



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

EAP. DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Televisión informativa : influencia mediática de los
noticieros de América Televisión (canal 4) en las
decisiones del poder político : caso indulto a José
Enrique Crousillat López Torres (diciembre del 2009 a
marzo del 2010)**

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título de Licenciado en Comunicación Social

AUTOR

Angela Icumina Palla

LIMA – PERÚ
2010

*Mi informe profesional dedico a Dios,
a mi maravillosa familia y a mis
excelentes maestros.*

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	04
CAPITULO I	
EL QUEHACER PROFESIONAL.....	08
a. -Identificación	
b. -Organización	
c. -Objetivos	
d. -Público Objetivo	
e. -Estrategias de trabajo	
f.- Periodo de Ejecución	
CAPITULO II	
OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN	26
CAPITULO III	
OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN	27
CAPITULO IV	
EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN	28
Televisión Informativa.....	29
El Poder Político y los Medios de Comunicación.....	42
La Opinión Pública.....	45
Organización de la Agenda y Efecto de Impresión.....	47
-Análisis de contenidos del noticiero matutino “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central del canal cuatro.....	49
CAPITULO V	
METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN	66
CAPITULO VI	
RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN	68
VI.1 Nueva descripción	
VI.2 Los contextos en que se desarrolló la experiencia	
VI.3 Aspectos centrales	
CAPITULO VII	
BALANCE	72
a.- Lecciones aprendidas	
CAPITULO VIII	
APORTES DE LA SISTEMATIZACIÓN REALIZADA	73
• A nivel Profesional	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
BIBLIOGRAFIA	77

INTRODUCCION

La televisión informativa se ha convertido en una parte esencial y determinante de nuestra realidad social. Así lo demuestran diversos estudios que señalan que la televisión informativa ofrece básicamente la información del entorno de la inmensa mayoría de la población y por consecuencia modelan en forma penetrante los conceptos del público en cuanto a la vida política. La complejidad y la trascendencia de este hecho es tan evidente que cualquier deseo de conocerla no necesita justificación.

Siendo el acontecer noticioso una de las principales labores de la gran mayoría de las empresas televisivas nacionales y sobre todo de gran responsabilidad para los Comunicadores Sociales que laboran en ella, decidimos realizar la sistematización de la experiencia laboral de más de diez años en redacción para noticieros de televisión.

Dentro de ese largo recorrer profesional y después de reflexionar, recuperar información, de ordenar e identificar los temas que han estado presente siempre en mi experiencia profesional como es la relación de los medios de comunicación con el poder político, decidí tomar como objeto de sistematización la experiencia laboral realizada en el noticiero matutino de América Televisión (canal 4): “Primera Edición”, en el tratamiento de la información que brindó a la noticia del indulto al ex empresario de televisión y ex dueño de América Televisión José Enrique Crousillat López Torres, por razones humanitarias, dada a través de la RESOLUCIÓN 285-2009-JUS, publicada en el diario oficial el peruano, de fecha once de diciembre del 2009, hasta la anulación del

indulto mediante RESOLUCIÓN SUPREMA 056-2010-JUS, de fecha catorce de marzo del 2010.

Decidí tomar como objeto de sistematización este tema por varias razones; entre ellas está que el personaje de la noticia don José Enrique Crousillat López Torres, ex dueño de América Televisión, representa una época en que los medios de comunicación en nuestro país se vendieron al poder político. Período que esperemos no se repita y para ellos necesitamos, como manifiesta Rosa Zeta Pozo en su artículo titulado “Los medios peruanos, en busca de la credibilidad perdida”, una televisión con solvencia económica y transparencia empresarial que permita la independencia en la labor informativa y de instituciones que respalden al periodista, para que éste no someta su independencia informativa ante los medios de comunicación por mantener su estabilidad laboral.

Otra de las razones por la que elegí la noticia del indulto a José Enrique Crousillat López Torres es que me permitirá dar a conocer cómo es en la actualidad la relación de los medios de comunicación, especialmente la televisión informativa, con el poder político en nuestro país. Para cumplir con ese objetivo analizamos el contenido de los noticieros de América Televisión, el matutino “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central”, en la cobertura que realizó al caso del indulto a José Enrique Crousillat López Torres (diciembre del 2009 a marzo del 2010) y conocer si su trabajo informativo influyó en la decisión del Presidente de la República para revocar el indulto al ex empresario televisivo. Este análisis de contenido de ambos noticieros lo realizamos a través de la metodología de la organización de la agenda y efecto de impresión desarrollados por los autores Shanto Iyengar y Donald R. Kinder en su libro

“*Televisión y opinión Pública*” y que es aplicada también por otros autores. La organización de la agenda plantea que los problemas que reciben especial atención o cobertura en las noticias de televisión se transforman en los que el público televidente considera más importantes para el país y por consecuencia se convierten en la agenda pública. Pero no sólo se influye en el público televidente con la cantidad de cobertura, sino también con el tipo de noticias y el público que tiene. El efecto de Impresión se refiere a los cambios de conceptos que utiliza la gente para hacer evaluaciones políticas. Es decir al llamar la atención sobre unos asuntos, ignorando otros, las noticias de televisión influyen en los parámetros mediante los cuales se juzgan a los gobiernos, a los presidentes, a las políticas, a los candidatos y a la función pública. Este conocimiento, que se supone tan evidente para los profesionales de la comunicación, es olvidado por los mismos, debido a la presión del tiempo, rating y la rutina de trabajo, permitiendo que se olviden principios claves de nuestra labor: la verdad como la esencia de la información y la independencia como elemento indispensable para su logro, el predominio del interés del bien común sobre los intereses particulares, la calidad de los contenidos informativos, la prioridad de los temas de fondo sobre los triviales, la independencia en la labor informativa, la idónea orientación de la opinión pública y reconocer al público como sujeto al que pertenece la información.

Pero antes de sumergirnos en la aplicación del método de la organización de la agenda y efecto de impresión haremos un recorrido por temas como: la televisión informativa, el poder político y los medios de comunicación y la opinión pública.

En la primera parte de este informe describimos nuestro quehacer profesional: redacción en noticieros de televisión y presentamos a la institución y el área donde realizamos la experiencia objeto de sistematización: la Compañía de Radiodifusión S.A. América Televisión, canal 4, noticiero matutino “Primera Edición”.

En la segunda parte definimos el objeto de sistematización: Influencia Mediática de los Noticieros de América Televisión (canal 4) en las decisiones del Poder Político: caso indulto a José Enrique Crousillat López Torres (diciembre del 2009 a marzo del 2010).

En la tercera parte señalamos los objetivos de la sistematización de la experiencia que es conocer si los noticieros de América Televisión (canal 4) influyeron en la decisión del Presidente de la República en el tema de la revocatoria del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres. Otro de los objetivos es saber cuál es la relación actual de los medios de comunicación, como la televisión informativa, con el poder político en nuestro país. En la cuarta parte vemos los ejes temáticos de la sistematización como son la televisión informativa, el poder político y los medios de comunicación, la opinión pública y el método de la organización de la agenda y efecto de impresión. En la quinta parte nos referimos al método de la sistematización como herramienta que nos ayudó a analizar la experiencia profesional en la televisión informativa. En la sexta parte hablamos de los resultados de la sistematización y el balance obtenido. Finalmente, plasmamos los aportes a nivel profesional y las conclusiones y recomendaciones que surgieron de la sistematización de nuestra experiencia.

CAPITULO I

EL QUEHACER PROFESIONAL

a). Identificación

Desde el año 2006 hasta la actualidad laboro como redactora suplente para el noticiero matutino “Primera Edición”, que se emite por la Compañía de Radiodifusión S.A. América Televisión (canal 4) a nivel nacional, de lunes a viernes, de cinco y treinta de la mañana a diez de la mañana. Mi quehacer profesional en el área de redacción se inicia a las once de la noche y culmina a las siete de la mañana. Las actividades que realizo son las siguientes:

- a) Revisión de los textos e imágenes de las notas informativas elaboradas por los reporteros del Servicio de Noticias de América Televisión, para verificar su actualidad.
- b) Revisión de los textos e imágenes de las notas informativas cubiertas por los corresponsales de noticias al interior del país.
- c) Revisión de las principales notas informativas llegadas por la vía satélite.
- d) Revisión de las notas informativas que fueron emitidas en el noticiero “América Noticias Edición Central”, con el fin de cambiar claquetas que identifiquen a ese noticiero o cubrir imágenes que pueden herir la susceptibilidad del público del noticiero matutino.
- e) Elaboración del reporte de todas las notas informativas. Cada una con una síntesis del qué, cómo, cuándo, dónde. Además se debe informar si las notas informativas fueron emitidas por el noticiero central, si están editadas o no, a qué notas debemos cambiar claquetas y que imágenes podemos cubrir por el

impacto emocional que pueda producir. Este reporte es entregado al Director Periodístico del noticiero.

- f) Distribución de las notas informativas a los editores con las indicaciones dadas por el Director Periodístico del noticiero.
- g) Revisión en Internet de medios periodísticos que cubrieron las mismas noticias que el Servicio de Noticias de América Televisión, con el objetivo de enriquecer las presentaciones de las notas informativas.
- h) Redacción de las presentaciones de las notas informativas según el índice o pauta elaborado por el Director Periodístico del noticiero, para ser enviado vía sistema al teleprompter e imprimir el mismo para ser entregado a los narradores o presentadores del noticiero.

b.- Organización

La empresa privada comercial de comunicación de señal abierta donde se realizó la experiencia profesional objeto de la sistematización es la Compañía de Radiodifusión S.A. América Televisión (canal 4), sito en Jirón Montero Rosas N° 1099, Santa Beatriz, cercado de Lima. Está asociada alrededor de una sola gestión empresarial: El Comercio, generando una base monopólica de funcionamiento en cadena. Lo que le permite extender su capacidad de llegada a territorios amplios y múltiples del país, incluso rurales, recurriendo a diversas tecnologías para lograrlo.

La empresa como tal salió de una gran crisis económica y moral generada por la directiva que encabezó la familia Crousillat entre los años 1994 y 2001, famoso por vender, por varios millones de dólares, la línea editorial del canal al gobierno de Alberto

Fujimori. Tras caer el régimen, los dueños de la empresa no dudaron en apoderarse de los mejores equipos y de un cuantioso dinero, dejando en el desamparo tecnológico y monetario al canal y a su personal. Luego de una serie de medidas judiciales se nombró una administración judicial para que dirija las riendas de la empresa.

Posteriormente América Televisión es vendida al consorcio denominado Plural TV conformado por las empresas de Comunicación El Comercio, La República y Bavaria Caracol de Colombia. A partir de entonces, los nuevos directivos de América Televisión confeccionaron una programación más acorde a estos tiempos y gracias al avance tecnológico, a la inmediatez informativa y a una programación variada y entretenida, el canal se vio recompensando con una alta rentabilidad, producto de la publicidad.

En ese marco los directivos de América Televisión también tomaron otras acciones oportunas como pagar puntualmente todos los beneficios laborales de los trabajadores, asumieron las deudas adquiridas con la administración Crousillat y procuraron brindarles al personal las mayores comodidades para el desarrollo de sus obligaciones. Pero además los nuevos ejecutivos buscaron repotenciar el área de prensa, no sólo proporcionando una mejor infraestructura física y tecnológica para trabajar, sino amplió el horario de sus informativos, tal como sucedió con el noticiero matutino, del mediodía y de los sábados. No sólo para satisfacer a un público ávido de información y tener más espacios publicitarios, sino también para forjar y reforzar una credibilidad perdida y una línea de opinión mermada por los acontecimientos ocurridos durante el régimen fujimorista.

