fuera el CEO de la organización Odebrecht, ante la justicia en Brasil. Estos audios no los consiguió Cuarto Poder, sino IDL reporteros, el programa Cuarto Poder los utiliza como fuente para elaborar el reportaje.

En el reportaje se incluye la relación que habrían tenido las empresas de hasta ese entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski con la empresa Odebrecht. Esta parte ocupa muy poco tiempo del reportaje.

Con el uso del audio de Marcelo Odebrecht en su propio idioma buscan darle elemento de realidad al reportaje. El audio tiene traducción en pantalla, lo que hace que el televidente entienda lo que dice.

Incluyen también material de archivo, para contrastar lo que Marcelo Odebrecht dice en sus declaraciones, con hechos que relacionan a los ex presidentes involucrados.



El reportaje se emite bordeando las 9pm cuando es el momento tope de la sintonía. Tiene tratamiento actual de la información, puesta al público de manera clara y resumida.

No se evidencia alguna primicia conseguida por el programa.

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión			
<b>Fecha:</b> 14.01.18			
<b>Fuente:</b> área de Archivo de América Televisión			
<a href="https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/caso-odebrecht-esta-cronologia-entre-adjudicacion-obras-publicas-y-westfield-n306903">https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/caso-odebrecht-esta-cronologia-entre-adjudicacion-obras-publicas-y-westfield-n306903</a>			
<b>Pauta del programa:</b>			
Sismo en Arequipa			
Los pendientes de PPK			
Conflicto naranja			
El caso Pativilca			
La llamada a Jesús Vásquez			
La muerte en una maleta			
Francisco pronto en Perú			
Cachin el gran león			
<b>Unidad de análisis:</b>			
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>			
Título: "Los pendientes de PPK"			
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN			
CRITERIOS DE	NOVEDAD	RELEVANCIA	INTERÉS

SELECCIÓN	Fuente propia generada por el periodista	Tema actual	De interés para el televidente		
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO	
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	Hay testimonios de personas que ayudan a entender el tema. Pero no testimonio actual de la persona que es aludida directamente.	
	Uso imágenes de archivo en gran porcentaje.	No registra uso de ambientales.	Sin efectos		
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD		
	Se observa contraparte	Contenido coherente con la imagen	Se tratan hechos reales		
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES	
	X				
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO	FINAL		
	x	x	x		
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN	PERSONAJE	TRATAMIENTO		
	No aplica	No aplica	No aplica		
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
			Selección de imágenes de acuerdo al texto.		Edición sin efectos

			Redacción del texto sencillo y directo.		
--	--	--	---	--	--

**Análisis:**



Esta unidad de análisis está conformada por un reportaje de 13 minutos 30 segundos, denominado: Los pendientes de PPK; realizado por el periodista Daniel Yovera.

El reportaje se desarrolla principalmente en Chile, hasta donde llegó el periodista para conseguir una entrevista con el personaje directamente aludido Sr. Gerardo Sepúlveda, quien habría sido gerente de las empresas del hasta ese entonces presidente de la República Pedro pablo Kuczynski, relacionadas con Odebrecht. Se emplean imágenes de ubicación en Chile, incluso un stand up que refuerza visualmente la idea del periodista buscando al personaje.

Se muestra en imágenes la búsqueda que hizo el periodista en Chile, en la casa, en el trabajo del personaje para conseguir la contraparte, con lo que intentan dejar en claro que el señor no quiso declarar para ellos.

Al no encontrar a su personaje, el periodista recurre a usar entrevista de archivo que el personaje aludido habría brindado a El Comercio, anteriormente.

Se recurre a fuentes internacionales, periodistas chilenos para explicar partes de la relación entre ambas personas; pues el afectado es chileno y radica en Chile. Esto evidencia criterios de novedad en el reportaje además de tener material importante consignado en el lugar de los hechos.

Se hace una explicación minuciosa de la relación de las empresas de Kuczynski con empresa Odebrecht, cuando fue Premier y para ello se usan imágenes de archivo de Kuczynski en sus cargos públicos durante el Gobierno de Alejandro Toledo.

Se hace uso de texto en imagen para reforzar lo que el reportero dice en su locución en off, sobre todo de cifras, resúmenes de contratos, con lo que se busca reforzar estos datos.

Durante la locución en off el reportero afianza cifras. No se usan efectos ni musicalización dirigida.

Se usa un bite del entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski durante una sesión con presidentes de gobiernos regionales, donde refiere que es importante pasar la página del intento de vacancia que habría sido tratado en el Congreso semanas atrás. Este bite es inmediatamente contrastado con el de Rosa Bartra, presidenta de la comisión Lava Jato, quien critica que se hable de una vuelta de página.

El periodista hace un análisis de la performance del presidente, que cataloga como de “mal rato” en “mal rato” y advierte que se trata de una investigación que

recién empieza. Lo que evidencia que el programa deja públicamente en claro que seguirá trabajando en el tema.

La emisión del reportaje es prácticamente al inicio del programa, y forma parte de un gran bloque de contenidos políticos.

El título que le ponen al reportaje tiene intención de comunicar que la situación del entonces presidente no era del todo clara y que podía ponerse peor si no resolvía lo que tenía pendiente.

No se evidencia primicia conseguida por el programa en relación al tema materia de análisis.

FICHA DE OBSERVACIÓN
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión
<b>Fecha:</b> 21.01.18
<b>Fuente:</b> área de archivo de América Televisión
<b>Pauta del programa:</b> Las lecciones de Francisco Los presos cantores por Francisco Adiós Maestro: Augusto Polo Campos Caso Suelpres Donde está el millón Lo que dirá Vasquez al fiscal Salvemos Chaparrí Cusco la muerte de la turista El caso Chocano Cachín el gran León

<b>Unidad de análisis:</b>					
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>					
No aplica porque no se trató el tema sobre el que versa esta investigación					
VARIABLE: TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN					
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD			RELEVANCIA	INTERÉS
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL				EL TESTIMONIO
	IMAGEN		SONIDO	EDICIÓN	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA		RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	
VARIABLE: PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS		DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN		DESARROLLO	FINAL	
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN		PERSONAJE	TRATAMIENTO	
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN

## Análisis:

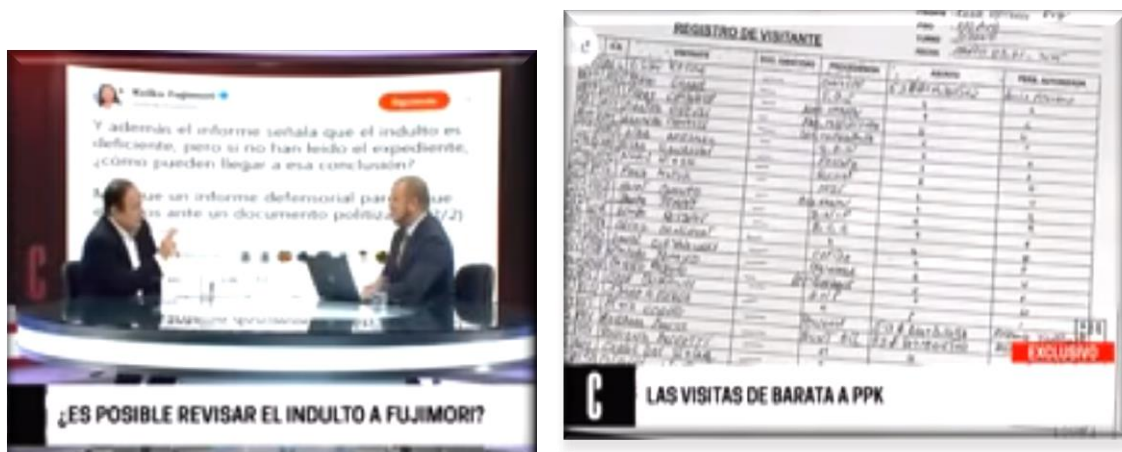
No hubo unidad de análisis en la emisión de este programa de Cuarto Poder

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión				
<b>Fecha:</b> 28/01/2018				
<b>Fuente:</b> área de Archivo de América Televisión <a href="https://www.youtube.com/watch?v=kYj6Po2oPxY">https://www.youtube.com/watch?v=kYj6Po2oPxY</a>				
<b>Pauta del programa:</b> Asaltos express en bancos Alcalde de barro Reparación civil en caso Odebrecht Ramirez contra Ramirez Entrevista en vivo: Defensor del pueblo Walter Gutierrez ¿Es posible revisar en indulto a Fujimori? Las visitas de Barata a PPK First Capital en primera Mató a su hija para no pagar manutención Cusco litigio eterno				
<b>Unidad de análisis:</b> <b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b> Entrevista en vivo: Defensor del pueblo Walter Gutierrez ¿Es posible revisar en indulto a Fujimori? Título de reportaje: "Visitas de Barata a PPK" Título de reportaje: "First Capital en primera"				
VARIABLE: TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
	Fuente propia generada por el periodista		Tema actual	De interés para el televidente
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	Se busca la

	Se recurre al archivo	No se hizo uso de sonido ambiental.	No abusan de efectos	contraparte.	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD		
	Se observa contraparte	Contenido coherente con la imagen	Se tratan hechos reales		
VARIABLE: PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES	
	x	x			
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO		FINAL	
	x	x		x	
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN	PERSONAJE		TRATAMIENTO	
	17 minutos	relevante		adecuado	
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
			Selección de imágenes de acuerdo al texto. Redacción del texto sencillo y directo.		Edición sin efectos



## Análisis.-



Esta unidad de análisis está conformada por una entrevista en vivo y dos reportajes, cuyo tiempo total al aire suma 36 minutos. La entrevista fue realizada por uno de los presentadores del programa: Augusto Thorndike y los dos reportajes por el mismo reportero: Daniel Yovera.

