

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

La noticia política por televisión en México: de la seriedad al espectáculo (caso 11 de septiembre)

Autor: Sandra Castañeda Canedo

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Rafael V. Bretón Pavón**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La noticia política por televisión en México: De la seriedad al espectáculo
(Caso 11 de Septiembre)

TESIS

Que para obtener el título de Licenciada en Comunicación

Presenta:

Sandra Castañeda Canedo

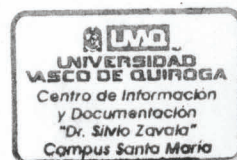
Asesor:

Lic. Rafael V. Bretón Pavón

Clave: 16P.SU00125

Morelia, Michoacán

No. De Acuerdo: LIC000202



*A Dios
Por darme la oportunidad de llegar a este momento
tan importante en mi vida.*

*A mi Papá
Por tu ejemplo, valor, consejos, amor y paciencia que
han convertido este trabajo en una realidad.
"Gracias Papá por todo"*

*A mi Mamá
Por todas las veces que me has apoyado y escuchado en tiempos
difíciles, por tu entrega, fortaleza, comprensión, confianza
y tu compañía que han sido fundamentales
para ser lo que ahora soy.
"Gracias mamá"*

*A mi Hermano
Por estar incondicionalmente siempre a mi lado, por tu sencillez y
por esas palabras de aliento cuando más las necesitaba.*

ESQUEMA PRELIMINAR

Introducción

Justificación

Planteamiento del Problema

Objetivos

Hipótesis

Metodología

Capítulo I Comunicación

1.1 Conceptualización

1.2 Medios de comunicación masiva

1.2.1 Medios Impresos

1.2.2 Cine

1.2.3 Radio

1.2.4 Televisión

1.3 La noticia por televisión.

Capítulo II Agencias de información y Cadenas de Televisión

2.1 Estructura y funcionamiento

2.1.1. Aspecto Social

2.1.2. Aspecto político

2.1.3. Aspecto Económico

2.2 Cadenas de Televisión

2.3 Agencias Internacionales de Información

Capítulo III Mediación Social

3.1 Conceptualización

3.2 Mediación Profesional

3.3 Discurso Noticioso

Capítulo IV Análisis Comparativo de los Noticiarios Nacionales

- 4.1 Protocolo de Análisis
- 4.2 Cuadro y Rubro de Análisis
- 4.3 Ficha Técnica de Joaquín López Dóriga
- 4.4 Ficha Técnica de Javier Alatorre
- 4.5 Resultados y cuadro del análisis de Televisa
- 4.6 Resultados y cuadro del análisis de TV Azteca
- 4.7 Análisis Comparativo
- 4.8 Conclusiones

INTRODUCCIÓN

El tema que se trata en este documento es sobre las características, mediación, y transmisión de la noticia por televisión, con esto intentamos dar una visión general y en algunos casos específica sobre el manejo de información televisiva, observando todo y todos los aspectos y actores que participan o están involucrados en este tema.

La noticia por televisión es un género que actualmente lo apreciamos de manera natural y cotidiana, sin embargo, pocas veces nos detenemos a pensar en todas las implicaciones sociales, políticas, ideológicas, culturales, etc. que se generan en la transmisión que le da cada una de las televisoras.

Como público es difícil detectar que giro recibe un suceso o un hecho noticioso, sólo nos concretamos a recibir la información y en ocasiones sólo ponemos en entredicho la veracidad de la información que se nos presenta pero sin ningún fundamento.

En este documento lo que tratamos de observar, es precisamente, la forma y el fondo que tiene una noticia televisiva observando como es que ha cambiado la manera de presentar las noticias dejando a un lado la seriedad para dar paso al espectáculo. Se destacarán los factores que frecuentemente se utilizan durante la preparación y transmisión de una noticia para que ésta deje a un lado la seriedad y se convierta en espectáculo.

Lo primero que se determinó en este proyecto fue el tema: "La noticia política por televisión en México" (de la seriedad al espectáculo). Tomando como ejemplo el 11 de Septiembre, cuando Nueva York sufrió un atentado en contra de las Torres Gemelas.