Sin embargo, es importante destacar que estos logros también se deben al cambio cultural producidos al interior de la organización que busca mejorar el nivel de vida de sus trabajadores y de su público televidente. Este cambio se ha hecho más evidente desde que la empresa Editora El Comercio se hiciera dueño de casi la totalidad de las acciones de América Televisión (2007), luego de adquirirlas de su socio mayoritario Bavaria.

Desde que dirige los destinos de este canal, El Comercio ha implementado y desarrollado una política de pluralidad, respeto y transparencia en la pantalla, que no agrede al televidente con sus imágenes y expresiones verbales y más bien promueve su capacidad de razonamiento y cuestionamiento.

Según la información difundida en su página Web, link Institucional <http://www.americatv.com.pe/mericatv/mericatv.asp> , América Televisión afirma ser el canal comercial pionero en la actividad televisiva en el Perú y el canal que en los últimos años ha marcado la pauta de lo que es hacer televisión en nuestro país.

En los últimos tiempos se han tomado acciones trascendentales, así como otras que forman parte de la actividad diaria, que le han permitido a América Televisión convertirse hoy por hoy en el canal de mayor credibilidad y de mejor programación de la televisión peruana y en el 2009, sin lugar a dudas, afirma haberse consolidado como el canal número uno de la televisión peruana.

América televisión cuenta con Principios Rectores y un Código de Ética en la cual define su:

a) Misión Periodística

Orientar e informar, entretener y culturizar de manera coherente con los principios rectores consignados en el documento de estilo, satisfaciendo así la cultura informativa de la audiencia.

b) Misión Frente a la audiencia

*Orientadora

Orientar a los ciudadanos dentro del marco de los principios democráticos, los derechos humanos y los valores cívicos, especialmente los que propugnan la libertad, la verdad, la honradez y la igualdad.

*Informativa

Servir a los distintos grupos socioeconómico de todo el país mediante la entrega de información independiente, veraz, plural y variada.

*Intelectual

Atender editorialmente los aspectos culturales, espirituales y de entretenimiento, de tal forma que satisfaga las necesidades intelectuales y se eleve y grafique al ser humano.

c) Visión

*Frente al país

Se proyecta como un grupo televisivo con informativos independientes, veraces y plurales comprometidos editorialmente con la institucionalidad democrática y el justo nivel de vida en lo social, político y económico.

*Frente a sus múltiples audiencias

Se proyecta como un innovador Grupo formado por un conjunto de medios informativos, productos y servicios en constante innovación, atentos a las necesidades de su audiencia para servirla con eficiencia.

*Frente a sus trabajadores

Se proyecta como una sociedad de empresarios y trabajadores que satisface las necesidades de desarrollo personal y profesional de quienes participan en ella.

*Frente a los anunciantes

Se proyecta como una empresa que entiende el negocio, el mercado y las necesidades de sus anunciadores y los sirve multimediáticamente, colaborando así con el logro de sus objetivos empresariales.

*Frente a los accionistas

Se proyecta como una inversión exitosa que, atendiendo a estos Principios Rectores y a sus deberes con la sociedad, su audiencia, trabajadores y anunciantes, responde debidamente a las expectativas económicas de sus accionistas.

Breve repaso histórico del noticiero matutino “Primera Edición”

El primer antecedente de noticiero matutino en el Perú se remonta a 1975 con la emisión de “El Peruano” por canal 7, que duró muy breve tiempo. Al año siguiente América Televisión produce “Esta mañana” que estuvo en el aire sólo algunos meses. 1980 marca el fin definitivo de los gobiernos originados en los cuarteles. La apertura democrática promueve la aparición de nuevas propuestas periodísticas como “Panorama” de Panamericana Televisión (canal 5) o “Testimonio” en América

Televisión (canal 4). Simultáneamente, tras la disolución de Telecentro (que agrupaba a todas las radiodifusoras) los noticieros entran en franca competencia la cual se hizo más fuerte con la aparición de nuevas estaciones de televisión: Frecuencia Latina (canal 2) en 1983 y Andina de Televisión (canal 9) en 1984. Hasta entonces la programación de las principales televisoras se iniciaba a las 9 a.m. con dibujos animados o repetidas series familiares, es decir, era un horario al cual no se le prestaba importancia. El noticiario que más temprano se emitía era el veterano “El Panamericano” que se transmitía a las 12 horas.

No es sino hasta el 16 de octubre de 1981¹ que podemos señalar como la fecha de nacimiento de este tipo de espacios. Es cuando aparece en las pantallas “Buenos días, Perú” el cual fue presentado como la edición matutina de “El Panamericano”, pero con la diferencia de que el nuevo programa se extendía a lo largo de 3 horas, iniciándose a las 6 a.m. Era la primera vez que un informativo iba a tener semejante duración. Hubo quienes no le auguraron larga vida, pero Genaro Delgado Párker, dueño de Panamericana Televisión, había organizando su área de prensa a través de lo que denominó Centro de Noticias de tal manera que éste nutriera a los programas creados o por crearse. El broadcaster se había inspirado en “Good morning, America” (de ahí es de donde tomó el nombre) de la ABC, pero a su vez aplicó la experiencia de Radioprogramas del Perú para diseñar la estructura primigenia de dicho espacio: cada media hora las noticias se repetían y entre las 7 y 8 a.m. se agregaba una entrevista de actualidad, para ello apeló a reconocidos hombres de prensa: Alfonso Tealdo, César

¹ GARGUREVICH, Juan. *Prensa, radio y televisión. Una historia crítica*. Lima, Editorial Horizonte, 1987 .pág. 187

Hildebrandt y Alfonso Baella. Las microondas se empleaban para llevar información en directo, pero ello era sólo en ocasiones especiales. Los primeros meses de “Buenos días, Perú” no fueron económicamente rentables por lo que se apeló a nuevas estrategias para atraer a los anunciantes: tarifas con precios rebajados además de la aparición de un nuevo tipo de publicidad: los Teleavisos, en donde prácticamente cualquiera con un mínimo de dinero podía ofrecer su producto y hasta mandar saludos en televisión entre 6 de la mañana y el mediodía (éstos vienen a ser el equivalente a los Avisos Clasificados de los diarios y se mantienen hasta nuestros días de una manera un poco más sofisticada y con distintos nombres).

La aparición de “Buenos días, Perú” obedecía no sólo a una necesidad informativa, sino también al objetivo a mediano plazo de Genaro Delgado Párker de convertir a su canal en el primero con una programación las 24 horas para a la larga hacerse de la porción más grande de la torta publicitaria en todos los horarios.

Hubo muchos intentos de competencia (“Antemeridiano”, “Telediario”, “Esta mañana”, “Primera Noticia”, etc.), pero todos ellos fracasaron debido a que cuando aparecieron prácticamente copiaron la estructura de “Buenos días, Perú”, cuando éste estaba ya consolidado o no tenían la infraestructura adecuada para competir de igual a igual y porque en aquel entonces la inversión publicitaria y el público no eran lo suficientemente grandes para todos.

El 17 de mayo de 1994 aparece en América Televisión “Primera Edición”, el cual marca una segunda etapa en los noticiarios matutinos. El equipo de canal 4 había estado

reforzándose con gente proveniente de su competidor directo, canal 5. Es así que su noticiario estelar, “Primera plana”, remontó desde un humilde y lejano cuarto lugar hasta lograr aspirar a ser el primero.

Si bien la oferta informativa podría ser la misma, “Primera Edición” se caracterizó por darle una nueva estructura a las mañanas: entre 6 y 7 a.m. sólo noticias (casi las mismas de la noche anterior); entre 7 y 8 a.m. las principales informaciones matizadas con alguna entrevista si es que ésta ameritaba y, he aquí la principal diferencia, enlaces vía microondas permanentes para llevar la información en el momento mismo en que ésta se producía en el lugar de los hechos. Finalmente, entre 8 y 9 a.m. el formato se tornaba más familiar-femenino, con notas inactuales o curiosas lo cual se complementaba con presentaciones o demostraciones en el estudio y con un lenguaje más coloquial el cual dejaba de lado al teleprompter. “Primera Edición” presentó rostros relativamente nuevos, mientras que los prácticamente inamovibles conductores de “Buenos días, Perú” habían envejecido con el programa y, además, las riñas entre ellos habían trascendido la pantalla y recalado en las primeras planas de la prensa de espectáculos.

Los roles se invirtieron en pocos meses, el noticiario del 5 pasó al segundo lugar. Cuando decidieron renovarse cayeron en el error de repetir el formato de “Primera Edición”, lo que a la larga hizo desaparecer de la pantalla a sus conductores (Roxana Canedo, Gonzalo Iwasaki, Humberto Martínez Meza, etc.). La crisis fue de tal magnitud que por breve tiempo “Buenos días, Perú” pasó a llamarse “24 horas – Edición matinal”. Con dicha denominación pensaron que podían mantener al público que los

sintonizaba a las 10 de la noche, pero la estrategia fue fallida porque la composición del mismo y su comportamiento eran diferentes.

Otros canales intentaron aprovechar la circunstancia y entraron en la lid: Frecuencia Latina lanzó “Impacto Hoy” bajo conducción de Arturo Bayly y la actriz Lourdes Bérninzon, éste fue un mal remedo de CBS-Telenoticias por pedido expreso de su director, Julián Cortez; cuando el programa fue levantado del aire sólo sobrevivió, por inexplicables razones, su bloque deportivo con Alex Rissi el cual se emitía en vivo a las 7 a.m. Lo singular del caso es que éste era acompañado por una marioneta que representaba a un perro chusco de nombre “Contreras” que, como su nombre lo indica, en tono burlesco contradecía las opiniones del conductor. En una ocasión el periodista se enfermó y el espacio subió de rating con la sola conducción del muñeco. El principio del fin del programa llegó cuando el títere fue sacado de pantalla por problemas de propiedad intelectual entre el canal y el comediante que le ponía la voz, Carlos Vílchez.

ATV tampoco se quedaría atrás y emite “Tiempo Real” con Marisol García, Pedro Salinas y Guillermo Giacosa que fue una producción encargada a Monitor, canal de cable creado por Genaro Delgado Párker. Estuvo pocos meses en el aire.

Durante los años más duros del régimen de Fujimori hubo fuertes presiones sobre la prensa a través de los propietarios de los medios de comunicación, esto no fue ajeno a los programas matutinos. Cualquier información política comprometedor se trataba muy ligeramente o se privilegiaba el punto de vista oficial. Las notas policiales o de entretenimiento comenzaron a tener más peso en el menú de noticias como una manera

de evadir la influencia externa, pero en la estructura general de los informativos no hubo casi ningún cambio (algo similar ocurrió en la mayoría de los medios escritos).