La emisión de esta unidad de análisis es cerca a las 9pm hora considerada como de más alta sintonía en el programa Cuarto Poder.

La entrevista, que duró 17 minutos se realizó al entonces Defensor del Pueblo, Walter Gutierrez, y la temática tratada se relacionó con el expediente del indulto al Ex presidente de la República Alberto Fujimori Fujimori. El conductor del programa trató de dejar clara la posición del Sr. Gutierrez, quien exigía al Gobierno se haga público dicho expediente.

Durante la entrevista se usó elementos audiovisuales de apoyo, como imágenes de personas relacionadas al tema y declaraciones que habían hecho publicas sobre el tema durante la semana. Esto sirvió para que la entrevista sea más dinámica.

Se evidencia que la entrevista cumplió con varios objetivos, uno el de tener al personaje de la semana en vivo, otro, que esta brinde información nueva.

Quedó clara la posición del Defensor del Pueblo, contra el entonces Gobierno, en relación a que si no publicaban el expediente era porque el proceso del indulto no estaba muy claro. Aunque no lo dijo propiamente, el presentador del programa fue tratando de redondear la idea, y el productor se encargaba de titularlas al aire. Este recurso se usa para afianzar lo que el entrevistado va diciendo en vivo.

El primer reportaje titulado: Las visitas de Barata a PPK de 6 minutos 24 segundos fue elaborado por el periodista Daniel Yovera y revela documentos hasta ese entonces desconocidos de las visitas que hiciera durante los años 2004 y 2005 el señor Jorge Barata, representante de la empresa Odebrecht en el Perú, al entonces Ministro de Economía Pedro Pablo Kuczynski.

Se evidencia en el desarrollo del reportaje que los documentos (registro de visitas) fueron obtenidos en exclusiva y utilizados durante la mayor parte de la edición del mismo, haciendo énfasis en los nombres de los personajes que acompañaron al Sr. Barata en dichas visitas, a través de zooms durante la edición, lo que evidencia que se aprovechó este material que había sido obtenido en exclusiva.

Se hizo uso de imágenes de archivo de la época de Ministro de Economía del entonces presidente Kuczynski. Y se hizo producción visual de fotos de Barata y de Kuczynski con el objetivo de mostrar una relación entre ambos, la misma que se explicaba en el contenido del reportaje contrastado con el registro de visitas. Se considera la contraparte con el abogado defensor de Kuczynski, Gonzalo Del Río, se consignan dos bites muy cortos.

Se hace una cronología de los hechos, que relacionan las visitas del Sr. Barata y las diferentes licitaciones que le fueron entregadas cuando Kuczynski fue ministro de Economía. Hacen uso de claquetas durante la edición con cuadros cronológicos de los hechos; de esta manera se evidencia la intención de reforzar esta idea de relación durante todo el reportaje.

No hubo uso de efectos en el reportaje.

El segundo reportaje que conforma esta unidad de análisis se denomina: First Capital en primera. Dura 12 minutos 53 segundos y es elaborado por el mismo periodista: Daniel Yovera.

Trata un tema bastante complejo de entender, la relación de las empresas del entonces presidente de la República Pedro Pablo Kuczynski y la empresa Odebrecht. El periodista trata de explicar de manera sencilla como se relacionaron y usa para ello recursos durante la edición como claquetas donde resume cifras y fechas.

Durante la edición se usa imágenes de archivo, además de imágenes actuales como son las de Chile, pues a través del corresponsal en Chile se obtuvo documentos de registros públicos chilenos donde queda demostrada la creación de las empresas del Sr. Sepúlveda, socio del entonces presidente Kuczynski.

Con esta documentación se busca contrastar la investigación del periodista. Se muestra la contraparte del abogado de Kuczynski, Gonzalo del Río, quien trata de explicar que todo lo que hacía Kuczynski cuando ejercía trabajo privado, lo desvinculaba cuando empezaba gestión pública, el periodista escoge muy bien los bites de la contraparte para dejar sentada su posición.

Durante la edición del reportaje se usan fotografías del presidente Kuczynski y de Sepúlveda a fin de establecer una relación entre ambos. Se evidencia que el programa no contaba con imágenes de ambos personajes juntos.

Hace uso de bites del presidente Kuczynski cuando declara ante un grupo de periodistas para explicar la relación de sus empresas con la empresa Odebrecht. El bite esta muy bien seleccionado y busca evidenciar una respuesta poco clara de parte del presidente, cosa que se le criticó mucho en su momento.

Al observar la unidad de análisis se concluye que el tema ocupó gran espacio de tiempo en el programa, la entrevista en vivo ocupó un solo bloque y los dos reportajes ocuparon otro bloque sin cortes comerciales.

FICHA DE OBSERVACIÓN
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión
<b>Fecha:</b> 04.02.18
<b>Fuente:</b> área de Archivo de América Televisión
<b>Pauta del programa:</b> Enterrado en la pared El caso Suelpres – Habla la familia Crimen en Canto Rey Guerra naranja Entrevista en vivo: Marissa Glave Guerra por la papa Entrevista en vivo: Mercedes Araoz Sesión en San José Caso Ramirez sangre contra sangre Los malditos de Santa Rosa
<b>Unidad de análisis:</b> <b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b> Entrevista en vivo: Mercedes Araoz

VARIABLE: TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN					
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD			RELEVANCIA	INTERÉS
	Fuente propia generada por el periodista			Tema actual	De interés para el televidente
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL				EL TESTIMONIO
	IMAGEN		SONIDO	EDICIÓN	Manejo adecuado
	Apoyo visual para la entrevista		óptimo	no hubo	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA		RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	
	Se observa contraparte		Contenido coherente con la imagen	Se tratan hechos reales	
VARIABLE: PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS		DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES
	No aplica		No aplica	No aplica	No aplica
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN		DESARROLLO	FINAL	
	No aplica		No aplica	No aplica	
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN		PERSONAJE	TRATAMIENTO	
	15 minutos		relevante	independiente	
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS Selección de imágenes de acuerdo al texto. Redacción del texto sencillo y directo.	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN Edición sin efectos

**Análisis:**



La entonces Presidenta del Consejo de Ministros, y Vicepresidenta de la República Mercedes Araoz fue invitada a Cuarto Poder, no solo como ministra sino como una de las piezas más importantes del gobierno de Pedro Pablo Kuczynski. La entrevista fue difundida en el momento top del rating y se trató el tema de la declaración del Sr. Barata, Araoz observaba la participación de los procuradores en la investigación del caso Odebrecht y defendía el interés del Gobierno para que se esclarezcan las investigaciones. Araoz en varias oportunidades habla a nombre del Presidente de la República. El entrevistador durante toda la entrevista cita declaraciones textuales que el Presidente había tenido hacía poco en otro medio de comunicación y le pide a la entrevistada analizarlas.

Hablan del indulto, y el presentador interpreta hechos aislados para que sean interpretados por la Sra. Araoz, quien defiende la posición de Kuczynski de haber dado el indulto a Alberto Fujimori.

En un parte de la entrevista el presentador hace referencia a tuits que la entrevistada había publicado temas relacionados al indulto de Alberto Fujimori y la enfrenta con sus opiniones actuales, la ministra es tajante en responder que ella está de acuerdo con el

indulto humanitario.

A pesar de que la entrevista tiene momentos de discrepancia, el presentador maneja los tiempos del vivo para que la entrevistada de sus puntos de vista, respeta sus tiempos y dice públicamente que hay cosas que no comparte.

Mercedes Araoz era en ese entonces una figura política muy cercana al presidente Kuczynski y su posición era muy buscada por los medios de comunicación, tenerla como entrevistada era todo un reto para cualquier programa. Cuarto Poder logró tenerla en el set y hablar con ella de importantes temas que se relacionaban con el Presidente acusado de delitos de corrupción.

Se da buen tiempo a la entrevista en la pauta del programa por la naturaleza del personaje.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión

**Fecha:** 11/02/2018

**Fuente:** área de Archivo de América Televisión

<https://www.youtube.com/watch?v=6PdRHUg-k5A&t=5619s>

**Pauta del programa:**

Prisión preventiva para asesino de Jimena

¿Su niño o niña se iría con un extraño?

Banda de roba bancos capturada

Entrevista en vivo: Eloy Espinoza - magistrado

¿Qué pasa en chorrillos?