Una vez seleccionado dicho tema lo que se buscó fue determinar la problemática del mismo que en este caso se galanteo como ¿Cuáles han sido los

elementos o factores que han convertido a la noticia por televisión en un espectáculo-mercancía? Consideramos espectáculo como presentación importante o atractiva y a mercancía como producto que se ofrece y se vende de acuerdo a fines o políticas específicas de cada televisora.

Por lo anterior se decidió hacer este estudio, desde dos perspectivas:

Uno, la importancia de la noticia televisiva en los tiempos actuales; y dos, la importancia y el valor que tiene esta investigación desde el punto de vista de la comunicación, es decir, el aporte de este documento dentro de esta área de conocimiento.

Como todo proyecto, se planteó también un objetivo general en el que se marca la meta final; y objetivos particulares en los que de manera específica se señalan aspectos importantes que son necesarios y que a su vez darán forma al documento para alcanzar el objetivo general.

Finalmente se marca la metodología durante el desarrollo del estudio, de manera individual se describen cada uno de los pasos que se llevarán a cabo para poder desarrollar la investigación.

El proyecto requiere de un marco teórico que anteceda a la aplicación de la técnica en nuestra investigación, por ello se considera el estudio de categorías como comunicación, medios de comunicación masiva y cadenas de televisión considerando sus aspectos políticos, económicos y sociales; y mediación social, mediación profesional y discurso noticioso.

JUSTIFICACIÓN

Este tema se seleccionó porque actualmente los noticiarios de televisión manejan la noticia de una manera totalmente diferente como se hacía en épocas anteriores. Han pasado de la seriedad, lo parco, lo formal a lo espectacular, entendiendo por ello las transmisiones en vivo, las exclusivas, los enlaces a la inmediatez en la presentación de esta. Así mismo, no se puede dejar de lado que en el tratamiento de la noticia por televisión las empresas responden a intereses políticos, económicos, sociales, entre otros.

Por otra parte y desde el punto de vista de la comunicación se eligió este tema pues no existe un antecedente de algún estudio semejante o relacionado con este tema. El aporte que puede generar en este caso la comunicación será importante pues se determinarán las razones por las cuáles una noticia es un espectáculo-mercancía y cuales son las consecuencias que genera en la comunicación y en la sociedad en su conjunto.

En lo particular, existe un interés personal por conocer más a cerca de este tema y de ahí mismo surge la iniciativa de aportar al campo de la comunicación con la realización de esta investigación. No se puede dejar de lado la contribución misma a la bibliografía existente en la universidad, que en algunos casos es insuficiente y pobre.

Otro aspecto que considero fundamental en la transmisión de los noticias es el poder de la información del que hacen uso las empresas televisivas manipulando la opinión del público receptor sobre los acontecimientos de interés social.

Lo anterior me lleva a cuestionar la existencia de la ética: por un lado la ética mediática, es decir, el compromiso de los medios con la sociedad y por otro lado, la ética de cualquier empresa que tiene la responsabilidad de ofrecer productos de calidad, en este caso noticias de calidad.

Se dice que información es poder, pero sobretodo que es mercancía, y a mi juicio, éste es uno de los mayores problemas a los que se enfrentan los medios de comunicación: no solamente la superabundancia de la información, ante la que el ciudadano puede defenderse, sino el hecho de que la información sea mercancía.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Mensajes masivos, uniformes, estandarizados son recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Esto provoca que la función originaria de la comunicación social, la de transmitir los mensajes generados por miembros de una comunidad, se pervierta. Hoy los mensajes son generados y manipulados en un lugar ajeno, por personas ajenas y con intereses ajenos a la comunidad que los recibe.

Los medios están cumpliendo funciones que deberían ejercer las instituciones. Las crisis de las representaciones políticas y sociales, el repliegue del estado han llevado a que la gente encuentre en ellos un canal válido para expresar sus inquietudes y necesidades.

Las empresas generan mensajes, pero reciben presiones del poder económico y del poder político; el público recibe esos mensajes ya manipulados, pero genera, al mismo tiempo, demandas a través del consumo. Y, por último, los medios a través de los cuales se transmiten estos mensajes tampoco son neutros. Los medios masivos de comunicación tienen cada vez mayor poder y tienen una influencia creciente en la vida política nacional.