En setiembre del 2001 se difunde el video Montesinos-Kouri. Se genera una gran demanda de noticias debido a los continuos destapes que se hacían a tal punto que un periódico que salía por las mañanas podía estar desactualizado antes del mediodía. En esta vorágine de acontecimientos se comienza a gestar una tercera etapa en los noticiarios matutinos: en primer lugar, a tanta demanda de información optan paulatinamente por salir al aire más temprano (reza la premisa: “el que primero lanza la noticia hace suya la primicia”). En segundo lugar, con la difusión de los siguientes vladivideos y vladiaudios se confirmarían una serie de rumores sobre la presión que se ejercía sobre los medios de comunicación. José Francisco y José Enrique Crousillat López Torres, mandamases de América Televisión, habían negado en más de una oportunidad haber vendido la línea informativa de su televisora y que lo que hicieron era por convicción.

Al suceder hechos que demostraban lo contrario los principales periodistas de Canal 4 renunciaron, algunos emigraron a la competencia y con ello se produjo el traspaso de know-how informativo. “Buenos días, Perú” se remozó con los rostros de su antiguo competidor, “Primera Edición”, cuyo abrupto final se produjo el 29 de enero de 2001.

Durante un tiempo Panamericana Televisión no tuvo competidores al frente, salvo un apresurado y fallido intento de Canal 2 con “A primera hora” (con Jaime Chíncha y

Beatriz Alva Hart) por adueñarse del público que acostumbraba ver América Televisión por las mañanas y que no migró en su totalidad a Panamericana.

No resignada a perder espacio y forzado a llenar una programación de 24 horas en abril de ese año canal 4 saca al aire “América Hoy”, inspirado en el magazine de Televisa llamado “Hoy”. Ya no le da al matutino el peso periodístico que tuvo antes debido a los escándalos en los que la familia Crousillat estaba envuelta y porque dicha televisora pasaba un mal momento económico y no tenía para contratar figuras de primer nivel, ni para realizar una cobertura informativa adecuada. Martín Del Pomar (quien se inició como figurante en el programa infantil “Nubeluz”) y Mabel Huertas, novata y promovida reportera del servicio de noticias, fueron los encargados de dar la cara. Contra todos los pronósticos recupera parcialmente la sintonía y hasta eventualmente supera a “Buenos días, Perú”.

Los compromisos económicos incumplidos de América Televisión hicieron que sus acreedores a través del INDECOPI tomaran su administración a principios del 2002. Una nueva gerencia encargada a Consultora A se dedicó primero a ordenar las cuentas y posteriormente a reestructurar programas.

“América Hoy” (que había pasado por una serie de cambios entre los cuales estaba que su conducción recayó en José Rocha y Ana Trelles) se convirtió en “Un nuevo día” el 25 de noviembre de dicho año con Carlos Cornejo y Sol Carreño a la cabeza del equipo. Ya para entonces se había establecido que la hora de inicio era las 5.30 a.m. (o unos minutos antes).

Paralelamente Panamericana Televisión atravesaría por una crisis tras revelarse que su hasta entonces propietario, Ernesto Schutz, también había sido cómplice de Vladimiro Montesinos. Esto permitió a Genaro Delgado Párker tomar el control del canal lo cual significó la salida de muchos periodistas no simpatizantes con el nuevo administrador.

Por su parte, Televisión Nacional del Perú (Canal 7) haría un esfuerzo más modesto con “Confirmado – Primera Edición” que se convirtió en una alternativa debido a la pluralidad de su información y a una mejor elección de sus conductores.

En mayo de 2003 el consorcio Plural TV (conformado por Caracol de Colombia y los diarios “La República” y “El Comercio”) asume el control de América Televisión y se compromete a mantener una independencia informativa respaldada por el prestigio de sus socios peruanos. Los programas periodísticos entran en reestructuración y en junio del 2003 sale un renovado “Un nuevo día” con la conducción de Federico Salazar, Verónica Linares y Gonzalo Núñez, un mes después se les uniría Fiorella Rodríguez en el segmento de espectáculos.

El miércoles 5 de mayo de 2004, por una cuestión de registro en INDECOPI, se cambió el nombre de “Un nuevo día”, que estaba patentado en Arequipa, por el de “América Noticias – Primera Edición”, para más adelante ser conocido nuevamente como “Primera Edición”. Desde el 2007 dirige las riendas del América Televisión el grupo El Comercio y el noticiero “Primera Edición” es el primer contacto del público con la información y es presentado con veracidad, agilidad y carisma por la dupla Federico Salazar y Verónica Linares, con su estilo ágil y entretenido de analizar las noticias, nos presenta todas las mañanas la mejor opción en información. Además Gonzalo Núñez

nos mantiene al día acerca del deporte nacional e internacional y Johanna San Miguel con las ganas, picardía y originalidad que la caracteriza, nos mantiene al tanto del mundo del espectáculo.

Federico Salazar



Co-conductor de noticieros matutinos, en Panamericana Televisión y América Televisión. Co-conductor de programas periodísticos en Radioprogramas del Perú. Ha sido jefe de la sección financiera del diario La Prensa, editor de la revista Meridiano de Lima, columnista de los diarios Expreso, Ojo, Universal, Gestión y lo es actualmente de Perú 21. Fue encargado de la Facultad de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación de la Universidad San Ignacio de Loyola y es profesor de cursos de periodismo en el Centro Cultural de la Universidad Católica y la Universidad Particular San Martín de Porres, así como director de la revista mensual Quid.

Veronica Linares



Verónica Linares es periodista graduada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón - UNIFE. El impulso para su carrera surgió de una convocatoria de Televisión Nacional del Perú para laborar como practicante en el Noticiero "Confirmado". Finalizadas sus prácticas fue contratada como reportera y en forma paralela fue conductora del informativo matutino. Al cabo de un año pasó a las filas de Canal "A" donde también se desempeñó como reportera del Noticiero "Esta Noche Noticias" allí permaneció 8 meses. Luego integró el equipo periodístico de Panamericana Televisión, donde realizó enlaces en vivo y reportajes especiales para el Noticiero Buenos Días Perú. Tres años después asumió el reto de conducir el programa Primera Edición de América Noticias.

Gonzalo Nuñez



Gonzalo Nuñez Andrade 37 años, graduado en Derecho y Ciencias Políticas en la Universidad de Lima, además periodista con 10 años de experiencia televisiva y radial. Diez años ininterrumpidamente, laborando en distintos medios televisivos. Conductor del programa Fútbol en América y de los bloques deportivos de los noticieros Primera Edición y América Noticias desde hace dos años.

Johanna San Miguel



Nuestra carismática conductora comenzó su carrera como actriz en la telenovela "Carmín", pasando por "El Hombre que debe Morir", "Los Unos y los Otros", "Soledad" y la serie "Pataclau" encarnando al conocido personaje Queca, además participó en las conocidas obras teatrales "Chancho Amor", "Muérete Cupido", "Puro Cuento", "2x1" entre otras, incursionando también en la música y como conductora en la radio, prepara también una obra a estrenarse en el 2009. Actualmente conduce exitosamente el bloque América Espectáculos, reto asumido con las ganas, picardía y originalidad que la caracteriza.

c.- Objetivos

El noticiero matutino “Primera Edición” tiene como objetivo informar con veracidad y agilidad, entretener y culturizar de manera coherente con los principios rectores consignados en el documento de estilo de América Televisión (canal 4), satisfaciendo así la cultura informativa de la audiencia, que lo premia con su sintonía. Pero no se debe olvidar que, ante todo, América Televisión es una empresa y como tal persigue la obtención de beneficios económicos.

d.- Público Objetivo

El público objetivo del noticiero matutino “Primera Edición” es el adulto de los segmentos AB, C, DE. Obteniendo alta sintonía como lo reporta el rating hogares-fuente: IBOPE TIME Perú de los meses diciembre del 2009, enero, febrero y marzo del 2010.

e.- Estrategias de trabajo

Según la experiencia profesional adquirida para realizar un trabajo exitoso en un informativo televisivo se tiene que conocer cuatro cosas fundamentales:

Lo primero que se debe conocer es la línea editorial del medio en el que se labora, en este caso la línea editorial de América Televisión (canal 4), plasmadas en el documento de estilo y el código de ética para no ir en contra de ellos.

El segundo requisito indispensable es tener conocimiento de los recursos económicos, técnicos y humanos que cuenta el medio de comunicación donde se labora; este conocimiento permitirá decidir si se pueden efectuar determinadas coberturas.

La tercera es tener cultura de actualidad, es decir tener conocimiento de lo que está sucediendo en el ámbito político, social, económico, deportivo y artístico del país y el mundo. El conocimiento de los ámbitos mencionados puede no ser especializado. Tener cultura de actualidad es un requisito obligatorio del Comunicador.

El cuarto requisito es tener conocimiento técnico, pues la información televisiva requiere de un proceso periodístico y técnico de elaboración. En este último entran en funcionamiento diversos aparatos de captación, tratamiento y almacenamiento de imágenes y sonido. El dominio y manejo de los mismos exige diversas categorías de profesionales. El periodista en unos casos tiene que manejar algunos, en otros da orientación al especialista para que los realice según su planteamiento periodístico y para ello tiene que conocer la capacidad y alcance expresivo de esos equipos para poder conseguir lo que busca. La información televisiva exige un trabajo coordinado de dos profesionales: el periodista y el técnico. Cada uno domina su terreno, pero tiene que ser el periodista quien dé la orientación y el enfoque de la información y la técnica se ponga al servicio de este.

f.- Periodo de ejecución

En el año 2006 ingresé a laborar en el área de redacción en el noticiero matutino “Primera Edición” de América Televisión (canal 4) como redactora suplente, actividad que cumplo hasta la actualidad.

El periodo de objeto de estudio de la sistematización de la experiencia profesional es desde diciembre del 2009 hasta marzo del 2010.

CAPITULO II

OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN

Después de recuperar, ordenar y analizar la experiencia laboral realizada en los informativos televisivos durante más de diez años y extraído varios ejes temáticos, decidimos sistematizar la experiencia laboral en el noticiero matutino “Primera Edición” de América Televisión (canal 4) durante la cobertura que realizó desde diciembre del 2009 hasta marzo del 2010 a la noticia del indulto concedido por el Presidente de la República Alan García Pérez, por razones humanitarias, al ex dueño de América Televisión José Enrique Crousillat López Torres. Quedando nuestro objeto de sistematización en el siguiente título: Influencia Mediática de los Noticieros de América Televisión (canal 4) en las decisiones del Poder Político: caso indulto a José Enrique Crousillat López Torres. (diciembre del 2009 a marzo del 2010).

CAPITULO III

OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

La presente sistematización de la experiencia en la televisión informativa tiene como objetivo principal el conocer si los noticieros de América Televisión (canal 4) influyeron mediáticamente en la decisión del Presidente de la República en la revocatoria del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres y dar por concluidos los servicios del Ministro de Justicia Aurelio Pastor.

Otro de los objetivos es saber cuál es la relación actual de los medios de comunicación, como la televisión informativa, con el poder político en nuestro país.