Lo que dirá barata

Sangre contra sangre

Los damnificados de la línea amarilla

Helado sueño ruso

<b>Unidad de análisis:</b>				
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>				
Título: "Lo que dirá Barata"				
VARIABLE: TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
	Fuente propia generada por el periodista		Tema actual	De interés para el televidente
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	Hay contraparte
	Pocas imágenes relacionadas a Pedro Pablo Kuczynski	Uso de bites en portugués traducidos al castellano.	No abusan de efectos.	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	
	Se observa contraparte	Contenido coherente con la imagen	Se tratan hechos reales	
VARIABLE: PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES			
	TIPOS DE REPORTAJE			
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES
	x			
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE			
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO	FINAL	
	x	x	x	
	ENTREVISTA EN SET			
	DURACIÓN	PERSONAJE	TRATAMIENTO	
	No aplica	No aplica	No aplica	



FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
		Selección de imágenes de acuerdo al texto. Redacción del texto sencillo y directo.		Edición sin efectos

**Análisis.-**



Esta unidad de análisis está conformada por un reportaje de 4 minutos 35 segundos de duración llamado: Lo que dirá Barata, elaborado por el periodista Carlos Hidalgo.

El reportaje está centrado en las declaraciones del abogado defensor de Jorge Barata, Carlos Kauffman, que obtiene Cuarto Poder. Barata es el principal representante de la empresa Odebrecht en el Perú. El periodista explica lo que

podría decir Barata cuando declare a la justicia peruana y que riesgo corren los involucrados.

Hace un resumen muy breve de todos los casos que estarían involucrados en el testimonio que daría Barata en los próximos días, y refiere al caso de las empresas del entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski, durante la edición de esta parte del reportaje se usan imágenes de Kuczynski como presidente de la República.

En su contenido se evidencia que el periodista desea despertar intriga en el televidente de lo que podría decir Barata en sus declaraciones y temor en los agentes políticos inmersos en estas investigaciones.

Hacen uso de imágenes de archivo y actuales como las de las declaraciones del abogado de Barata, Carlos Kauffman, quien declara en portugués, lo que es traducido durante la edición.

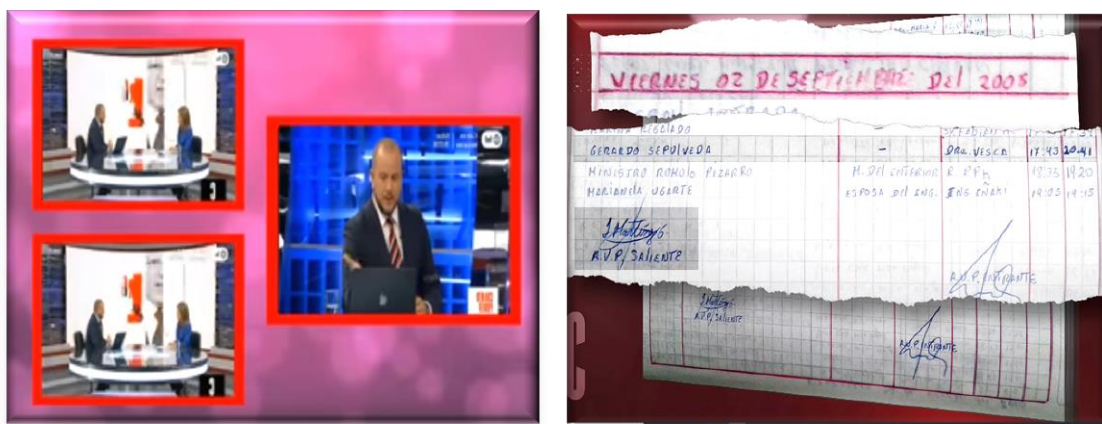
El reportaje es emitido pasadas las 9 de la noche, hora de alta sintonía.

FICHA DE OBSERVACIÓN
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión
<b>Fecha:</b> 18.02.18 <b>Fuente:</b> área de Archivo de América Televisión <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Zhc7LPKdKcA">https://www.youtube.com/watch?v=Zhc7LPKdKcA</a>
<b>Pauta del programa:</b> Entrevista en vivo desde Ayacucho: Arlette Contreras Extorsionadores de combi Entrevista en vivo: Cayetana Aljovín Caso Chorrillos hablan los videos Entrevista en vivo: Manuel Velarde Problemas en el SIS

<p>Por la puerta de la PCM</p> <p>¿Malos manejos en EsSalud?</p> <p>Muerte en Florida</p> <p>Fallecio Gerardo Privatt</p>				
<p><b>Unidad de análisis:</b></p> <p><b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b></p> <p>Entrevista en vivo: Cayetana Aljovín</p> <p>Título del reportaje: "Por la puerta de la PCM"</p>				
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
	x		x	x
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	No aplica
	x	x	No aplica	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	
	x	x	x	
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES			
	TIPOS DE REPORTAJE			
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES
	x			
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE			
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO	FINAL	
	x	x	x	
	ENTREVISTA EN SET			

	DURACIÓN		PERSONAJE		TRATAMIENTO
	13 minutos 23 segundos		Relevante		Adecuado
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODISTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
	X	X	X	X	X

### Análisis.-



Esta unidad de análisis está conformada por una entrevista en vivo a una de las ministras del Gobierno de Pedro Pablo Kuczynski, Cayetana Aljovín, ministra de Relaciones Exteriores y por el reportaje denominado: Por la puerta de la PCM, elaborado por el periodista Daniel Yovera, ambos con un tiempo total de 25 minutos

Ambos contenidos fueron colocados en la pauta del programa de manera independiente. El tema principal de la entrevista no se relaciona directamente con la unidad de análisis, pues la ministra fue invitada para tratar otro tema relacionado con Venezuela; sin embargo como la ministra era considerada una figura política importante para el Gobierno, casi al cierre de la misma el presentador le hace una pregunta relacionada con la situación por la que atravesaba el presidente Kuczynski y de manera muy corta se refiere al tema.

Con esto se evidencia el criterio del presentador del programa que ve la manera de conseguir una buena declaración de la entrevistada no solo en el tema que la lleva a ser invitada al programa, sino en relación al tema político materia de interés de la audiencia.

El reportaje titulado “Por la puerta de la PCM” cuenta las veces que el principal socio del presidente Kuczynski visitó la PCM cuando Kuczynski era Primer Ministro. Los reportes de visita son documentos que revelan en primicia, conseguidos por el Programa.

El reportaje tiene los descargos correspondientes las personas de seguridad que firman los documentos. También hacen referencia funcionarias a la que el señor Sepúlveda (socio de Kuczynski) habría invitado según los documentos publicados en primicia.

El descargo de la acusación que hacen contra el presidente Kuczynski está a cargo del abogado defensor del entonces Presidente.

En el reportaje se asocian las visitas de Sepúlveda y firma de contratos de las empresas relacionadas al entonces presidente Kuczynski con Odebecht. Afirma que estas visitas no son hechos casuales ni aislados.

En la edición no se ridiculiza la imagen del presidente Kuczynski, usan archivo de la época de Premier y cuenta con todos los descargos del caso.

Los documentos que presentan como primicia son manuscritos, pero revelan las horas de ingreso de varios personajes relacionados a la empresa Odebrecht.

Al no contar con muchas imágenes del señor Sepúlveda, hacen uso de fotografías post producidas.

El periodista trata de relacionar hechos para que el televidente saque sus propias conclusiones.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión				
<b>Fecha:</b> 25.02.18				
<b>Fuente:</b> área de Archivo de América Televisión				
<b>Pauta del programa:</b>				
Goles en lo alto				
Previniendo ataque al corazón				
Los asaltabancos de Pamplona				
La segunda ley pulpín				
Entrevista en vivo: Rosa Bartra				
La odisea de Arlette				
Comentario Barata				
Las notas de Maritza				
Muerte e injusticia en Jicamarca				
Los cobras de la carretera central				
<b>Unidad de análisis:</b>				
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>				
Comentario en vivo: Sobre Barata				
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
	X		x	x
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	no
	archivo	No	no	

INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD		
	x	X	x		
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES	
	No aplica				
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO	FINAL		
	No aplica	No aplica	No aplica		
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN	PERSONAJE	TRATAMIENTO		
	No aplica	No aplica	No aplica		
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
	x				

**Análisis:**



Esta unidad de análisis está conformada por un comentario en vivo de 5 minutos 24 segundos de duración realizado por uno de los presentadores del programa

Augusto Thorndike. En este comentario se explica al detalle la relación de Jorge Barata, uno de los representantes de la empresa Odebrecht en el Perú y los implicados en casos de corrupción, entre ellos el entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski.

Se utilizan imágenes de archivo para poder cubrir el comentario del presentador y algunas declaraciones sobre el tema a modo de claquetas para dar dinamismo a dicho comentario.

El comentario reúne todos los hechos más próximos y reales, relacionados con el tema para que el televidente comprenda la importancia del testimonio del señor Barata.

El presentador no hace un análisis de parte, sino muestra hechos concretos e informa sobre detalles relacionados con las figuras políticas y el esperado testimonio de una de las figuras de la empresa Odebrecht que más trató con estas.