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, económicos y políticos tanto a escala nacional como internacional. Las sociedades modernas se encuentran permanentemente en comunicación; en ellas, los medios tienen el poder de conectar las partes dispersas en el todo, desempeñando un papel importante en la promoción cultural y la formación. Su acción aumenta en importancia por razón de los progresos técnicos, de la amplitud y la diversidad de las noticias transmitidas.

Un medio de comunicación es una institución que produce y reproduce una realidad pública, los medios no solo transmiten información sobre la realidad sino que también plasman la realidad del contexto social político. Los especialistas pueden

transformar cualquier hecho real en la materia prima de un mensaje-noticia, en un producto, que a su vez pasa a alimentar el circuito de la información.

Los medios de comunicación social pueden engendrar cierta pasividad en los usuarios, haciendo de éstos, consumidores poco vigilantes de mensajes o de espectáculos. Los usuarios deben imponerse moderación y disciplina respecto a los mass-media. Han de formarse una conciencia clara y recta para resistir más fácilmente a las influencias de los medios.

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

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

La intensidad y calidad de la utilización de los medios oscilan enormemente, dependiendo en particular de la infraestructura medial del país y del status social, económico y cultural del usuario. En general se puede constatar que los medios se utilizan con tanta más intensidad cuanto más desarrollada está la estructura medial de la nación y mayor es el nivel cultural del usuario.

No debe olvidarse que los medios llegan hasta los lugares más recónditos del mundo, en donde no tienen acceso a la educación formal; estos sectores marginales de la cultura, igualmente se integran a las características y formas de vida de la población, adecuándose e integrándose de manera constante a lo que la misma exige, así como asimilándose a sus cambios.

Hoy es imposible negar la gran importancia de los medios de comunicación en un proceso de socialización en el que actúan no con exclusión sino en distintos grados de combinación y coexistencia con los otros, en una situación de reforzamiento constante.

Los sucesos que ocurren en una sociedad constituida por diversos sistemas sociales, con una cultura determinada y con una estructura y dinámica que articulan su forma de ser, son transmitidos no asépticamente por los medios. Las características de estos se ven limitadas por los distintos sistemas sociales y en distintos grados. Son los directores de radio, TV, de diarios, y en el fondo tienen además responsabilidad los anunciantes, los que transmiten influjos culturales, a veces buenos, a veces malos, que influyen en el futuro del país y en la formación individual de los niños.

OBJETIVOS

Objetivo general: Demostrar que las noticias políticas por televisión en la actualidad han dejado a un lado la seriedad, para convertirse en un espectáculo-mercancía.

Objetivos particulares:

- Analizar los recursos que combinan las empresas televisivas en la presentación espectacular de sus noticias políticas.
- Observar la comunicación no verbal de los conductores durante la presentación de las noticias.
- Conocer como funcionan las industrias informativas.
- Conocer como es la mediación social. (fuente-cadena televisiva- receptor).
- Realizar un análisis comparativo entre noticiario Televisa y Hechos de la Noche.

HIPÓTESIS

La noticia de corte político por televisión ha llegado a convertirse en un “espectáculo” de interés para el individuo al serle presentadas de una forma atractiva y amarillista. Las agencias internacionales y las cadenas de televisión han conformado una industria de la información, convirtiendo a la noticia en una especie de mercancía, gozando así un gran poder político, económico y por lo tanto social.

METODOLOGÍA

La metodología es determinar el orden con el cual se va a realizar el estudio, es decir, señalar cada uno de los pasos que se han de desarrollar para tener un buen proceso, y no perder la visión de nuestro objetivo durante la ejecución de la investigación. Esto mediante una investigación bibliográfica, visiográfica y de análisis de contenido.

- Se llevará a cabo una investigación bibliográfica para lograr una conceptualización de los términos más importantes de la investigación.
- Se analizarán tanto en Televisa como en TV Azteca la transmisión del 11 de septiembre.
- Con este material se efectuará un análisis de contenido desde el punto de vista estructuralista.
- Se considerarán las características de dichos noticiarios para poder presentar nuestros resultados y conclusiones.

CAPITULO I

I. Comunicación

Todos nos comunicamos; comunicarse es una de esas experiencias sustancialmente humanas que asumimos como parte de nuestra cotidianidad. Al pensar el fenómeno de la comunicación, frecuentemente nos encontramos con definiciones confrontadas, nociones contradictorias y bastantes significativas.