CAPITULO IV

EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

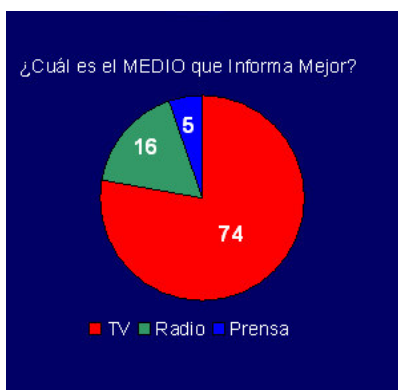
Para analizar y conocer si existe influencia mediática de los medios de comunicación, como la televisión informativa, en algunas decisiones del poder político es imprescindible plantearnos temas como: la televisión informativa, el poder político y los medios de comunicación, la opinión pública y finalmente definimos en qué consiste el método de la organización de la agenda y efecto de la impresión.

TELEVISIÓN INFORMATIVA

En primer término debemos conocer que para millones de seres en este mundo, la televisión ha ingresado a formar parte importante de la propia realidad de cada individuo. Estemos de acuerdo o no, este gran invento del hombre ha logrado día a día reunir a millones de televidentes a través de una misma señal. Es quizá uno de los fenómenos básicos de nuestra civilización. La Televisión nos ofrece una enorme y creciente variedad de contenidos sin necesidad de movernos de nuestros hogares: entretenimiento, divulgación, propaganda, moda, pero, sobre todo, información. En general la televisión es el medio de información de las masas por excelencia.

La televisión informativa, que es un producto de elevado consumo, narra algunos acontecimientos de la actualidad que son los más relevantes, pues nadie cuando ve un informativo piensa que no está enterándose de lo más importante de la actualidad nacional e internacional.

En nuestra realidad, estudios de audiencia, como la realizada por Conecta/ América TV 2006, demuestran que la televisión es el medio de comunicación preferido por la mayor parte de la población para conectarse con el acontecer nacional y mundial. Por consecuencia quién puede dudar de la fuerza integradora – en el campo de las comunicaciones - que cumple en el Perú actual la televisión, entendiéndose esta fuerza como el poder para hacer ingresar en la gran mayoría de los hogares todo los acontecimientos socio-económicos y políticos de mayor influencia en la actividad de la nación.

¿Cuál es el MEDIO que informa Mejor?

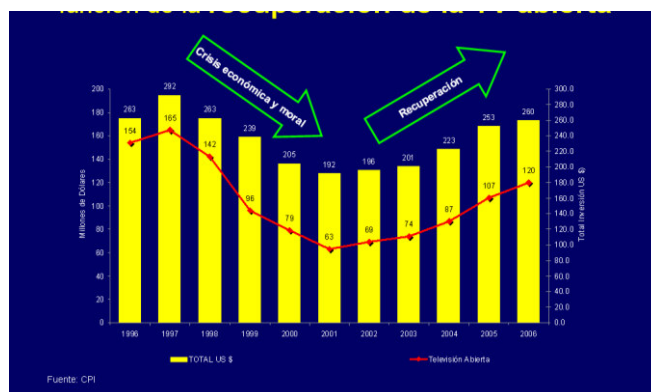
Fuente: Conecta / América TV 2006

<http://www.americatv.com.pe/americanatv/estypre.asp>

Si hacemos un balance de la actuación de la televisión informativa en nuestro país en los últimos quince años encontraremos facetas positivas y negativas. Lamentablemente los aspectos negativos de prensa sobornada, parcializada, progubernamental, difamatoria, desinformadora, son los que han tenido mayor eco y en consecuencia han causado mayor daño al periodismo peruano; sin embargo también debemos destacar aspectos positivos como el de un sector de periodistas, que a pesar de las dificultades, y con investigaciones serias reveló una serie de irregularidades gubernamentales.

Este panorama en la televisión informativa, cuyo prestigio se vino abajo por los dueños de los canales y periodistas que se vendieron al fujimontesinismo, Ernesto Schütz (canal 5), los hermanos Winters (canal 2), Vera Abad (canal 9) y los Crousillat (canal 4), está tratando de ser cambiado por los nuevos dueños de los canales de televisión como es el caso de America Televisión que desde el 2007 lo dirige el grupo El Comercio.

Fuente: CPI Recuperación de la televisión abierta
<http://www.americatv.com.pe/american/estypre.asp>



Cabe señalar, como lo afirma Rosa María Alfaro Moreno ², el crecimiento del poder político de los medios, sobre todo de la televisión informativa, se debe a la reducción del poder de los partidos políticos y una escasa convocatoria institucional de la sociedad civil. En tanto los autores Shanto Yyengar y Donald R. Kinder reafirman que los medios de comunicación, sobre todo la televisión informativa, modelan en forma penetrante los conceptos del público en cuanto a la vida política y por ende la información televisiva es poder. ³ Ellos señalan que el hombre actual llega a juicios sin el beneficio de la experiencia directa: sin hacer su propio análisis. Como rara vez toma parte en los grandes eventos políticos, el hombre común tiene que depender de la información y de los análisis que otros le dan: en los tiempos actuales, de la información y de los análisis que le suministran los medios masivos. Esta dependencia otorga a los medios de comunicación una enorme capacidad para confirmar el pensamiento público.

² ALFARO, Rosa María. *Medios para la democracia y el desarrollo universal*. Lima, expuesto en el Foro Latinoamericano “Comunicación & Desarrollo”, 2006, pág. 2

³ SHANTO, Yyengar (y) Donald R. Kinder, *Televisión y Opinión Pública*. México, editorial Gernika, 1993, pág.10

CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

Según nos recuerda la profesora Magdalena García en su libro ⁴ “La Agenda Política en Televisión” las características de la información televisiva son:

a) La Programación, la continuidad

La Televisión más que programas unitarios, es serialidad, continuidad. Dentro de la unidad sistemática y organizada que es la programación, el carácter abierto del medio permite la inclusión de noticias y flashes informativos, que por su importancia, ameritan interrupciones en cualquier momento.

b) El Directo

Es lo típico de la información televisiva, con el que la información adquiere un tratamiento peculiar que no tiene ningún medio, excepto la radio. Las modalidades del directo son las siguientes:

- Acontecimientos previsibles: desfiles, actos culturales, festivales musicales y principalmente los deportes, de los cuales el fútbol y las olimpiadas se han convertido en espectáculos mundiales, gracias al satélite.
- Actos organizados por el canal: entrevistas, debates, conferencias de prensa, shows y acontecimientos de todo tipo.
- Acontecimientos imprevisibles: se refiere casi siempre a sucesos de interés nacional o internacional de gran importancia, sobre personales destacados, estadistas; sucesos que no pueden esperar a incorporarse en los noticieros rutinarios. Como se ha dicho, constituyen la característica sobresaliente de la

⁴ GARCÍA, Toledo Magdalena, *La Agenda Política en Televisión*. Lima, editorial UNMSM, 1999 pág. 27

información televisiva. Se estudian las implicancias que para la audiencia tiene esta modalidad de transmisión, por las características de imprevisibilidad y sorpresa, que puede producir.

c) El relato informativo

En sentido general, la información televisiva sigue el esquema clásico narrativo

clímax	causas	consecuencias
nudo	planteamiento	desenlace

No necesariamente todas las noticias presentan este esquema

d) Tendencia al espectáculo

La competencia entre canales y la tendencia al entretenimiento en la programación televisiva influye en la concepción de la información como elemento destinado también a divertir a la audiencia. Los temas políticos y sociales están siendo abandonados para incorporar temáticas sensacionalistas, curiosas, individuales, etc. A ello se aúna el uso de las máximas posibilidades visuales y estéticas de la luz, el color, el contraste, la música y el sonido.

Los sujetos de los programas, locutores, presentadores, reporteros, etc., también asumen connotaciones de “estrellas”, con todo lo que el fenómeno del “star system” pueda significar. Los periodistas de televisión se convierten en líderes de opinión, modelos a imitar, participan en actividades sociales y hasta políticas, hacen publicidad para bancos e instituciones financieras, etc.

e) Culto a la personalidad

Ligado a lo anterior, la televisión tiende a destacar el rostro, el cuerpo, los gestos y la voz de los sujetos, añadiendo muchas veces elementos connotativos a las noticias que leen o presentan. Si en la prensa escrita, la personalidad del periodista casi no existe, si exceptuamos la firma, y en la radio, es la voz la que adquiere la posibilidad de influir y connotar, definitivamente es en la televisión donde la tendencia al culto a la personalidad se da con mayor fuerza.

f) Carga emocional de la Imagen

Esta es una característica de la imagen en general, pero que se traslada a la imagen informativa visual. Definitivamente la imagen impacta y mucho más si el contenido es sangriento, violento, sensacional. Hay consenso en reconocer que la prensa escrita tiende a la reflexión, al pensamiento racional y la televisiva a la emoción. Por eso se dice que la televisión “muestra”, la radio “dice” y la prensa “profundiza”.

En la televisión, la palabra, además de cumplir una función de “anclaje” frente a la imagen, en el sentido de fijar y precisar el significado, ayuda a rebajar la carga emocional, al añadir y completar con elementos racionales y lógicos, la información visual.

La publicidad

La presencia de la publicidad al interior de la programación influye en primer lugar en el tratamiento y la estructura del programa informativa. Así, divide el programa en secuencias, las cuales deben terminar de tal manera que invite al televidente a seguir mirando el programa después del corte publicitario. La forma más común es el anuncio

reiterado que el periodista hace de los que vendrá, casi siempre de fondo. Además la publicidad “tiñe” de muchas maneras el mensaje informativo.

LOS GÉNEROS INFORMATIVOS

Del trabajo del M. Cebrián Herreros, sobre “Géneros informativos Audiovisuales”⁵ tomamos las siguientes clasificaciones:

- Géneros expositivos o de relato: Se considera en este rubro a la noticia como exposición e interpretación, el reportaje y el informe.
- Géneros dialógicos: La entrevista, la encuesta, declaraciones, la conferencia de prensa como fuente informativa
- Géneros expresivos y testimoniales: El comentario y la crónica.

Noticiero Televisivo

Es uno de los géneros de mayor importancia en la programación televisiva. Su emisión es de lunes a viernes y ofrece en una hora la máxima actualidad de lo que ha ocurrido desde unas horas antes hasta el momento de su emisión. Los noticieros televisivos son programas en “vivo” (con informes editados) y congregan diversidad de noticias agrupadas por bloques. Los canales los programan en los momentos de mayor audiencia: matinales, mediodía y noche. Los informativos se han convertido en ingrediente de prestigio y definición de los canales de televisión.