FICHA DE OBSERVACIÓN				
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión				
<b>Fecha:</b> 04.03.18				
<b>Fuente:</b> área de archivo de América Televisión				
<b>Pauta del programa:</b>				
Las cobras de la Carretera Central				
Asesinan al "Cojo Mame"				
Pecados en Santa Margarita				
El extraño caso del buzo peruano				
Fuego sobre Chaparrí				
A todos les llovió				
Barata y la Confiep				
Falsas llamadas en emergencia				
Extorsión en las redes				
<b>Unidad de análisis:</b>				
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>				
No aplica porque no se trató el tema sobre el que versa esta investigación				
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
GÉNEROS	PROGRAMA DE REPORTAJES			

PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS		DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN		DESARROLLO		FINAL
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN		PERSONAJE		TRATAMIENTO
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN

**Análisis:**

No hubo unidad de análisis en la emisión de este programa de Cuarto Poder.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión				
<b>Fecha:</b> 11.03.18				
Fuente:				
<b>Pauta del programa:</b>				
Crimen en Ascope				
Factor Yosiyama puertas adentro				
Lo que dijo Sepulveda en Chile				
Entrevista en vivo: Gilbert Violeta				
Los amigos imaginarios de Yesenia				
La ley Mulder				
Cobarde golpiza				
<b>Unidad de análisis:</b>				
<b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>				
Título: "Lo que dijo Sepulveda en Chile"				
Entrevista en vivo: Gilbert Violeta				
:TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
	x		x	x
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	
	x	x	x	
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
GÉNEROS	PROGRAMA DE REPORTAJES			
PERIODÍSTIC	TIPOS DE REPORTAJE			

OS TELEVISIVOS	POLÍTICOS		DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES
	x				
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN		DESARROLLO		FINAL
	x		x		x
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN		PERSONAJE		TRATAMIENTO
	13 minutos 26 segundos		De interés público		Adecuado
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODISTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN
	x	x	x	x	x

### **Análisis:**



Esta unidad de análisis está conformada por un reportaje y una entrevista en set, ambos contenidos suman casi 28 minutos. El reportaje estuvo a cargo del periodista Daniel Yovera.

El reportaje, explica las respuestas que dio el señor Gerardo Sepúlveda, el socio del presidente Pedro Pablo Kuczynski ante la fiscalía chilena.

El programa Cuarto Poder, obtuvo en exclusiva las afirmaciones del señor Sepúlveda y las revela en el reportaje.

Analiza cada respuesta del involucrado con situaciones que ocurrieron con las empresas que este manejaba y con firma de convenios y/o contratos de las empresas a las que habrían brindado consultorías sobre obras públicas.

El periodista se pregunta abiertamente si esta relación involucra al entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski.

En la edición del reportaje se usan mensajes de archivo, post producción de documentos, fotografías.

Es un tema bastante difícil de explicar; sin embargo el periodista trata de hacerlo de manera sencilla para que el televidente comprenda, hace uso de claquetas donde coloca fechas y montos.

En cuanto a las respuestas obtenidas en exclusiva, las usan en claquetas también con el fondo de foto de Sepúlveda.

El reportaje es bastante extenso y refuerza detalles tratados en contenidos anteriores, como la relación de trabajadoras de la PCM y las visitas del señor Sepúlveda a la PCM

Respecto a la entrevista, Gilbert Violeta, congresista de la República y uno de los congresistas más cercanos al presidente Kuczynski analiza la situación política y afirma que no que no hay votos para vacar a Kuczynski, analiza también el silencio de Martin Vizcarra, voceado entonces como el sucesor del Presidente.

Durante la entrevista se coloca imágenes del presidente en Moquegua donde habla de traidores y de Keiko Fujimori cuando habla sobre Vizcarra diciendo que

no es traidor y que es una figura política válida, por lo que interpretan que viene negociándose que Vizcarra asuma la presidencia.

El presentador es incisivo para que Gilbert Violeta explique el significado de la figura de Vizcarra y hasta que consigue que Violeta le pida públicamente un deslinde a Vizcarra.

Durante la entrevista se analiza la vacancia de Kuczynski por incapacidad moral. Se presentan declaraciones de otras personas sobre el tema para que el entrevistado de su posición al respecto o conteste.

Responde a los vínculos de conseguir financiamiento para la campaña presidencial, lo niega. La vacancia no tiene sustento legal, el entrevistado defiende su punto de vista.

La entrevista es bastante dinámica, recurren a todos los recursos audiovisuales posibles para que así sea.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión

**Fecha:** 18.03.18

Fuente: área de Archivo de Cuarto Poder

<https://www.amerikatv.com.pe/noticias/actualidad/uif-entregamos-nota-ppk-comision-lava-jato-y-salio-inmediatamente-medios-n314658>

<https://www.amerikatv.com.pe/noticias/actualidad/ppk-informe-uif-revela-compra-y-venta-inmuebles-usando-empresas-paraisos-fiscales-n314657>

**Pauta del programa:**

Un riñón para nadie

Crimen en Huaraz

Entre Odebrecht y Choquehuanca

Entrevista en vivo: Sergio Espinoza (Jefe de la Unidad de Inteligencia Financiera)

Fiscal bajo el lente

La ley electoral

Entrevista en vivo: César Villanueva

El indulto a la letra

La matemática del tigre

Los bolongos de Tumbes

**Unidad de análisis:**

**Caso Pedro Pablo Kuczynski**

Título: "Entre Odebrecht y Choquehuanca"

Entrevista en vivo: Sergio Espinoza (Jefe de la UIF)

Entrevista en vivo: César Villanueva

TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
		X		X
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	

INTENCIONAL IDAD INFORMATIVA	ÉTICA		RESPONSABILIDAD		VERACIDAD	
	x		x		x	
PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO						
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES					
	TIPOS DE REPORTAJE					
	POLÍTICOS		DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES	
	x					
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE					
	INTRODUCCIÓN		DESARROLLO		FINAL	
	x		x		x	
	ENTREVISTA EN SET					
	DURACIÓN		PERSONAJE		TRATAMIENTO	
	8 minutos y 13 minutos		relevantes		Adecuado	
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN	
	x	x	x	x	x	

### **Análisis:**

Esta unidad de análisis está conformada por dos entrevistas en vivo y un reportaje suma más de 30 minutos, y en la pauta no fue colocado en bloque.

El reportaje que antecede a la entrevista fue realizado por el periodista Daniel Yovera y explica los detalles del informe que la Unidad de Inteligencia Financiera sobre los inmuebles que adquirió el presidente de la República Pedro Pablo Kuczynski y los depósitos que hiciera Odebrecht sobre posibles asesorías. Se considera la contraparte a través del abogado del Presidente, los bites que



escoge el periodista de este personaje son precisos donde el expresa la defensa haciendo hincapié a que el presidente era un hombre que toda su vida trabajó.

La musicalización es de suspenso, y la edición usa imágenes del Google

Una de las entrevistas en vivo se realizó al entonces Jefe de la Unidad de Inteligencia Financiera, Sergio Espinoza y analizó las razones por las que un informe confidencial salió a la luz pública. Este informe revelaba la compra - venta de inmuebles poco claras que había realizado el presidente de la República, Pedro Pablo Kuczynski.

Durante la entrevista el presentador del programa Augusto Thordike hace preguntas sencillas para que el entrevistado explique de manera clara un tema técnico y difícil de comprender para la audiencia. Se usan imágenes de archivo como fondo de entrevista, en las que aparece Pedro Pablo Kuczynski. El periodista es incisivo en querer que el entrevistado le conteste como se filtró dicho documento. No se enfrenta al entrevistado y trata de manejar el tema de forma neutral, sin dejar de lado el interés por descubrir quien y como filtró la información. Desliza la idea de que la información se filtró desde el Congreso, lo que es respaldado por el entrevistado.

La segunda entrevista la realizó la presentadora Sol Carreño al entonces congresista de la República César Villanueva, quien trata de explicar los motivos por los cuales defiende la vacancia del entonces presidente Pedro Pablo Kuczynski.

La presentadora es incisiva en preguntar sobre las razones que llevaban al entonces congresista a promover la vacancia y relaciona ello con los objetivos de

algunos congresistas de conseguir ventajas para algunas universidades si el voto era a favor de la vacancia. La presentadora habla de “negociar” y le pregunta en esos términos al entrevistado, trata en todo momento de conseguir que el señor Villanueva revele las razones de la vacancia presidencial.

La entrevista va acompañada de imágenes de archivo del presidente Kuczynski. Se nota neutralidad en el tratamiento de la entrevista, a pesar de que corta al entrevistado varias veces.

## DISCUSIÓN

Durante las entrevistas realizadas a los distintos profesionales del programa dominical Cuarto Poder, coincidieron que en la elaboración de sus contenidos se recurre siempre a la búsqueda de la contraparte. Esta situación se pudo notar en todos los reportajes analizados.

Se observó que el contenido de las emisiones analizadas del programa Cuarto Poder, donde se trató el tema materia del estudio, fue variado, sin intencionalidad de dirigirlos hacia un tema recurrente. No se trataban de grandes revelaciones.

El programa Cuarto Poder preparó cada pauta de los 11 programas en función al interés de la audiencia y los contenidos periodísticos fueron cuidadosamente escogidos y ubicados de manera estratégica en la pauta de cada programa.

No se evidenció el uso de efectos durante la edición de los reportajes que sirvan para causar impacto adverso en el televidente. Tal y como coincidieron los profesionales entrevistados, la edición respondió a la coherencia del texto en off. La unidad de análisis trataba temas muy complejos y difíciles de entender, por lo que el equipo de reporteros asignados recurrió a recursos visuales, en su mayoría claquetas donde colocaban cifras o resumen de información para que el televidente pueda comprender más fácilmente; de acuerdo a lo señalado por uno de los editores del programa el objetivo es hacer un contenido que despierte el interés permanente del público.