Comunicarse suele ser vincularse, poner en común, compartir, intercambiar. La comunicación asumida como un trabajo específico o relacionado con alguna otra tarea de tipo cultural suele transformarse en producción de mensajes, manejo de instrumentos o canales, estrategias informativas.

La comunicación como proceso es y ha sido fundamental en cuanto a que toda sociedad humana desde su origen hasta la moderna, esta cimentada en la capacidad que poseen los individuos de transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencias.

El término comunicación está muy ligado a la problemática planteada en este trabajo, por lo que en este caso, comunicación lo entenderemos de la siguiente manera:

“La comunicación se produce cuando alguno o algunos transmiten algo a otro o a otros; esa transmisión- no importa el medio o el procedimiento que se emplee- es simbólica, es decir, realizada no materialmente, sino mediante signos que representan, expresan o sustituyen lo que quiere decir; el empleo de los signos es intencional y su significación convenida y compartida; por ello, tales signos son utilizados con conciencia de que causarán un efecto más o menos previsible, de que provoca una respuesta congruente”.(1)

Aunque existen muchas, diversas y variadas definiciones del concepto comunicación, la anterior es la que conviene para el desarrollo del presente trabajo, ya que toca aspectos tan importantes para nosotros cuando menciona que la

comunicación se produce cuando uno o unos transmiten algo, no importando el medio o procedimiento, a otro o a otros. En este caso, la transmisión de ese algo, lo entendemos como la transmisión de información que puede ser: informativa, persuasiva, formativa, cultural o diversiva; que se va a dar a través de cualquier medio de comunicación masiva: Prensa, Cine, Radio o Televisión.

De lo anterior podemos deducir que la comunicación va a ser el intercambio de información entre un emisor y un receptor, definiendo información de la siguiente manera:

“Existe información cuando un mensaje público es dirigido de manera indirecta y unilateral a un público numeroso y disperso a través de medios de difusión técnica” (2)

Pero dentro de la comunicación en general, lo que nos va a interesar a nosotros va a ser la información informativa o información de actualidad, o que también podría tomarse como sinónimo de noticia.

Este tipo de información que se da entre un emisor y un receptor (comunicación) tiene como fin específico la difusión objetiva de hechos a través de la información y la interpretación que los acontecimientos que son noticias, A demás sus fines son meramente informativos u orientados, y tanto del punto de vista técnico como científico, está asentada sobre una concreta y precisa teoría de la noticia. Definiendo noticia así:

“Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlen el medio utilizado para la difusión”(3)

Si hemos definido a la información y a la noticia es porque es y será de gran utilidad, a demás de que tanto la información como la noticia son comunicación que se va a dar siempre entre un emisor y un receptor a través de cualquier medio de comunicación masiva. Así, pues, tenemos que la comunicación, información y noticia son términos que se emplearán a lo largo de este trabajo.

Otro término que será de mucha ayuda para comprender el trabajo es "espectáculo", definiéndolo así:

"Función o diversión pública. Aquello que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es particularmente notable. Acción que causa escándalo o grande extrañeza"

a) MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

En este trabajo no pretendemos estudiar a la comunicación en general, sino sólo aquella que se da y se difunde en lo que conocemos como medio de comunicación de masas, y que fueron surgiendo conforme se daba el desarrollo técnico.

Pueden considerarse medios de comunicación de masas: cine, prensa, radio y televisión, de los cuales se dice que son un fenómeno social nuevo.

"su surgimiento exigió dos condiciones:

- 1.- Una tecnología relativamente avanzada que produzca los instrumentos necesarios.
- 2.- Un nivel concomitante de alfabetización de grandes masas de personas que les permita la información difundida." (4)

A la comunicación de masas que se da gracias los medios de comunicación se le puede definir:

“A las operaciones por los cuales ciertos grupos de especialistas, utilizando procedimientos técnicos (prensa, cine, radio o televisión) difunden cierto contenido simbólico entre un público amplio, heterogéneo y geográficamente diseminado” (5)

Los fines atribuibles a los medios de comunicación masiva pueden representarse gráficamente en el siguiente esquema:

“a) FINES COMERCIALES:

-Distraer a la clientela

b) FINES ESPECÍFICAMENTE PERIODÍSTICOS

-Informar acerca de los acontecimientos

-Servir de instrumentos para la libre comunicación de estos acontecimientos, admitiendo en esta labor ciertos matices de presión sobre sus públicos, unas veces claramente y otras de forma encubierta.

c) FINES SOCIALES

-Educar a los públicos

-Servir de instrumentos para la libre comunicación de las opiniones”. (6)

Los cuatro medios de comunicación de masas surgen de distintas maneras y en diferentes épocas. Cada uno tiene sus características propias, que en ocasiones los llegan a poner en ventaja con respecto unos de otros; pero nada es determinante, lo que para uno puede determinar una desventaja para otro es una ventaja y viceversa.

Con respecto a la comunicación de masa que se da a través de los medios se dice:

- “1.- Se dirige a auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos.
- 2.- Los mensajes se transmiten en forma pública a menudo a una hora conveniente para llegar de modo simultáneo a la mayor parte de los miembros del auditorio, y son de naturaleza transitoria.
- 3.- El comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar mucho gasto (u operar dentro de ella)”. (7)

Los medios de comunicación masiva han servido para que el hombre este en contacto más frecuentemente y rápidamente con sus semejantes, así como también han contribuido a que el hombre adquiriera conocimiento sobre muchos aspectos, facilitando el saber y el aprender. Pero no sólo eso, sino que de manera preponderante los medios de comunicación han hecho de este mundo, un mundo pequeño, en el cual todos estamos siendo favorecidos, aunque no falta quien este en desacuerdo con el desarrollo de los medios de comunicación argumentado que pueden ser dañinos para la sociedad por que pueden persuadirnos a adquirir cierto tipo de conductas o crearnos hábitos consumistas.

Cuando nos referimos a que con los medios de comunicación podemos vernos favorecidos es porque el hombre actual no puede estar ya incomunicado, se han convertido en una necesidad dichos medios, en los que se observan grandes posibilidades y ventajas para el enriquecimiento del conocimiento, la rapidez en el trabajo e incluso un provecho económico.

Pero nuestra finalidad no es observar o esclarecer para que sirven dichos medios, o sin beneficios o perjudiciales para la sociedad. Nuestro trabajo a desarrollar es delimitar como dentro de la estructura de la prensa, el cine, la radio y la televisión, se dan los procesos informativos-noticiosos, procesos que se

constituyen en comunicación, y por darse en tales medios se llega a una comunicación de masas.

La labor informativa-noticiosa de los medios de comunicación de masas es muy importante dentro de la sociedad actual, las noticias son imprescindibles para el conocimiento de alguien o algo, de un país o una región, que es de interés para otros, y es esto, como dice Javier Ibarrola, "ha sido desde la presencia en la tierra del primer antecedente del hombre, la necesidad del saber se ha perpetuado hasta nuestros días".

Lo que nos interesa realmente de los medios de comunicación y sus funciones, es la función meramente informativa, que se desarrolla sin excepción en todos los medios y de distinta manera en cada uno de ellos.

El surgimiento de los medios de comunicación masiva se da históricamente en el siguiente orden: medios impresos, cine, radio y televisión.

1) Medios Impresos

El periódico, tal como hoy lo conocemos, nació en Inglaterra, en el siglo XVIII. Con anterioridad a esta fecha, existieron ciertas formas de comunicación social. Ya en la Roma antigua existían distintos medios de información pública: Las *Actas públicas* o *Actas del pueblo* consistían en una serie de tabloncillos expuestos en los muros del palacio imperial o en el foro, en los que se recogían los últimos y más importantes acontecimientos sucedidos en el Imperio. Los *subrostanti* se ganaban la vida vendiendo noticias o fabricando informaciones sensacionalistas y sin sentido.

Periodismo propiamente tal se puede entender en sincronía con una serie de invenciones y transformaciones a nivel mundial que permiten el flujo incesante de informaciones, partiendo sin duda con la invención de la imprenta hasta llegar a los medios digitales de la actualidad.