⁵ CEBRIÁN, Herreros M. *Géneros informativos Audiovisuales*. Madrid, editorial Ciencia, pág. 244

Partes de un noticiero televisivo

a) Nombre del Programa

b) Titulares: se presenta un resumen de las noticias más importantes, con lo que el noticiero refleja ya el proceso de selección y jerarquización de la información. Tiene como función despertar el interés de la audiencia. Los titulares, que son escrito por el director del noticiero, deben contener el ángulo noticioso y el video más reciente, especialmente en los casos de noticias sobre temas que perduran días o semanas.

c) Secuencias o bloques del programa: están constituidos por las noticias que se emiten en el noticiero y son presentadas por el narrador de noticias. Generalmente el primer bloque dura entre ocho a diez minutos y los demás bloques oscilan entre cinco y siete minutos.

d) Pases a comerciales: el pase a comerciales es escrito por el director del noticiero y debe atraer la atención del televidente, despertando su curiosidad, dar apenas una parte de la noticia, porque no es un titular. La función del “pase” es motivar al televidente para que se mantenga en sintonía hasta después de la pausa comercial para satisfacer su curiosidad. Se puede hacer juego de palabras en los “pases”, siempre en alusión al video que se muestre.

e) Título en pantalla o video font: Los títulos en pantalla también son escritas por el director del noticiero y destacan los puntos importantes de una noticia en desarrollo, generalmente anuncios, declaraciones o datos. Generalmente consisten de una línea de título y una o dos líneas adicionales de texto. El texto no debe repetir las palabras o el concepto del titular. Es conveniente que el video font sea breve y general. En las líneas de texto se consignará la esencia de la información. Siempre que sea posible deben

usarse preposiciones y artículos para darle mayor fluidez. El video font debe ser lo más claro posible, simple y directo posible. Es mejor usar sustantivos descriptivos y verbos activos. En las noticias serias debe buscarse el impacto del hecho en sí más que una frase ingeniosa que reste importancia al hecho.

f) Bloque deportivo: este bloque tiene su propia producción, presentador y es emitido en el último bloque del noticiero televisivo

En el caso del noticiero matutino “Primera Edición” cuenta con el bloque de noticias de espectáculo que es producido y presentado por personal no ligado al área de prensa. El mismo tratamiento tiene el bloque deportivo.

Extensión de las notas informativas: en cuanto a las notas informativas, una duración promedio de dos minutos es adecuado para relatar bien una noticia. Pero temas complicados pueden requerir una extensión mayor y las noticias simples pueden contarse muchas veces en un minuto y medio. Un informe telefónico puede ser de sólo un minuto. Los off deben tener un promedio de 30 segundos. Las noticias de “bloque” deben limitarse a unos 20 segundos por tema.

Producción de un noticiero televisivo

Como nos recuerdo el profesor Julio Estremadoyro Alegre en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo”⁶ el personal que trabaja en un noticiero se agrupa en tres especialidades: a) periodística, b) de producción y, c) técnica.

⁶ ESTREMADOYRO, Alegre Julio. *Lecciones de Periodismo Televisión*. Lima, editorial Pontificia Universidad Católica, 2004. pág. 145

a) Periodística

Director Periodístico del noticiero: Es el profesional responsable de coordinar el trabajo conjunto del noticiero. Es el responsable de la planificación global de la programación informativa y de la toma de decisiones generales sobre las cuestiones informativas y es el que conoce y hace cumplir la opinión editorial de la empresa. Todos los periodistas que trabajan en el noticiero se reportan a él.

Redactor del noticiero: es el profesional que está encargado de escribir los gorros de cada nota informativa y debe tener un fin: llamar la atención sobre los valores de las mismas y preparar así al televidente para los hechos que va a ver. Los gorros cumplen la función de plantear el tema informativo y debe anunciarle en términos generales y no debe repetir textualmente ningún concepto que aparezca en el inicio del informe del reportero. La extensión de los gorros no debería ser mayor a los 25 segundos o cuatro líneas, puede ser ligeramente más largo cuando la información lo amerite. En los temas ligeros es aceptable que el “gorro” sea un poco misterioso, a veces incluso no debe revelar la noticia para dar más interés. En el caso de noticias en desarrollo donde haya que ir actualizando la información, por ejemplo en un incendio donde se vayan conociendo gradualmente distintas cifras de víctimas, el gorro es el medio de actualización de la nota informativa y por ello no debe incluir cifras.

El “gorro” también puede agregar información que no esté en la nota informativa del reportero, ya sea por omisión o por haber surgido nuevos elementos tras la elaboración de la nota informativa. En estos casos es necesario que el gorro incluya un enlace entre la información nueva y el contenido de la nota para que sea congruente. Los gorros de noticias consideradas “duras” (política, economía, judiciales, medicina, etc.) deben ser

escritos siempre en un estilo serio, aunque coloquial, sin ironías o juegos de palabras y usando los términos más precisos. Las noticias más “ligeras” (deportes, espectáculos, notas curiosas) permite una redacción con un lenguaje más florido y hasta metafórico, o sea en sentido figurado, porque esos temas se prestan a un estilo menos convencional.

Editor: Son los profesionales que realizan los cortes necesarios y las secuencias lógicas de imágenes que es acompañado por una redacción

Presentadores o Narradores: Son los que salen en pantalla para informar y presentar las notas del programa. No sólo su voz, sino sus gestos pueden connotar una noticia. Los errores de lectura, mala pronunciación o titubeos atentan contra la credibilidad de la noticia. Al presentador en general se le exige ser periodista, tener independencia política y mantener una imagen de sobriedad y seriedad.

Telepromptistas: son los encargados de procesar los textos del libreto del noticiero en una computadora con un programa especial y conectado a monitores en las cámaras para que los narradores puedan leer los textos mirando a la pantalla.

Coordinadores: personal auxiliar que se ocupa de múltiples tareas de apoyo durante la preparación del noticiero.

b) Producción

Productor del noticiero: Es el profesional que está encargado de plasmar lo planificado por el director del noticiero. La función del productor se resume en dos cosas: proveer de los insumos necesarios para la realización de los reportajes que el programa produce (entrevistados, citas con personajes, establecer contactos, etc.) y tener todo listo en estudio para salir al aire (invitados, imágenes que apoyaran a la

entrevista en cámaras, datos, coordinar microondas, etc.). La forma de cómo se utilicen las cosas y cuándo ya es potestad del director periodístico, quien es el responsable de lo que se emite. En el caso particular del noticiero matutino “Primera Edición” eventualmente el productor realiza la dirección periodística cuando el director se ausenta.

Director de Cámaras: Es el profesional responsable de los detalles técnicos y operativos de la salida del noticiero al aire. Debe ser el único enlace entre el llamado switcher o control y el estudio.

Son también parte del personal de producción los camarógrafos de estudio, escenógrafos, operadores de generadores de caracteres, diseñadores de efectos y artes por computadora, maquilladoras y asistentes de producción.

c) Técnico

En el personal técnico de un noticiero se encuentran el ingeniero jefe, sonidista, iluminadores, operadores de video y operadores de control de calidad

CUALIDADES LA NOTICIA TELEVISIVA

Según nos señala la profesora Magdalena García Toledo ⁷ las cualidades de la noticia televisiva son las siguientes: imparcialidad, objetividad, veracidad, precisión y concisión, relevancia, respecto a la sensibilidad de la audiencia y credibilidad. La palabra como código que acompaña a lo visual, tiene las mismas cualidades que en la radio: sencillez temática y de vocabulario, claridad, precisión, uso del tiempo presente.

⁷ GARCÍA, Toledo Magdalena. Ob. Cit. pág. 32

Asimismo, contribuye a desarrollar el quién y el qué de la noticia. Los otros elementos de lo aditivo son la música y los sonidos y ruidos, los que contribuyen a crear un determinado clima en la información.

CRITERIOS PROFESIONALES

Nos recuerda el profesor Julio Estremadoyro Alegre en su libro “Lecciones de Periodismo Televisivo”⁸ que la televisión es el medio de comunicación que requiere que sus periodistas tengan un cabal y agudo sentido de la noticia e información. Él nos dice que un hecho o suceso es noticia cuando tiene cobertura y conocimiento periodístico; es decir noticia es el resultado de la cobertura periodística de un suceso y su forma de hacerla de conocimiento público es la información; es decir, la elaboración de acuerdo con el lenguaje de cada medio de los detalles del suceso. Teniendo en cuenta este criterio analizaremos en la presente sistematización la información que brindaron los noticieros de América Televisión (canal 4) a la noticia del indulto. El profesor Estremadoyro también nos recuerda que esa información debe ser correcta (objetiva, veraz, imparcial, honesta y responsable).

⁸ ESTREMADOYRO, Alegre Julio. Ob. Cit. pág. 35

EL PODER POLÍTICO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Históricamente siempre ha habido una relación entre el poder político y medios de comunicación. Desde el inicio de la masificación el poder político ha tratado de captarlos para sus fines, pues reconocen que los medios de comunicación son los que moldean la opinión pública y los que en gran medida orientan el quehacer de los políticos. Ejemplo de ello lo tuvimos en nuestra realidad con el régimen fujimontesinista (1990-2001). En general podemos decir que la relación y los conflictos entre los medios de comunicación y la política son añejos y que difícilmente cambiará el panorama.

En la actualidad la relación entre la política y los medios de comunicación ha tenido grandes cambios, así nos recuerda Germán Rey*⁹ en su conferencia “*Consistencia y evaporación de los significados. Las relaciones entre medios de comunicación y política*” dictada en el marco del Seminario Internacional sobre “*Comunicación y Política en una democracia ética por construir*”, organizado por el Consejo Británico y la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. En esa conferencia Germán Rey nos manifestó que la política ya no es el centro de la vida social, en tanto la

*Investigador especializado en comunicación, cultura y política. Actualmente es asesor del proyecto de Responsabilidad Social de la Casa Editorial El Tiempo y del proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, Maestro Consejero de la Fundación de Nuevo Periodismo creada por Gabriel García Márquez. Miembro del Consejo de Ciencias Sociales del Sistema Nacional de Ciencias de Colombia. Autor de numerosos libros.

⁹ ALFARO Moreno, Rosa María, *Comunicación y Política en una democracia ética por construir*. Lima, editorial Asociación Gráfica Educativa, págs. 25 y sigs.

comunicación se ha convertido en uno de los polos de atracción de la vida social y de gran influencia en la vida de los ciudadanos y en el funcionamiento de las sociedades. Para que ello sea así, la ayudan su flexibilidad y movilidad, su familiaridad con la fragmentación, y también que no suele tener memoria en el largo plazo y que avanza de la mano con la tecnología.

En ese paisaje, Germán Rey encuentra algunas tendencias en las relaciones entre política y comunicación. Una primera es la reimaginación de la democracia y apunta a que ésta como sistema político no es solo gobierno de la opinión, sino también lugar de construcción de consensos y superación civilizada de conflictos. Y que en este proceso se tiene como referente a la comunicación. Por ello, la construcción de la agenda pública es un escenario en el que deben encontrarse democracia y comunicación. Una segunda tendencia señalada por Rey es la debilidad de los partidos políticos para representar a los ciudadanos y la importancia de otros actores sociales, que solo pueden asentarse y desarrollarse teniendo como base la libertad de información. Una tercera es la que se refiere al control político, la transparencia y la fiscalización.

De otro lado, en informe del PNUD, “La democracia en América Latina” (2004) los líderes latinoamericanos señalan:

Los medios son un “control” sin “control”, que cumplen funciones que exceden al derecho a la información, definen los temas de la agenda pública, tienen una importante tarea fiscalizadora y son un contrabalance al poder del gobernante, además tienen un gran poder para influir en las decisiones del gobierno.¹⁰

¹⁰ La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos, PNUD. 2004. págs. 169 y sigs.

Por su parte, Jorge Acevedo* ¹¹ señala: que por la capacidad de intervenir en la construcción de las agendas públicas y políticas; por los niveles de apertura a la opinión de diversos actores, o todo lo contrario; por los procesos de jerarquización y construcción de los acontecimientos vinculados a la política; por ser referente de información y opinión para miles de ciudadanos y ciudadanas; es decir, por ser agentes productores de sentidos sobre la política, las instituciones y los políticos, los medios están estrechamente vinculados a la política..