Se puede destacar que los contenidos analizados han sido tratados de manera neutral, no se evidencia que la información haya sido dirigida con algún objetivo particular, más que el de tener la información de la que se hablaba durante la semana de manera más detallada, con contenidos sencillos que ayuden a que el público comprenda el detalle de las acusaciones contra el presidente Pedro Pablo Kuczynski en delitos de corrupción.

## CONCLUSIONES

Se concluye que el tratamiento de la información que hizo el programa Cuarto Poder durante la crisis política del presidente Pedro Pablo Kuczynski cumplió con el objetivo de informar a la audiencia todos los detalles del caso, se observó la contraparte en su contenido.

Se concluye que la emisión de los programas durante el tiempo de crisis no giró en su totalidad en torno al tema materia de análisis, sino según la coyuntura informativa de la semana. Hubo ediciones donde incluso no se tocó el tema

Se concluye que el manejo de los contenidos fue en su mayoría realizado por un mismo reportero del programa. Lo que generalmente se da porque el reportero maneja contactos para conseguir más detalles en primicia respecto al tema, o conoce a profundidad el mismo.

Se concluye que en el manejo visual no se abusó de efectos ni de edición ni de post producción. Al tratarse de temas bastante técnicos y complicados se recurrió a recursos visuales con el objetivo de hacer los contenidos más ágiles, tanto en reportajes como en entrevistas.

En el tratamiento de la información del programa Cuarto Poder durante una de las crisis políticas más graves del Perú, no se evidencio comentarios personales de los conductores del programa y/o de los reporteros.

## RECOMENDACIONES

Este análisis de manejo de la información que uno de los programas periodísticos televisivos más importantes de la televisión nacional hizo durante una de las crisis políticas más graves del Perú puede ser parte de un entendimiento académico universitario que ayude a comprender el manejo de la información que hacen algunos medios de comunicación durante una crisis política.

Los programas dominicales no necesariamente deben ser vistos como programas políticos, a pesar de la crisis materia de análisis, hubo ediciones donde no tocaron el tema, pues la coyuntura era otra.

Este estudio demuestra la especialización de los periodistas televisivos. Muchas veces sus perfiles profesionales los llevan a manejar un solo tema y especializarse en este y por ende ser los principales elaboradores de contenidos.

La edición de los reportajes y contenidos televisivos no necesariamente deben abusar efectos durante la edición. Una edición ágil y sencilla lleva a un mejor entendimiento de los contenidos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Fuentes bibliográficas

Caldera, J. & Arranz, P. (2013). Documentación audiovisual en Televisión. España. Editorial UOC.

García, A. (2008). Aproximaciones al periodismo digital. España: Dykinson.

Gil, F. y F. Segado (2011). Teoría e historia de la imagen. Editorial Síntesis. España.

González, S. (2005). Periodismo de opinión y discurso. México: Trillas.

Gronemeyer, M. (2006). El periodismo como vocación y opción creyente. Chile: Red Teología y Vida.

Hernández, N. (2006). Actividades de autoimagen, cortesía y descortesía: tipos de actividades de imagen en un debate televisivo. En Blas, J. L.; Casanova, M. y Velando, M. (eds.) (2006). Discurso y sociedad. Contribuciones al estudio de la lengua en contexto social. Castellón: Universitat Jaume I, 637-648.

Hernández, R., Fernández, C.; Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Klapper, J. T. (1960). The Effects of mass communication. An analysis of research on the effectiveness and limitations of mass media in influencing the opinions, values, and behavior of their audiences. Nueva York: The Free Press. [Edición española: (1974). Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios de difusión. Madrid: Aguilar. Trad. de José Aurelio Álvarez Remón].

León, B. Azevedo, M. Baquero, J. Francés, M. & Salcedo, M. (2010). Ciencia para la televisión: el documental científico y sus claves. España: Editorial UOC.

Luhmann, N. (1998). Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general. México D.F.: Anthropos, Universidad Iberoamericana, Pontificia Universidad Javeriana.

Pinedo, C. (2006). Televisión y formación. España: Red Comunicar.

Rains, D. G. (2002) Principios de Neuropsicología humana. México: Mc Graw Hill.

Rivera, J. (2003). El periodismo cultural. Buenos Aires, Argentina: Paidós. Valderrama, S. (2014). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Lima: Editorial San Marcos.

Roam, D. (2009). La clave es la servilleta. Edit. Norma. Colombia

Rodrigo, M. (2005). La construcción de la noticia. Nueva edición revisada y ampliada. Barcelona: Paidós Comunicación.

Santamaría, L. (1990). El comentario periodístico. Los géneros persuasivos. Madrid: Paraninfo.

Valdez, A. (2004). Mercadotecnia Gubernamental para la construcción de consensos, imagen y legitimidad. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Wolton, D. (1992). War Game. La información y la Guerra. México: Editorial Siglo XXI.



## **Fuentes de tesis**

Baeza, N. (2012). Cómo se construyó el candidato: Un estudio sobre Imagen Política. Tesis. Argentina: Universidad Nacional de La Plata. Recuperado el 24 de junio de 2016 desde <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.836/te.836.pdf>

Cantarero, M. A. (2003). Periodismo televisivo El Salvador: Audiencias, formatos e implicaciones sociales. El Salvador. Recuperado el 22 de junio desde <http://www.geocities.ws/mariocantarero/archivo/periodismotv.pdf>

Cuentas, S. (2003). Programas periodísticos televisivos y su impacto en la democracia. Caso de los canales 2 y 4 durante el proceso electoral del 2000. Tesis. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Goffman, E. (2005). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu.

Martínez, J. L. (1974). Redacción periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita. Barcelona.

Orejuela, S. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral, Piura: Universidad de Piura. Recuperado el 24 de junio de 2016 desde <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2009/Art060-83.pdf>

Rico, G. (2008). La construcción política del carisma: las imágenes de los líderes y su impacto electoral en España. (Tesis doctoral) Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Soto, M. T. (2000). Influencia de la percepción visual del rostro del hablante en la credibilidad de su voz. (Tesis doctoral). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Padilla, P. J. (2010). Impacto de la mercadotecnia política en la construcción de la imagen pública de los candidatos a diputados federales 2009 en Aguas Calientes. Tesis de maestría. Aguas Calientes: Universidad Autónoma de Aguas Calientes.

Vera, M. A. (2013). El periodismo de investigación frente a los hechos de corrupción en el Congreso. Caso Elsa Canchaya y Cecilia Anicama. Tesis. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Villafane, J. (2006). Introducción a la teoría de la imagen. Madrid: Pirámide.

Villagomez, N. (2003). Periodismo de investigación en la televisión ecuatoriana. Tesis. Quito: Universidad Internacional SEK.

### **Fuentes hemerográficas**

Arriaga, E. G. (2003). La Teoría de Niklas Luhmann. *Convergencia* (32), mayo-agosto, México, 1405-1435.

Fanger, E. M. P. (2014). Análisis de la imagen en campañas políticas. *Comunicación y Ciudadanía*, (86), Abril-junio, 1-26.

Garrido, L. (2011). Habermas y la teoría de la acción comunicativa. *Razón y palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, (75), febrero-abril, 1-19.

Gutiérrez, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y Sociedad*, (14), julio-diciembre, 169-198.

Martínez, J. L. (1988). La comunicación periodística frente al reto electrónico. El retorno a los géneros. *Cuenta y Razón*, 34, 59-64.

Moreno, P. (2003). El periodismo informativo en televisión. Lenguaje, género y estilo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 269-280.

Orejuela, S. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. *Revista de Comunicación* 8, 60-83.

Pino, M. y Bravo, L. (2005). La memoria visual como predictor del aprendizaje de la lectura. *Psykhé*, 14 (1), mayor, 47-53.

Púñez, N. (2017). El pensamiento visual: una propuesta didáctica para pensar y crear. Sección: Investigación en Educación, 161-177

Quiroz, Y. R. (2015). Aplicación del whatsapp en el periodismo digital y ciudadano. *Hamut'ay* 2(1), Enero-junio, 71-83.

Ramírez, J. (2012). Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión. *Correspondencias & Análisis*, (2), 99-109.

Ramírez, L. A.; Arenas, A. M. y Henao, G. C. (2005). Caracterización de la memoria visual, semántica y auditiva en niños y niñas con déficit de atención tipo combinado, predominantemente inatento y un grupo control. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 3 (3), diciembre, 89-108.

Rodríguez, X. R. (2011). Los efectos de la comunicación de masas de Joseph T. Klapper. *Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación*, (75), febrero-abril.

Suárez, J. C. (2014). Cuestiones deontológicas acerca de la veracidad informativa. *Investigación en comunicación aplicada*, (87), Julio-Septiembre, 1-20.

Zambrano, M. G. y Villalobos, O. (2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana. *Anagramas*, 9 (17), 67-82.