Al abordar a los medios impresos, debemos citar que estos tuvieron su origen a partir de la invención de la imprenta hace más de 400 años, ésta constituyó uno de los pasos más importantes en materia comunicacional. Por ende los periódicos, libros y revistas se encuentran vinculados íntima y de manera decisiva a las necesidades de la convivencia social y al desarrollo económico, político y social.

“Toda prensa en cualquier país y en cualquier tiempo debe actuar como órgano auténtico de comunicación social, de información objetiva, de cohesión nacional, de análisis de los distintos aspectos de la vida social y de la naturaleza y la actuación de los diversos sectores sociales”. (8)

Los periódicos, libros y revistas conforman un instrumento de orientación y un aspecto educativo primordial que influye enormemente en la actitud y conducta del individuo y de la comunidad.

“Su importancia estriba en que en un determinado tipo de material de lectura que aunque sea complicado, al entrar a la prensa puede ofrecer una serie de detalles que otros medios no pueden hacer; es duradera, permite profundizar detalles, se pueden ocupar en grupos más o menos numerosos de población sin contar con elementos de enseñanza”. (9)

Las informaciones o mensajes escritos permiten al receptor captar plenamente al contenido de éstos, lo que facilita comprensión.

La información de actualidad o noticia, esta estrechamente ligada a los medios impresos, más concretamente a los periódicos o diarios cuya estructura y finalidad esta más abocada a lo que es la noticia, dejando el entretenimiento, lo que no sucede con el cine, radio y televisión, medios que ubican en sus contenidos el esparcimiento, al entretenimiento y la diversión; esto no quiere decir que sólo se difunda distracción al auditorio, sino que sus contenidos son muy variados.

“El periódico impreso es el vehículo técnico que permite hoy día – a la vista de los posibles factores condicionantes que en él operan – el desarrollo y ejercicio al más alto nivel de ese fenómeno social que llamamos información de actualidad o periodismo. En los otros medios de masas – radios, televisión y cine – un periodismo correctamente entendido y aplicado tropieza con serias dificultades de todo tipo: estructurales, técnicas, jurídicas, políticas. No obstante, este dato no nos permite afirmar a priori que estos medios no se practique auténtica información de actualidad. El periodismo impreso fue el primer canal para el periodismo, pero ya no es el único”. (10).

A lo que el autor de la cita anterior llama información de actualidad o periodismo, nosotros lo tomamos también como noticias, puesto que los periódicos impresos manejan casi puro contenido informativo-noticioso, con excepción de algunos suplementos culturales, caricaturas impresas o pasatiempos, pero esto no es de manera general en todos los diarios.

La ventaja que representa la noticia en el medio impreso es que el lector puede leer cuantas veces desee el texto para analizarlo y comprenderlo, incluso archivarlo, claro que para este último la tecnología ha puesto a nuestro servicio las computadoras; pero para el lector común eso es costoso y complicado de llevar a cabo.

2.- Cine

Los pasos que ha dado el cine a lo largo de más de un siglo de existencia confirman un trayecto histórico plagado de realidades que, en forma de películas, han consolidado una estructura creativa e industrial que ha permitido superar los problemas que han surgido al cabo de los años. En su evolución el cine ha consolidado un lenguaje, ha definido trayectos artísticos, modelos empresariales que han favorecido el surgimiento de carreras artísticas de todo tipo, construidas sobre modelos y representaciones que, en muchos casos, han trascendido su propio ámbito cinematográfico. En el camino, el cine se vio marcado por todo tipo de

vanguardias artísticas, movimientos culturales, circunstancias políticas y conflictos bélicos.

En un principio, el cine fue poco más que una curiosidad, un invento que permitía mostrar la realidad en movimiento. Con el paso de los años, sin embargo, se consolidaría como un espectáculo de masas, que atrae a las salas a miles de espectadores de cualquier nacionalidad, y como un arte característico del mundo contemporáneo.

Hoy en día, el cine constituye uno de los principales medios de entretenimiento de gran prestigio, en el ámbito mundial y nacional, sin embargo pocas personas conocen algo más allá de lo que ven en la pantalla o acerca de su evolución en el tiempo.