Probablemente los medios tengan más poder para influir en la construcción de sentidos y en el quehacer político en el Perú, a diferencia de otros países, por los desencuentros entre ciudadanía y partidos y dirigentes políticos, la crisis de las instituciones democráticas, y las relaciones construidas entre propietarios de medios y gobiernos:

Es en este marco que habría que situar el análisis de la influencia mediática de los medios de comunicación, como la televisión informativa, en algunas decisiones del poder político en nuestro país.

*Director Ejecutivo de la Coordinadora Nacional de Radio

¹¹ ALFARO Moreno, Rosa María. Ob. Cit. pág. 42

LA OPINION PÚBLICA

Como manifiesta la profesora Magdalena García Toledo en su libro “La agenda Política en Televisión” intentar una definición de la opinión pública es pretender definir lo indefinible. Esto se debe a su naturaleza, plural y sometida a cambios constantes ¹²

En tanto, uno de los documentos que sustancia el debate sobre la opinión pública, nos manifiesta Magdalena García, es la Instrucción Pastoral “Communio et Progressio” sobre los medios de comunicación social preparada por mandato especial del Concilio Ecuménico Vaticano II, por una Comisión Pontificia y publicada en mayo de 1963. Allí se lee:

La opinión pública, que es característica y propiedad de la sociedad humana, nace del hecho de que cada uno, espontáneamente, se esfuerza por mostrar a los demás sus propios sentimientos, opiniones y efectos, de manera que acaban convirtiéndose en opiniones y costumbres comunes...

La libertad de expresar la propia opinión es factor y elemento necesario en la formación de la opinión pública. Y así ocurre que las opiniones expresadas públicamente revelan a los demás el estado de espíritu y el criterio de importantes grupos, en un determinado contexto de lugar, tiempo y costumbre...

Pero no toda opinión, por el hecho de estar muy difundida y de afectar a un gran número de personas, ha de tenerse sin más por opinión pública. Pues, pueden coexistir, en un mismo lugar y simultáneamente, opiniones contradictorias, aunque una de ellas cuente con el apoyo de muchos. Por el contrario, la opinión de la mayoría no es siempre la mejor ni la más próxima a la verdad. Además la opinión pública cambia con frecuencia, perdiendo unas veces, ganando otras, su fuerza entre las masas. Por esto no deben adoptarse demasiado rápidamente las opiniones obvias, que aconsejen oponerse directamente a ellas.¹³

¹² GARCÍA, Toledo Magdalena. Ob. Cit. pág. 15

¹³ GARCÍA, Toledo Magdalena. Ob. Cit. Pág. 15

La historia nos demuestra que la opinión pública ha sufrido manipulaciones en gran escala ejercida por monopolios del poder, del dinero y actualmente de los medios de comunicación, como la información televisiva.

Según afirman Shanto Iyengar y Donald R. Kinder que la capacidad de los noticieros para moldear las prioridades nacionales aumentan a medida que disminuye la capacidad y el interés político de los espectadores ¹⁴. Cuanto más lejos está el público del mundo de los asuntos públicos, tanto más pronunciado será el poder de la agenda de las noticias de televisión. En tanto el efecto de impresión florece por igual entre los políticamente comprometidos y los indiferentes.

¹⁴ SHANTO, Iyengar y Donald R. Kinder. Ob. Cit. pág. 49

ORGANIZACIÓN DE LA AGENDA Y EFECTO DE IMPRESIÓN

Una vez reconocida el poder de los medios de comunicación de masas, sobre todo de la televisión informativa, como uno de los factores que influye en el pensamiento público y en el poder político, es necesario demostrarlo. Shanto Iyengar, profesor asociado en ciencias políticas de la Universidad del estado de Nueva York, y el profesor en ciencias políticas y psicología de la universidad de Michigan Donald R. Kinder, autores de varios libros como “Televisión y Opinión Pública” lo demuestran mediante el análisis de contenido de los noticieros llamado el método de la organización de la agenda y efecto de impresión. Método que utilizaremos en esta sistematización porque es el más adecuado para poder conocer si los noticieros de canal cuatro: “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central” influyeron en la decisión del Presidente en el tema de la revocatoria del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres.

La organización de la agenda plantea que los problemas que reciben especial atención o cobertura en las noticias de televisión se transforman en los que el público televidente considera más importante para el país, por consecuencia, se convierten en la agenda pública. Pero no sólo se influye en el público televidente con la cantidad de cobertura, sino también con el tipo de noticias que ven y éstas pueden ser: noticias que ilustran y personalizan los problemas (noticias con intensidad) y noticias que aparecen al principio de la transmisión son las que más influyen en la agenda pública y no las que vienen después (noticias de primer orden).

El poder de las noticias televisadas para determinar la agenda del público depende también en parte de qué público tiene. La cobertura televisiva es particularmente efectiva cuando se trata de modelar el juicio de los ciudadanos con limitados recursos de información y capacidad política. En tanto los políticamente comprometidos son los menos vulnerables a la organización de la agenda.

El efecto de Impresión se refiere a los cambios de conceptos que utiliza la gente para hacer evaluaciones políticas. Al llamar la atención sobre unos asuntos, ignorando otros, las noticias de televisión influyen en los parámetros mediante los cuales se juzgan a los gobiernos, a los presidentes, a las políticas y a los candidatos a la función pública. El efecto de impresión influye tanto entre los políticamente comprometidos y los menos comprometidos.

Siguiendo esta metodología realizamos el análisis del contenido de los noticieros de canal cuatro: el matutino “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central” desde diciembre del 2009 a marzo del 2010 para analizar su información y cuantificar la cobertura dada a la noticia del indulto y la respuesta del poder político a esa información y cobertura.

**ANÁLISIS DE CONTENIDOS DEL NOTICIERO MATUTINO
“PRIMERA EDICIÓN” Y “AMÉRICA NOTICIAS EDICION
CENTRAL” DE AMERICA TELEVISIÓN CANAL CUATRO**

APRECIACION PERSONALES DE LOS NOTICIEROS

“Primera Edición”

Noticiero matutino con un formato homogéneo, tiene espacios especializados: deportes, espectáculos y entrevistas (en estudio o por enlace por microondas). Se emite de lunes a viernes de cinco y treinta hasta las diez de la mañana y tiene dos narradores (hombre y mujer). Utiliza el criterio del valor periodístico de cada noticia para estructurar el índice del programa, dando mayor valor a las notas policiales registradas en la madrugada. Se dirige a una audiencia básicamente adulta que ve el programa mientras desayuna en casa, apresuradamente y a ráfagas; hay escasa fijación y el tiempo dedicado es muy breve. De ahí que la estructura del programa se repita cada hora o treinta minutos para informar al televidente transeúnte que se levanta de la cama, se asea, desayuna y que, entre unas y otras actividades, ve esporádicamente la televisión. “Primera Edición” además de ofrecernos la síntesis informativa del día anterior, presenta la información en vivo a través de la microondas. Finalmente el matutino “Primera Edición” lidera el rating en su horario de emisión

“América Noticias edición Central”

Es el noticiero central de América Televisión; con un formato homogéneo, un espacio especializado (deportes). Se transmite de lunes a viernes de diez a once de la noche y tiene dos narradores (hombre y mujer). Lidera el rating en su horario de emisión y utiliza el criterio del valor periodístico de cada noticia para estructurar el índice del programa, donde mayor valor a las notas policiales.

Hechos noticiosos registrados en diciembre del 2009

-11 de diciembre del 2009, el Presidente de la República indulta por razones humanitarias a José Enrique Crousillat López Torres a través de una RESOLUCIÓN 285-2009-JUS, publicado en el diario oficial el peruano.

- Medios de comunicación en Internet publican fotos e imágenes que muestran al indultado José Enrique Crousillat López Torres que gozaba de una buena salud, pues había pasado rápidamente de cuidados intensivos y pronóstico reservado al exhibicionismo público de una salud envidiable.

- 29 de diciembre del 2009 renuncia el jefe del Instituto Nacional Penitenciario –INPE- por diferencias con el presidente de la comisión de indultos del Ministerio de Justicia por el indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres.

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 16 de diciembre del 2009

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
17.		Primer bloque	INDULTO	1:30’’

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Fecha revisada: 16 de diciembre del 2009

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
3.-		Primer bloque	INDULTO	1:30’’

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Fecha revisada: 28 de diciembre del 2009

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
2.-		Primer bloque	INDULTO	2:00

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 29 de diciembre del 2009

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
13.		Segundo bloque	INDULTO	2:00’’

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Fecha revisada: 29 de diciembre del 2009

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
2.-	SI	Primer bloque	INDULTO	2:00

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 30 de diciembre del 2009

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
21.-	SI	Cuarto bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Fecha revisada: 30 de diciembre del 2009

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
4.-		Primer bloque	INDULTO	2:00

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 31 de diciembre del 2009

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
13.-		Segundo bloque	Indulto	2:30''

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Fecha revisada: 31 de diciembre del 2009

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
5.-		Primer bloque	Indulto	2:30''

Analizamos la cobertura televisiva a la noticia del indulto realizada por los noticieros “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central” registrando la cantidad de noticias que aparecen en torno al tema, el tipo de información y el orden de transmisión, utilizando el índice del mes de diciembre del 2009 encontrando lo siguiente:

Ambos noticieros no le brindaron amplia cobertura, pero destacaron la información en titulares, la ubicaron en primer orden y le dieron el mayor tiempo a cada información: dos minutos a dos minutos treinta segundos. Además las informaciones transmitidas ilustraban y personalizaban el problema (gobierno). Los narradores de ambos noticieros leían los gorros o entradillas de cuatro líneas o 25 segundos con énfasis, equilibrio emocional y usando un lenguaje sencillo con el fin de mostrar objetividad.

En tanto la opinión pública calificaba al gobierno mediante el parámetro del indulto debido al efecto de impresión. Debemos señalar que la opinión pública ya tenía un juicio establecido en torno al personaje de la noticia (José Enrique Crousillat López Torres representa a la época fujimontesinista) y por ello toda información en torno a ese personajes era percibido como negativo.

Podemos concluir que a pesar que los noticieros de América Televisión no le brindaron amplia cobertura al tema del indulto, pero aplicaron las otras variables de la organización de la agenda, lograron colocar el tema del indulto en la agenda pública en el mes de diciembre del 2009. Esto lo podemos corroborar, pues en el mes de diciembre el gobierno recibió fuertes críticas de parte de los sectores de oposición y los medios por el indulto.

Si bien se logró colocar la noticia del indulto como tema de la agenda nacional en el mes de diciembre del 2009, sólo se hizo por un espacio de tiempo, es decir por uno días, pues en los meses de enero y febrero del 2010 no se informó sobre el indulto en ambos noticieros.

Hechos noticiosos registrados en marzo del 2010

-08 de marzo del 2010 el abogado de José Enrique Crousillat López Torres denuncia ante el Ministerio Público a los actuales administradores de canal 4 porque se habrían cometido graves irregularidades durante el proceso de declaración de insolvencia del canal y la compra de la acreencia de la televisora.

-09 de marzo el Presidente pide revisar exámenes médicos que permitieron el indulto a José Enrique Crousillat López Torres.

-14 de marzo del 2010 el Presidente revoca el indulto a José Enroque Crousillat López Torres mediante Resolución Suprema 056-2010-JUS publicado en el diario oficial “El Peruano”

-16 de marzo el Presidente da por concluido los servicios del Ministro de Justicia Aurelio Pastor.