#### Fuentes de Internet

Bretones, M. T. (1997). Funciones y efectos de los medios de comunicación de masas: los modelos de análisis. Recuperado el 14 de agosto de 2016 desde <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/6201/1/FUNCIONES%20Y%20EFECTOS%20DE%20LOS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACION%20DE%20MASAS.%20Bretones.pdf>

Dufrene, M. (s.f.). La percepción. [http://www.ugr.es/~jfzuniga/2-d/1-eii/eii0910/materiales/100504-3ra\\_parte\\_capitulo1\\_a\\_garcia-trevijano.pdf](http://www.ugr.es/~jfzuniga/2-d/1-eii/eii0910/materiales/100504-3ra_parte_capitulo1_a_garcia-trevijano.pdf)

Heras, A. I. (2011). Elementos básicos del lenguaje audiovisual para quienes desean usar el video a los fines de documentar y analizar procesos educativos. Recuperado el 12 de agosto de 2015 desde: <https://documentarevideo.files.wordpress.com/2011/08/apuntes-heras-y-burin-2011.pdf>

Masoni, S. (2008). La nueva teoría estratégica. Recuperado el 12 de agosto de 2015 desde <https://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/2008-11-18-rafael-alberto-pc3a9rez-y-sandra-massoni-hacia-una-teor3ada-general-de-la-estrategia.pdf>

Molla, P. (2011) Blog ideas dibujadas "Pensamiento Visual". Consultada el 25 de junio del 2018. <http://facilitaciongrafica.blogspot.pe/p/contratar.htm>

Salas, E., Cordero, G., Márquez, K. (2014). Análisis sobre el contenido de noticieros de televisión nacional transmitidos por señal abierta en la ciudad de Guayaquil-Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, agosto. Recuperado de <http://caribeña.eumed.net/noticieros-televison-nacional/>

Sosa, N. (2000). Estrategias retóricas en la construcción de la actualidad periodística. Análisis de la noticia de la prensa. En A. Gimete, (Comp.), *Ensayos semióticos* (pp. 107-115). México: Asociación Mexicana de Estudios Semióticos/ Universidad de Puebla/ Miguel Ángel Porrúa.

Strate, L. (2012). El medio y el mensaje de McLuhan. Recuperado el 12 de agosto de 2016 desde [http://www.infoamerica.org/icr/n07\\_08/strate.pdf](http://www.infoamerica.org/icr/n07_08/strate.pdf)



## ANEXOS

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	ANTECEDENTES	UNIDAD	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
¿Cuál fue el tratamiento de la información periodística en el programa televisivo Cuarto Poder durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?	Analizar el tratamiento de la información del programa periodístico dominical Cuarto Poder durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.	Cantarero (2003) en el estudio Periodismo televisivo El Salvador: Audiencias, formatos e implicaciones sociales, El Salvador.  Villagomez (2003) en la tesis Periodismo de investigación en la televisión ecuatoriana, Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador.	<b>1.3.1 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN</b>	1.3.1.1 Criterios de selección  1.3.1.2 Modos de representación  1.3.1.3 Intencionalidad informativa	A. Novedad B. Relevancia C. Interés  A. Recursos audiovisual a.- la imagen b.- el sonido c.- edición  B.- El testimonio  A. Ética B. Responsabilidad C. Veracidad
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Antecedentes			
¿Cómo se trabajó el contenido periodístico del programa televisivo Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?  ¿Cómo se presenta el tiempo (espacio) del programa televisivo Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?	Analizar el contenido periodístico (temática y enfoque) del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.  Analizar el tiempo (espacio) del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.	Nacionales  Vera (2013) en la tesis El periodismo de investigación frente a los hechos de corrupción en el Congreso. Caso Elsa Canchaya y Cecilia	<b>1.3.2 PROGRAMAS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS</b>	1.3.2.1 Géneros periodísticos televisivos	A. Género informativo  a.- Programa de reportajes tv - Tipos de reportaje • Políticos • De investigación • De actualidad latente • Policiales  b. Construcción del reportaje • Introducción • Desarrollo • Final

<p>¿Cómo se presenta los criterios periodísticos del programa televisivo Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski?</p>	<p>Analizar los criterios periodísticos del programa Cuarto Poder en la difusión de informaciones durante la crisis política del expresidente Pedro Pablo Kuczynski.</p>	<p>Anicama, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.</p> <p>Cuentas (2003) en la tesis "Programas periodísticos televisivos y su impacto en la democracia. Caso de los canales 2 y 4 durante el proceso electoral del 2000", Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.</p>		<p>1.3.2.3 Funciones y responsabilidades en un programa periodístico televisivo</p>	<p>c. Entrevista en vivo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duración</li> <li>• Personaje</li> <li>• Tratamiento</li> </ul> <p>A. Dirección  B. Producción  C. Equipo de reporteros  D. Equipo de camarógrafos  E. Edición  F. Enlaces en vivo</p>
--	--	--	--	---	--



ANEXO 2: Instrumento de recolección de la información

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Análisis de programa Cuarto Poder / Transmitido por América Televisión				
<b>Fecha:</b> Fuente:				
<b>Pauta del programa:</b>				
<b>Unidad de análisis:</b> <b>Caso Pedro Pablo Kuczynski</b>				
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN				
CRITERIOS DE SELECCIÓN	NOVEDAD		RELEVANCIA	INTERÉS
MODOS DE REPRESENTACIÓN	LENGUAJE AUDIOVISUAL			EL TESTIMONIO
	IMAGEN	SONIDO	EDICIÓN	
INTENCIONALIDAD INFORMATIVA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD	VERACIDAD	

PROGRAMAS PERIODÍSTICO TELEVISIVO					
GÉNEROS PERIODÍSTICOS TELEVISIVOS	PROGRAMA DE REPORTAJES				
	TIPOS DE REPORTAJE				
	POLÍTICOS	DE INVESTIGACIÓN	DE ACTUALIDAD LATENTE	POLICIALES	
	CONSTRUCCIÓN DEL REPORTAJE				
	INTRODUCCIÓN	DESARROLLO		FINAL	
	ENTREVISTA EN SET				
	DURACIÓN	PERSONAJE		TRATAMIENTO	
	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES EN UN PROGRAMA PERIODÍSTICO TELEVISIVO				
	DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	REPORTEROS	CAMARÓGRAFOS	EDICIÓN

## PERIODISTAS

### Tratamiento de la información

- ¿En el argumento del reportaje que se muestran las diversas posiciones temáticas respecto a la información que se vierte?
  - ¿Considera que siempre existe un interés en todo reportaje o se mantiene imparcialidad?
  - ¿Todos los puntos de vista son considerados, incluyendo aquellas que defienden el Estado de Derecho?
  - ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje interpretan todos los intereses incluyendo la del espectador, o considera que emite alguna posición?
  - ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje se asocian a un interés del poder en particular o se asocian a aspectos culturales y sociales de los peruanos?
  - ¿El programa asume la responsabilidad de la información que entrega en la emisión televisiva?
  - ¿Cuándo es que presenta correcciones de la información?
  - ¿Se procura la veracidad de la información con pruebas sustentatorias?
- Sí, se procura evitar rectificaciones al aire o procesos legales por difamación.

### Programas periodísticos televisivos

- ¿En qué sentido se aborda en los programas emitidos el interés ciudadano?

- Cuando se hacen reportajes políticos: ¿El contenido informativo del reportaje se basa en torno al actor político o al hecho político? ¿Se considera lo noticioso provocado por el actor político?
- ¿Se apela la repetición de la imagen del actor político durante la producción del reportaje, para que el ciudadano lo recuerde?
- ¿Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político o se favorece su aceptación o crítica?
- ¿En qué medida considera que la composición visual contribuye a la imagen del actor político en los reportajes? ¿Siempre es idónea en los reportajes?
- ¿De qué manera cree que se transgrede la imagen de un actor político en la producción de un reportaje? ¿y si se deseara su trascendencia? ¿cuál genera mejor rating?
- ¿Cuál es la estructura de los contenidos informativos de los reportajes que involucran a un actor político?

## ANEXO 4: Entrevistas a periodistas.

**Entrevistada: Gabriela García Hildebrandt**

**(Directora Cuarto Poder)**

### **Tratamiento de la información**

- ¿En el argumento del reportaje que se muestran las diversas posiciones temáticas respecto a la información que se vierte?

Generalmente. Sí se trata de un tema de debate político, se busca guardar equilibrio de información buscando a representantes de las diversas fuerzas.

- ¿Considera que siempre existe un interés en todo reportaje o se mantiene imparcialidad?

La imparcialidad es un fin. Se intenta llegar a él, trascendiendo cualquier postura.

- ¿Todos los puntos de vista son considerados, incluyendo aquellas que defienden el Estado de Derecho?

Por sobre todo los que defienden el estado de derecho

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje interpretan todos los intereses incluyendo la del espectador, o considera que emite alguna posición?

Las imágenes junto con el texto en una edición constituyen un lenguaje. Construimos el discurso en base a un tema, historia específicos. Las imágenes generalmente corresponden a esto. No se busca tomar una posición determinada.

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje se asocian a un interés del poder en particular o se asocian a aspectos culturales y sociales de los peruanos?

Se trata de comunicar ideas que el público diverso pueda interpretar, por ello se asocian a aspectos culturales y sociales.

- ¿El programa asume la responsabilidad de la información que entrega en la emisión televisiva?

Sí. El programa asume la responsabilidad

- ¿Cuándo es que presenta correcciones de la información?

Cuando se ha vulnerado de alguna manera la veracidad de lo presentado. Al no recoger o intentar recoger la versión de una persona o institución mencionada por ejemplo.

- ¿Se procura la veracidad de la información con pruebas sustentatorias?

Siempre. Un dicho, una imagen, un documento, no bastan. Son el inicio de una investigación en la que se cruzan los datos en busca de soporte de dicha información. Si no la hay, no se publica.

### **Programas periodísticos televisivos**

- ¿En qué sentido se aborda en los programas emitidos el interés ciudadano?