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 08 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
7.-		Primer bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 am.

Fecha revisada: 09 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
17.-		Segundo bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 09 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.-	SI	Primer Bloque	Indulto	2:00
2.-		Primer Bloque	Indulto	2:30

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 am.

Fecha revisada: 10 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.-	SI	Primer bloque	Indulto	2:00
2.-		Primer bloque)	Indulto	2:00
17.-		Segundo bloque	Indulto	2:00
		Entrevista	Indulto	5:30

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 10 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.-	SI	Primer Bloque	Indulto	2:00
2.-		Primer Bloque	Indulto	2:00
3.-		Primer bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 11 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.-	SI	Primer bloque	Indulto	2:00
2.-		Primer bloque	Indulto	2:00
3.-		Primer bloque	Indulto	2:30
14.-		Segundo bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 p.m.

Fecha revisada: 11 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
4.-		Prime bloque	Indulto	1:30''
9.-		Segundo bloque	Indulto	1:30''
13.-		Segundo bloque MICROONDAS	Indulto	2:30''

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 12 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
8.-	SI	Prime bloque	Indulto	1:30''
9.-		Prime bloque	Indulto	2:00
10.-		Prime Bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 p.m.

Fecha revisada: 12 de marzo del 2010

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
3.-		Prime bloque	Indulto	1:30
4.-		Primer bloque	Indulto	2:00
5.-		Primer bloque	Indulto	1:00

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 15 de marzo del 2010

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.	SI	Prime bloque	Indulto	2:00
2.-		Primer bloque	Indulto	2:00
3.-		Primer bloque	Indulto	1:45
4.-		Prime Bloque	Indulto	2:00

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Fecha revisada: 15 de marzo del 2010

Nº	TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.-	SI	Prime bloque	Indulto	2:00”
2.-		Prime bloque	Indulto	2:00”
3.-		Prime bloque	Indulto	1:30”
4.-		Prime bloque	Indulto	2:00”
5.-		Prime bloque	Indulto	1:30”
6.-		Prime bloque microondas	Indulto	2:00”

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”**DATOS GENERALES**

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 16 de marzo del 2010

Nº TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
4.-	Prime bloque	Indulto	2:00”
5.-	Prime bloque	Indulto	2:00”
8.-	Prime bloque	Indulto	2:00”

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”**DATOS GENERALES**

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 16 de marzo del 2010

Nº TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.- SI	Prime bloque	Indulto	2:30”
2.-	Prime bloque	Indulto	2:00”
3.-	Prime bloque	Indulto	2:00”
4.-	Prime bloque	Indulto	2:00”
5.-	Prime bloque	Indulto	1:30”

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”**DATOS GENERALES**

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 17 de marzo del 2010

Nº TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
1.- SI	Prime bloque	Indulto	2:00”
2.-	Prime bloque	Indulto	2:00”
3.-	Prime bloque	Indulto	2:00”

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”**DATOS GENERALES**

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 17 de marzo del 2010

Nº TITUALES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
4.-	Prime bloque	Indulto	2:30”
5.-	Prime bloque	Indulto	1:45”

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 18 de marzo del 2010

TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
	Prime bloque (6)	Indulto	2:00”
	Prime bloque (7)	Indulto	2:00”

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 18 de marzo del 2010

Nº TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
10.-	Segundo bloque	Indulto	1:30”
11.-	Segundo bloque	Indulto	1:45”

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 19 de marzo del 2010

TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
	Prime bloque (4)	Indulto	2:00”
	Prime bloque (7)	Indulto	2:00”
	Prime bloque (8)	Indulto	2:00”

PROGRAMA: noticiero “América Noticias Edición Central”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración: 1 hora

Hora de Emisión: 10:00 pm.

Fecha revisada: 19 de marzo del 2010

Nº TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
4.-	Primer bloque	Indulto	1:30”
5.-	Primer bloque	Indulto	1:45”

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 22 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
17.-		Segundo bloque	Indulto	1:00”

PROGRAMA: noticiero matutino “Primera Edición”

DATOS GENERALES

Canal de televisión: América Televisión

Duración del programa: 4 horas, 30 minutos

Hora de Emisión: 5:30 a.m.

Fecha revisada: 23 de marzo del 2010

Nº	TITUARES	BLOQUE DEL NOTICIERO	TEMA	TIEMPO
13.-		Segundo bloque	Indulto	1:00”

Terminada la revisión del contenido de las informaciones del noticiero matutino “Primera Edición” y “América Noticias edición Central” del mes de marzo del 2010 podemos concluir que ambos programas brindaron amplia cobertura durante dos semanas al tema del indulto (desde el ocho hasta el diecinueve de marzo). El veintidós y el veintitrés del mismo mes la cobertura al tema es mínima. La cobertura de ambos noticieros se inicia cuando aparecen los hechos noticiosos sobre el tema, más no lo originan.

También podemos afirmar que ambos noticieros no sólo le brindaron cobertura, sino que colocaron la información en titulares y en primer orden para captar la atención del espectador, además le dieron el máximo tiempo a cada información. Es preciso mencionar que la noticia del indulto también tuvo amplia cobertura en las dos semanas antes mencionadas del mes de marzo del 2010 en los programas periodísticos del canal cuatro como “Domingo al Día”, “Cuarto Poder” y “Prensa Libre”. Además los medios de comunicación pertenecientes a la gestión empresarial El Comercio, que dirige la administración actual de canal cuatro, así como los medios fuera de este ámbito, le brindaron amplia cobertura a la noticia del indulto, permitiendo también que se convierta en agenda pública.

La cobertura igualmente originó el efecto de impresión, pues la opinión pública estuvo atenta y evaluó al Presidente bajo el parámetro del indulto, pues las noticias implicaban que el mandatario era responsable del problema. De esta manera confirmamos lo que señala la teoría del efecto de impresión: las noticias de televisión confirman las normas

mediante las cuales el público evalúa al Presidente: tanto su comportamiento general en la función política, como las bondades y debilidades de su carácter.

Ante esa percepción el mandatario tuvo que revocar el indulto y dar por concluido los servicios del Ministro de Justicia, porque no permitiría que la audiencia lo juzgue por el mal uso de su poder, pues al final el poder del Presidente se deriva en parte de la aprobación pública. Es preciso señalar que según el método del efecto de impresión las prioridades que la gente atribuye a los problemas del país se hallan determinadas tanto por la cobertura de las noticias que reciben como por disposición a absorberlas. Sin duda esa predisposición tiene una variedad de causas, pero una de las más importantes son las circunstancias particulares. En el caso del indulto la opinión pública asociaba al personaje de la noticia con la época de la corrupción del gobierno fujimontesinismo y como consecuencia lo asociaba a lo negativo.

Recordemos que el tema del indulto apareció en el contenido de ambos noticieros en el mes de diciembre del 2009, cuando figura el problema y desaparece del contenido de ambos informativos los meses de enero y febrero. Vuelve a figurar en marzo del 2010 cuando aparece nuevamente el problema, dando amplia cobertura. Como consecuencia las prioridades de la gente se alteran cuando las noticias de televisión se enfocan a un problema y se vuelven a alterar cuando los noticieros se dedican a otro nuevo. Por tanto, podemos afirmar que los noticieros de canal cuatro cambian su cobertura de las noticias a medida que los problemas aparecen y desaparecen.

Finalmente podemos señalar que los noticieros de canal cuatro tuvieron influencia mediática, junto con otros medios de comunicación, en la decisión del Presidente en el tema de la revocatoria del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres.

CAPITULO V

METODOLOGIA DE LA SISTEMATIZACIÓN

La sistematización nos permite ordenar, reflexionar y analizar la actividad profesional para producir conocimiento y de esta manera enriquecer el quehacer profesional. Este método, que produce conocimiento a partir de nuestra experiencia, tiene sus procedimientos que hemos aplicado en el presente informe y la describiremos a grandes rasgos.

En primer término tuvimos que describir nuestro quehacer profesional, presentar a la organización donde trabajamos, identificar los objetivos de nuestra labor, presentar a nuestro público objetivo, explicar las estrategias de nuestro trabajo y finalmente determinamos el tiempo laboral. Posteriormente reflexionamos sobre ellos e identificamos los temas que siempre han estado presentes en nuestra actividad y que por el trajín cotidiano pasan desapercibidos. Dentro de estos temas que atraviesan nuestro quehacer identificamos y seleccionamos la relación que existe entre los medios de comunicación y el poder político. Analizamos esa relación desde los noticieros de América Televisión en la cobertura informativa que realizó a la noticia del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres.

Antes de involucrarnos en el análisis de la cobertura informativa de los noticieros de América Televisión (matutino “Primera Edición” y “América Televisión Edición Central”) y de esta manera conocer cuál es la relación actual de los medios de comunicación, sobre todo la información televisiva, con el poder político en nuestro

país, realizamos una breve mirada a temas teórico como la televisión informativa, los medios de comunicación y el poder político y opinión pública.

Posteriormente recurrimos al método de la organización de la agenda y efecto de impresión para analizar el objeto de sistematización; debido a que es el más adecuado para el análisis de contenido de programas.

Definido nuestro marco teórico y la metodología de análisis a seguir procedimos a recopilar información:

- Lectura y fichaje bibliográfico para la redacción del marco teórico de la sistematización.
- Recopilación de los índices o pautas de los noticieros “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central” desde diciembre del 2009 a marzo del 2010.
- Construcción de guías de análisis de programas según el método de la organización de la agenda y efecto de impresión.
- Análisis de los programas grabados e índice de ambos noticieros desde diciembre del 2009 a marzo del 2010.

CAPITULO VI

RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

VI.1. Nueva descripción

Al iniciar la sistematización de la experiencia en la televisión informativa tenía como objetivo principal el descubrir y analizar si los noticieros del canal cuatro tuvieron una influencia mediática en la decisión del Presidente de la República en el tema de la revocatoria del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López y dar por concluida los servicios del Ministro de Justicia Aurelio Pastor.

Para responder a esa interrogante realizamos primero el análisis del contenido de los dos principales noticieros de canal cuatro: el matutino “Primera Edición” y “América Noticias edición Central” desde diciembre del 2009 a marzo del 2010, siguiendo el método de la organización de la agenda y efecto de impresión. Antes de este análisis de contenido revisamos temas que reforzaban nuestra sistematización: la televisión informativa, el poder político y los medios de comunicación y la opinión pública.

Luego de culminado el análisis de contenido y revisado nuestro marco teórico estamos en condiciones de afirmar que los noticieros del canal cuatro tuvieron una influencia mediática en la decisión del Presidente de la República en el tema de la revocatorio del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres y la salida del Ministro de Justicia Aurelio Pastor del Gabinete. Contó con el apoyo de los demás medios: prensa, radio y televisión; quienes cerraron filas en torno al tema del indulto

porque el personaje de la noticia representa a la época de la prensa nacional sometida al poder político. En cuanto a la relación de los medios de comunicación y el poder político podemos decir que ha habido un cambio. Uno de ellos es que la política ya no es el centro de la vida social, en tanto la comunicación se ha convertido en uno de los polos de atracción de la vida social y de gran influencia en la vida de los ciudadanos y en el funcionamiento de las sociedades. Es decir, en la actualidad los medios de comunicación, sobre todo la información televisiva en nuestro país, definen los temas de la agenda pública, pero no realizan su trabajo fiscalizador. Son en algunos casos un contrabalance al poder del gobernante, sobre todo cuando está en peligro sus intereses como fue el caso del indulto a José Enrique Crousillat López Torres, e influyeron en las decisiones del gobierno.