Partiendo de la idea de que lo que se emite tiene interés público, se busca dar información sobre hechos que reflejan la realidad del ciudadano, colocando los reflectores sobre irregularidades que pudieran cometer sus autoridades o dando

razón de uso indebido de dinero público. Reflejando y reflexionando también sobre las necesidades de los ciudadanos.

- ¿El contenido informativo del reportaje se basa en torno al actor político o al hecho político? ¿Se considera lo noticioso provocado por el actor político?

Depende. El hecho político suele ser lo más común.

- ¿Se apela la repetición de la imagen del actor político durante la producción del reportaje, para que el ciudadano lo recuerde?

No existe una decisión sobre lograr recordación del actor político con ese fin. Simplemente se cuenta la historia con el consiguiente uso de la imagen.

- ¿Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político o se favorece su aceptación o crítica?

Se da información concisa sobre los agentes políticos y sus acciones con una visión ciudadana. Evitando las subjetividades. De tal manera que sea el espectador quien saque sus propias conclusiones.

- ¿En qué medida considera que la composición visual contribuye a la imagen del actor político en los reportajes? ¿Siempre es idónea en los reportajes?

La imagen es muy poderosa. Construye ideas sin usar palabras. Solemos dar a todos los actores un tratamiento visual no diferenciado para evitar subjetividades.

- ¿De qué manera cree que se transgrede la imagen de un actor político en la producción de un reportaje? ¿y si se deseara su trascendencia? ¿cuál genera mejor rating?

Hay muchas formas de hacerlo en el tratamiento de una grabación y en la edición, pero no nos parece ético hacerlo. Si existe una crítica a algún hecho generado por un actor político, en nuestro caso, se le busca directamente y confronta con argumentos periodísticos. Imagino que transgredir la imagen de un político burlescamente generaría rating, pero restaría credibilidad. Estamos más interesados en lo segundo.

- ¿Cuál es la estructura de los contenidos informativos de los reportajes que involucran a un actor político?

Generalmente, un hecho que genera interés público. Verificación de la información por diversas fuentes. Búsqueda de los agentes políticos mencionados



**Entrevistado: Carlos Mauriola Martinez**

**(Productor General Cuarto Poder)**

**Tratamiento de la información**

- ¿En el argumento del reportaje que se muestran las diversas posiciones temáticas respecto a la información que se vierte?

Sí

- ¿Considera que siempre existe un interés en todo reportaje o se mantiene imparcialidad?

Se mantiene imparcialidad

- ¿Todos los puntos de vista son considerados, incluyendo aquellas que defienden el Estado de Derecho?

Todos son considerados

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje interpretan todos los intereses incluyendo la del espectador, o considera que emite alguna posición?

Con las imágenes no se puede hablar de posición, por que registran hechos

- ¿La imágenes utilizadas en el reportaje se asocian a un interés del poder en particular o se asocian a aspectos culturales y sociales de los peruanos?

Se asocian al interés de la noticia.

- ¿El programa asume la responsabilidad de la información que entrega en la emisión televisiva?

Si

- ¿Cuándo es que presenta correcciones de la información?

Hay precisiones, no correcciones

- ¿Se procura la veracidad de la información con pruebas sustentatorias?

Si no hay comprobación de la denuncia no se emite el reportaje

### **Programas periodísticos televisivos:**

- ¿En qué sentido se aborda en los programas emitidos el interés ciudadano?

En todo sentido, el interés del ciudadano es el predominante.

- ¿El contenido informativo del reportaje se basa en torno al actor político o al hecho político? ¿Se considera lo noticioso provocado por el actor político?

Los hechos son provocados por personas

- ¿Se apela la repetición de la imagen del actor político durante la producción del reportaje, para que el ciudadano lo recuerde?

No, si se habla del un personaje cualquiera, hay que poner la imagen respectiva.

- ¿Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político o se favorece su aceptación o crítica?

Ninguna de las dos, solo se informa del hecho.

- ¿En qué medida considera que la composición visual contribuye a la imagen del actor político en los reportajes? ¿Siempre es idónea en los reportajes?

La composición visual tiene que ver con la noticia, es secundario el efecto de contribución o no a la imagen del actor político o social, es idónea para la emisión de la noticia.

- ¿De qué manera cree que se transgrede la imagen de un actor político en la producción de un reportaje? ¿y si se deseara su trascendencia? ¿cuál genera mejor rating?

Quizás publicando imágenes sin explicar su contexto. No hay cómo explicar cual tendría más rating, depende de muchos factores.

- ¿Cuál es la estructura de los contenidos informativos de los reportajes que involucran a un actor político?

Depende del hecho en sí, no hay una estructura definida, hay múltiples estructuras, depende de la noticia que se cubra.

## **Entrevistada: Matilde Soto Amasifuen**

### **(Reportera Cuarto Poder)**

#### **Tratamiento de la información**

- ¿En el argumento del reportaje que se muestran las diversas posiciones temáticas respecto a la información que se vierte?

Sí. Ninguna nota periodística es emitida sin la voz y posición de los personajes mencionados en un reportaje.

- ¿Considera que siempre existe un interés en todo reportaje o se mantiene imparcialidad?

Se mantiene la imparcialidad. De lo contrario, los filtros encargados de verificar el contenido de los reportajes se encargan de verificar si la balanza está equilibrada.

- ¿Todos los puntos de vista son considerados, incluyendo aquellas que defienden el Estado de Derecho?

Todos los puntos de vista son considerados aunque las voces que defiendan el “estado de derecho” estén venida a menos en un país con altos niveles de corrupción enquistados en el propio seno de lo que llamamos “estado”.

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje interpretan todos los intereses incluyendo la del espectador, o considera que emite alguna posición?

Un reportaje tiene un objetivo: la opinión pública y se elabora para que todos y todas puedan entender un problema que les atañe como sociedad a través de un lenguaje claro y sencillo. Ello incluye la imagen.

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje se asocian a un interés del poder en particular o se asocian a aspectos culturales y sociales de los peruanos?

El Periodismo ayuda a entender la realidad.

- ¿El programa asume la responsabilidad de la información que entrega en la emisión televisiva?

Si

- ¿Cuándo es que presenta correcciones de la información?

Las correcciones, si es que las hay, son hechas antes de la emisión de un reportaje.

- ¿Se procura la veracidad de la información con pruebas sustentatorias?

Obviamente. De lo contrario, no sería responsable y la veracidad del periodista estaría en juego.

### **Programas periodísticos televisivos:**

- ¿En qué sentido se aborda en los programas emitidos el interés ciudadano?

En todos los ámbitos de acuerdo a la coyuntura que le toca vivir a la opinión pública. Pueden ser sociales, médicos, económicos, etc...

- ¿El contenido informativo del reportaje se basa en torno al actor político o al hecho político? ¿Se considera lo noticioso provocado por el actor político?

Pueden ser las dos cosas. Si un actor político, por ejemplo, presenta un proyecto de ley importante para el país será noticia. Muchas veces lo noticioso es

provocado por el actor político, ya sea por sus buenas o malas acciones que deben ser fiscalizadas.

- ¿Se apela la repetición de la imagen del actor político durante la producción del reportaje, para que el ciudadano lo recuerde?

No la misma imagen, pero sí se muestra al personaje realizando diversas actividades y no para que el ciudadano lo recuerde, sino por un tema de lenguaje televisivo.

- ¿Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político o se favorece su aceptación o crítica?

Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político.

- ¿En qué medida considera que la composición visual contribuye a la imagen del actor político en los reportajes? ¿Siempre es idónea en los reportajes?

Suele suceder que los reportajes que tienen como centro a un actor político casi siempre están vinculados a una denuncia. Por lo tanto, no hay espacio para la composición. Se busca que la imagen sea directa. Además, casi siempre, los actores políticos son abordados, pues no suelen estar dispuestos a dar entrevistas sentados detrás de un escritorio.

- ¿De qué manera cree que se transgrede la imagen de un actor político en la producción de un reportaje? ¿y si se deseara su trascendencia? ¿cuál genera mejor rating?

Se transgrede si es grabado junto a su familia o en una actividad íntima que no tenga nada que ver con el tema o la denuncia del reportaje.

- ¿Cuál es la estructura de los contenidos informativos de los reportajes que involucran a un actor político?

La estructura de un reportaje depende del estilo del periodista y del lenguaje que desee usar para que la información llegue a la opinión pública. En mi caso todo empieza con una buena imagen.

**Entrevistado: Sergio Vergaray Mejía**

**(Camarógrafo Cuarto Poder)**

**Tratamiento de la información:**

- ¿En el argumento del reportaje que se muestran las diversas posiciones temáticas respecto a la información que se vierte?

Definitivamente. Es por norma, no sólo en reportajes de índole político, sino en todos los que se trabajan, consultar a todas las fuentes de información que se aluden en el reportaje.

- ¿Considera que siempre existe un interés en todo reportaje o se mantiene imparcialidad?

Si la pregunta está orientada a saber si, específicamente en Cuarto Poder, el tema político se trabaja en base a un interés particular. Definitivamente, no. Siempre se busca trabajar de la manera más imparcial posible, razón por la cual, en los reportajes, sobretodo en los de denuncia, siempre se busca la versión de todas las partes involucradas. Cuando este requisito básico no se cumple, la nota no se emite.

- ¿Todos los puntos de vista son considerados, incluyendo aquellas que defienden el Estado de Derecho?