VI.2 Los contextos en que se desarrolló la experiencia

La razón de analizar el contexto político, económico y social que vivió el país durante el desarrollo de la experiencia, es porque la situación que atraviesa un país se corresponde con el modo de hacer periodismo, profesión que adopta determinadas formas o características de acuerdo al régimen vigente.

La historia lo explica todo. Como ya se anotó, la situación política, económica y social que vive un país se corresponde con el modo de hacer periodismo, por ello es necesario explicar los antecedentes que marcan las actuales características del periodismo peruano que después de una etapa dictatorial pasó a una corta transición y ha vuelto a la democracia.

Durante la época fujimontesinista (1990-2000) la prensa peruana vivió una de las más duras épocas. Pero es bueno resaltar que se dieron las dos posiciones: oposición y oficialismo. Hubo periodistas que lucharon por mantener la independencia que debe caracterizar esta profesión y quienes simplemente claudicaron y hasta vendieron sus conciencias o pusieron sus medios a disposición del gobierno a cambio de miles de dólares y algunos favores.

Hemos superando esta época y por ello el indulto concedido por el Presidente al ex dueño de América Televisión José Enrique Crousillat López Torres por razones humanitarias, se convirtió en noticia de los medios de comunicación: prensa escrita, radio y televisión; por lo que el personaje en cuestión representa a la prensa sobornada al poder político. Porque lo consideraban un acto sumamente injusto y vergonzoso, que lesionaba no sólo la administración de justicia sino también el sistema democrático, así como el saneamiento ético y moral de la nación. No era posible que un operador tan visible del fujimorismo pudiera ganar la libertad tan pronto y fácilmente. Este era el sentir de los periodistas y el público en torno al tema del indulto al ex empresario de televisión José Enrique Crousillat López Torres, quien además exhibía públicamente que gozaba de buena salud e inició una serie de acciones para recuperar “su” canal (América Televisión) porque, se habrían cometido graves irregularidades durante el proceso de declaración de insolvencia del canal y la compra de la acreencia de la televisora por parte de El Comercio.

Según afirma Rosa María Alfaro en nuestro país se vive un panorama de crecimiento del poder político de los medios, debido a la reducción del poder de los partidos

políticos y una escasa convocatoria institucional de la sociedad civil. Esto hace que los medios sean los principales interlocutores de la ciudadanía en el campo cultural y político. Para muchos ciudadanos tales medios son su única fuente de información sobre lo que ocurre en la localidad, la región, el país y el mundo, más aún cuando el lenguaje que manejan todos es preferentemente audiovisual.

VI.3 Aspectos centrales

Para poder analizar nuestro objeto de sistematización: Influencia Mediática de los Noticieros del canal cuatro en las decisiones del Poder Político: caso indulto a José Enrique Crousillat López Torres y responder interrogantes en torno al tema, hemos tenido que realizar un recorrido teórico por algunos conceptos como la televisión informativa, el poder político y los medios de comunicación y la opinión pública y describir en que consiste la metodología de la organización de la agenda y el efecto de Impresión.

CAPITULO VII

BALANCE

a). Lecciones aprendidas

Realizada la sistematización de nuestra experiencia podemos reafirmar que los medios de comunicación de masas, como la televisión informativa, tiene poder para modelar en forma penetrante los conceptos del público en cuanto a la vida política y tienen una influencia mediática en las decisiones del poder político. La influencia lo realiza a través de la organización de la agenda y el efecto de Impresión.

Todo este conocimiento, que se supone es del saber del profesional de la comunicación, es muchas veces olvidado por el trajín del trabajo y sólo se actúa con el objetivo de agradar a una amplia audiencia, pues la televisión es una empresa comercial que depende de la publicidad.

Los profesionales de la comunicación usamos muchas veces, conciente e inconcientemente, el poder de influencia que tiene los medios de comunicación masiva, como la televisión informativa, para defender los intereses de los dueños del medio, al poder económico o al poder político de turno y no tomamos conciencia que también debemos hacer uso de ese poder para el bien común.

CAPITULO VIII

APORTES DE LA SISTEMATIZACION REALIZADA

A nivel Profesional

La vida cotidiana de un periodista es ardua. Se trabaja duro y parejo sin tener tiempo para informarse más y por ello presentamos noticias escandalosas para liderar el “rating”, pero debemos tener presente lo siguiente:

La audiencia con su sintonía otorga poder al periodista y al medio, pero ese poder no debe obnubilar, por lo que el periodista y el medio deben ser capaces de manejarlo a favor del ciudadano y no en beneficio propio. Hay que tenerlo muy en claro, que el abuso del poder ocasiona indefectiblemente que la audiencia rechace al medio y al periodista retirándole el poder que antes le confirió. La información, más que un poder, es un derecho y un deber.

Los profesionales de la comunicación así como tenemos poder también tenemos responsabilidad y por ellos debemos siempre aplicar principios claves en nuestra labor diaria como:

- a) La verdad como la esencia de la información y la independencia como elemento indispensable para su consecución
- b) Predominio del interés del bien común sobre los intereses particulares
- c) La calidad de los contenidos informativos
- d) La prioridad de los temas de fondo sobre los triviales

- e) Debemos procurar trabajar en un medio con solvencia económica y transparente que permita la independencia en la labor informativa
- f) La idónea orientación de la opinión pública
- g) Considerar al público como sujeto al que le pertenece la información
- h) Debemos realizar un trabajo periodístico en equipo que involucre a los dueños, a los directores, a los periodistas y al público
- i) Debemos exigir al Estado que garantice la libertad de prensa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La sistematización, que nos permitió observar el tratamiento informativo que dieron los noticieros de canal cuatro a la noticia del indulto a José Enrique Crousillat López Torres, nos ha permitido también conocer cómo es en la actualidad la relación de los medios de comunicación y el poder político en nuestro país. Comprender que en la actualidad los medios de comunicación, como la televisión informativa, no cumplen su trabajo de guardianes o supervisores del poder político, son únicamente "medios" entre la sociedad y el Estado; e influyen en ellos. Esa influencia es además mediática, pues la televisión se ubica en la categoría de los medios de comunicación privados comerciales que constituyen una mayoría abrumadora en nuestro país, cuyo objetivo principal es tener rating para poder acaparar la mayor parte de los ingresos publicitarios.

Este panorama explica el por qué los informativos televisivos ignoran noticias hasta que ésta adquiera el atractivo visual y su mirada es breve, intensa y pasajera, pues los temas desaparecen de la noche a la mañana cuando el centro de interés se traslada a cualquier otra parte. Como sucedió los meses de enero y febrero del 2010 en el contenido de los noticieros del canal cuatro: matutino "Primera Edición" y "América Noticias edición Central", que se ocuparon de noticias como el terremoto en Haití y Chile sin dar ninguna nota informativa en los meses mencionados sobre el indulto.

Además hemos observado que en nuestro país los medios de comunicación se están asociando alrededor de una sola gestión empresarial, como es el caso de canal cuatro, que pertenece a la asociación empresarial El Comercio. Este monopolio está generando

concentración de poder de ciertos grupos económicos. Cuando se sienten amenazados utilizan sus medios para defenderse, como ha ocurrido en el caso del indulto.

Finalmente podemos concluir que los noticieros de canal cuatro, el matutino “Primera Edición” y “América Noticias Edición Central”, influyeron junto con otros medios de comunicación, a colocar la noticia del indulto en la agenda nacional de nuestro país en los meses de diciembre del 2009 y marzo del 2010 y que la opinión pública calificara al Presidente en base al tema del indulto. La cobertura presionó al mandatario a revocar el indulto otorgado al ex dueño de América Televisión José Enrique Crousillat López Torres por razones humanitarias y dar por concluidos los servicios del Ministro de Justicia.

Es decir, hemos corroborado que los medios de comunicación, como la televisión informativa, tienen poder para modelar en forma penetrante los conceptos del público en cuanto a la vida política y poseen una influencia mediática en las decisiones del poder político.

Bibliografía

- ALFARO Moreno, Rosa María
 2005 *Comunicación y Política en una democracia ética por construir*
 Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social
- _____ *Medios para la Democracia y el Desarrollo Universal*
 Expuesto en el Foro Latinoamericano “Comunicación & Desarrollo”
 25 de agosto 2006 Lima- Perú
- ARIAS Martínez, Luis Miguel
 1996 *Medios Políticos y Opinión Pública*. Editorial San Marcos- Lima
- ASTORGA Castro, Jesús Miguel
 2005 Primera Edición noticiario matutino de América Televisión
 Puesta en Pantalla: producción y realización
 Universidad de Lima, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Tesis
- BIONDI Shaw, Juan, et. Al.
 2010 *Derribando Muros, Periodismo 3.0: Oferta y Demanda de Comunicación*
en el Perú de hoy, Editorial El Comercio-Lima
- BOURDIEU, Pierre
 1997 *Sobre la Televisión*, Editorial Anagrama, Barcelona
- CEBRIAN Herreros, M.
 1992 *Géneros Informativos Audiovisuales*, Editorial Ciencia, 3 Distribuciones
 S.A., Madrid
- ESTREMADOYRO Alegre, Julio
 2004 *Lecciones de Periodismo Televisivo*
 Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú-Lima
- GARCÍA Toledo, Magdalena
 1999 *La Agenda Política en Televisión*
 Instituto de Investigaciones Humanísticas UNMSM-Lima

GRABER, A Doris

1986 *El Poder de los Medios en la Política*
Grupo Editor Latinoamericano S.R.L, Buenos Aires

GARGUREVICH, Juan

1987 *Prensa, radio y televisión. Una historia crítica*, Editorial Horizonte-
Lima

JOCHAMOWITZ, Luis.

1998 *Memorias del Aire, 40 años de la televisión peruana*, Editorial, Cía
Peruana de Radiodifusión - Lima

MATELSKI, J. Marilyn

1991 *Ética en los informativos de Televisión*
Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión

Plural TV "Principios Rectores". Lima- América Televisión
2004

QUIJANO Soto, Miguel Ángel

1996 *La Televisión: Análisis y práctica de la producción de programas*
Editorial Trillas, S. A. de C.V

SHANTO Iyengar (y) Donald R. Kinder

1993 *Televisión y Opinión Pública*, Ediciones Gernika-México

SABUCEDO J.M. (y) M. Rodríguez

1997 *Medios de Comunicación de Masas y Conducta Política*, editorial Biblioteca
Nueva, S.L., Madrid, 1997

THOMPSON, John B.

2001 *El Escándalo Político, Poder y visibilidad en la era de los medios de
Comunicación*, Ediciones Paidós Ibérica, S. A. Barcelona

VIVAS, Sabroso Fernando

2001 *En Vivo y en Directo: una historia de la televisión peruana*
Universidad de Lima -Lima

ZETA, de Pozo Rosa

2010

Los medios peruanos: en busca de la credibilidad perdida

Disponible: www.saladeprensa.org/art288.htm 02 -01-2010