Si, por norma.

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje interpretan todos los intereses incluyendo la del espectador, o considera que emite alguna posición?



A diferencia de los reportajes periodísticos impresos, en donde lo gráfico se basa en fotografías, en televisión, contar una historia en base a videos, es un poco más complejo y toma mucho más tiempo. Con el trabajo de las imágenes, lo que se busca, es que el espectador tome interés en el reportaje. No es muy fácil mantener la atención de una nota de 10 o 15 minutos. Quizás, la descripción o recreación de un hecho específico en imágenes, pueda confundirse con una especie de intencionalidad, cuando en realidad sólo es cuestión de “estética televisiva”

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje se asocian a un interés del poder en particular o se asocian a aspectos culturales y sociales de los peruanos?

El interés del trabajo, es únicamente de información periodística.

- ¿El programa asume la responsabilidad de la información que entrega en la emisión televisiva?

Sí, al cien por ciento

- ¿Cuándo es que presenta correcciones de la información?

Las correcciones se pueden dar en todo momento. Inclusive, minutos antes de la emisión de los Reportajes. Esto se da mayormente en los reportajes políticos que, por su naturaleza, dependen mucho de la coyuntura

- ¿Se procura la veracidad de la información con pruebas sustentatorias?

Definitivamente, todo reportaje, se trabaja en base a documentos sustentatorios que prueben la denuncia o hecho que se desarrolla durante la emisión del mismo.

### **Programas periodísticos televisivos:**

- ¿En qué sentido se aborda en los programas emitidos el interés ciudadano?

Teniendo todos los puntos de vista en los reportajes y en las entrevistas de estudio.

Cuando se hacen reportajes políticos:

- ¿El contenido informativo del reportaje se basa en torno al actor político o al hecho político? ¿Se considera lo noticioso provocado por el actor político?

Depende del tenor del reportaje, hay algunos que no involucra a un actor político en particular, pero sí a un hecho político. Por el formato del Programa, siempre un personaje o hecho político, es noticioso.

- ¿Se apela la repetición de la imagen del actor político durante la producción del reportaje, para que el ciudadano lo recuerde?

Cuando el tema lo requiere y por cuestión del lenguaje audiovisual, se trabaja mucho con la imagen del político motivo del reportaje. Por lo general, las tomas no se repiten

- ¿Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político o se favorece su aceptación o crítica?

Sí, esto se da cuando el personaje político da su versión mediante una entrevista o alguna declaración escrita, ó por medio de su representante legal. En algunas ocasiones el personaje político no acepta participar en el reportaje

- ¿En qué medida considera que la composición visual contribuye a la imagen del actor político en los reportajes? ¿Siempre es idónea en los reportajes?

Para la elaboración de cualquier reportaje televisivo, las imágenes son la materia prima del mismo. La creación de una imagen siempre se basa en la historia que se necesita contar. La composición visual ayuda a reforzar lo que se dice en palabras, a la vez que facilita la comprensión del espectador, sobretodo, en los reportajes en donde abundan los datos técnicos.

- ¿De qué manera cree que se transgrede la imagen de un actor político en la producción de un reportaje? ¿y si se deseara su trascendencia? ¿cuál genera mejor rating?

Difícil que un reportaje transgreda la imagen de un político. Hay herramientas legales que penan estas acciones, y en todo caso, si sucediera, las personas afectadas pueden usar estas herramientas para las demandas respectivas.

En la actualidad, no creo que el rating de un programa político, se mida según a quién se ataca o a quién no. Por el contrario, creo que la fidelidad del espectador se basa en la objetividad y credibilidad del programa.

- ¿Cuál es la estructura de los contenidos informativos de los reportajes que involucran a un actor político?

La estructura de los contenidos de un reportaje sobre un hecho político ó que trata sobre un personaje político, es, en resumen, lo explicado líneas arriba. El punto de partida, es la comprobación de la veracidad de la información que se respalda con las pruebas (generalmente documentarias) que sustentan la misma. Ya en el trabajo de campo, se requiere las versiones de las personas involucradas o

aludidas en el tema. Mantener la objetividad en el reportaje, es fundamental para mantener la credibilidad de cualquier programa periodístico.

**Entrevistado: Carlos Correa**

**(Editor Cuarto Poder)**

**Tratamiento de la información:**

- ¿En el argumento del reportaje que se muestran las diversas posiciones temáticas respecto a la información que se vierte?

Sí. Toda información recogida acerca del personaje u actor político es relevante. Información recogida de personajes que aportan a contextualizar y potenciar el reportaje es valiosa y de mucha utilidad.

- ¿Considera que siempre existe un interés en todo reportaje o se mantiene imparcialidad?

Visto desde la otra tribuna siempre habrá un interés político. Sin embargo, la imparcialidad tiene que estar de todas maneras. Es la única forma de garantizar el equilibrio en un reportaje.

- ¿Todos los puntos de vista son considerados, incluyendo aquellas que defienden el Estado de Derecho?

Así es. Todos los puntos de vista referidos al mismo (reportaje) tienen que ser considerados. El Estado de Derecho sino el más importante tiene que ser tomado en cuenta.

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje interpretan todos los intereses incluyendo la del espectador, o considera que emite alguna posición?

Definitivamente el recurso audiovisual mantiene una posición de acuerdo a la perspectiva del reportaje. Pero, mantener las imágenes y el sonido en una posición en que cautive el interés del espectador es de suma importancia y responsabilidad.

- ¿Las imágenes utilizadas en el reportaje se asocian a un interés del poder en particular o se asocian a aspectos culturales y sociales de los peruanos?

Las imágenes están asociados al interés del reportaje. Definitivamente, el interés social y cultural del país es el eje del reportaje.

- ¿El programa asume la responsabilidad de la información que entrega en la emisión televisiva?

El programa asume toda la responsabilidad del contenido emitido.

- ¿Cuándo es que presenta correcciones de la información?

Las correcciones se dan antes de la emisión del reportaje con la recolección y corroboración de datos proporcionados por la Unidad de Investigación, cruce de información, redacción de texto y estructura del guión, hasta el momento mismo de la edición del reportaje. Aquí el editor cumple un rol muy importante porque es él junto al reportero quienes ultiman los detalles finales en la edición y post producción del reportaje a emitir.

- ¿Se procura la veracidad de la información con pruebas sustentatorias?

Toda la información emitida es rigurosamente sustentada, corroborada y analizada previamente antes de emitirla. Esto garantiza definitivamente su veracidad.

### **Programas periodísticos televisivos:**

- ¿En qué sentido se aborda en los programas emitidos el interés ciudadano?

El interés ciudadano es el principal objetivo en la realización de un reportaje. Entonces, las historias que tocamos están dirigidas a eso.

- ¿El contenido informativo del reportaje se basa en torno al actor político o al hecho político? ¿Se considera lo noticioso provocado por el actor político?

El contenido informativo se basa en el hecho político. De ahí que el actor político se convierte muchas veces en el personaje de mayor relevancia. Y sí, muchas veces el actor político induce con su conducta a ser portada en primer plano de los hechos noticiosos.

- ¿Se apela la repetición de la imagen del actor político durante la producción del reportaje, para que el ciudadano lo recuerde?

Muchas veces hemos oído la frase: "Una imagen vale más que mil palabras", pues sí, aquí calza muy bien este dicho. Como en publicidad la "recordación de marca". La televisión tiene el poder de la imagen y el sonido que a diferencia de otros medios de comunicación es un valor agregado muy importante. Entonces, si

es necesario repetir una imagen, se hará, siempre y cuando ésta no transgreda los principios de valores y/o hiera la susceptibilidad del televidente.

- ¿Se facilita la comprensión del pensar y proceder del actor político o se favorece su aceptación o crítica?

Ambas situaciones son válidas. Muchas veces la aceptación del personaje político depende del contenido del reportaje. Si es una situación relevante a favor de país, por ejemplo, ésta será una reacción favorable frente al espectador. De lo contrario, el pensar del televidente cambiará si ésta no lo es, como regularmente ocurre.

- ¿En qué medida considera que la composición visual contribuye a la imagen del actor político en los reportajes? ¿Siempre es idónea en los reportajes?

En televisión, la composición visual siempre es importante. Pero, lo es más la conducta de los personajes que intervienen en los reportajes. Más aún, dependerá de ellos establecer una conducta intachable y mantener su idoneidad para merecer una connotación visual mejorada frente al espectador.

- ¿De qué manera cree que se transgrede la imagen de un actor político en la producción de un reportaje? ¿y si se deseara su trascendencia? ¿cuál genera mejor rating?

La imagen de un actor político se transgrede cuando se cruza la línea de lo netamente personal. Lo ideal es mantener equilibrio y tratar la información con responsabilidad y cuidado, siempre que sea de interés público. La única manera de trascender y obtener rating es obteniendo información de alta credibilidad, tratarla con rigurosidad y utilizar todos los recursos audiovisuales para obtener un mayor impacto.

- ¿Cuál es la estructura de los contenidos informativos de los reportajes que involucran a un actor político?

Generalmente, la estructura de los programas informativos varían dependiendo la cantidad de material que se tiene por ofrecer. Evidentemente, las noticias de carácter político y de personajes políticos toman mayor importancia. De acuerdo a cómo se van midiendo los niveles de audiencia se va estructurando una pauta con el orden de emisión de los reportajes.