“El cine es otro de los poderosos medios masivos de comunicación que se ha desarrollado en este siglo y así mismo un importante medio de expresión del pensamiento. El cine como arte es espectáculo. Además constituye una nueva arma de creación de conciencia social y auxiliar valiosos de la investigación científica y en la educación moderna” (11)

Francisco Sanabria, en su obra Radiotelevisión, Comunicación y cultura, acerca del cine menciona: “el cine por su lenguaje y contenidos, esta más emparentado con las artes narrativas y plásticas que con la prensa. Si se agrupa con ésta es en cuanto medios de comunicación de difusión amplia, no en cuanto a medio de información por que no lo es; de una película lo que lícitamente esperamos es – dentro de sus peculiaridades propias – algo más parecido a lo que esperamos de la novela, del teatro o de la pintura que lo que esperamos de la prensa”.

En la definición anterior el autor descarta al cine como un medio informativo que no tiene que ver con la prensa; con la noticia. Sin embargo, otra definición apoya a la antes mencionada con respecto a que el cine es un medio de comunicación de masas:

“El cine es el ejemplo más típico del espectáculo de masas. Atendiendo masa no en su acepción primaria de la multitud cercana a la histeria colectiva que presencia un partido de fútbol, sino en el sentido que le damos hoy cuando hablamos de nuestra época como de una cultura masificada. Espectáculo dirigido a un público indiferenciado en el que se incluye el culto y el ignorante, el cristianismo y el gentil”. (12)

La televisión y el cine a pesar de tener similitudes, también tienen diferencias. Al parecer la diferencia fundamental entre la televisión y el cine estriba en el distinto tratamiento de la imagen. En el cine parece haberse llegado a la conclusión de que es lenguaje primordialmente de imágenes, en cuyo ritmo estriba en su esencia, siendo el lenguaje hablado un apoyo muy marginal. En la televisión, por el contrario, se está llegando a la conclusión de que participa tanto el cine (imágenes), como la radiodifusión (lenguaje hablado).

Ahora bien, contradiciendo a las dos definiciones sobre el cine anteriormente mencionadas y relacionándolo ya directamente con la problemática planteada a desarrollar en este trabajo: encontramos que: “Desde el primer instante de su nacimiento el cine estuvo íntimamente ligado al periodismo. La primera cinta proyectada por el cinematógrafo Lumier fue un reportaje filmado: la salida de los obreros de la fábrica Lumier (1895). El cine reportaje – es decir- el cine concebido como instrumento para la información noticiosa- es anterior, o por lo menos, contemporáneo, a la concepción y desarrollo del cine como continuador del teatro, del cine como nuevo instrumento para la poesía dramática o la narración novelística. Sin embargo, con el paso del tiempo, el cine como instrumento periodístico ha quedado notablemente postergado en los colosales planteamientos comerciales de la gran industria cinematográfica”. (13)

“El momento actual del periodismo cinematográfico se caracteriza por su incertidumbre respecto al futuro, por una crisis interna a cerca de su propia

identidad y de su posibilidad de supervivencia. El culpable principal de esta crisis es la televisión. Pero mucho antes de que la televisión naciera, el cine informativo cumplía ya la importante misión de dar noticia puntual, periódica y exacta de cuanto acontecía en el mundo. Durante treinta años hasta que surgió la pequeña pantalla, el Noticiero y el Documental ejercieron el monopolio de la noticia de imágenes". (14)

2) Radio

La radio es el resultado de años de investigación y de la invención de diferentes artefactos que emergieron ligados al entendimiento y desarrollo de la electricidad.

La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos. En 1910, De Forest transmitió por primera vez una ópera desde el Metropolitan Opera House de Nueva York. En 1920 se crearon varias emisoras o estaciones de radio en Estados Unidos, y en 1923 se fundó en el Reino Unido la British Broadcasting Corporation (BBC). En 1925 ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo.

Entrados los años 60, la radio experimentará una mala época por un hecho que vendría a cambiar muchas cosas: la llegada de la televisión. Con la popularización de la televisión, la radio debe reestructurarse y ver cuáles son las ventajas que tiene sobre el nuevo medio (aunque, de hecho, las tenía y las sigue teniendo). Es cierto que la TV podía emitir imágenes, pero la radio era mucho más ágil y rápida.

“Como medio de comunicación masiva la radio pone en contacto a dos sujetos, emisor y receptor; es uno de los medios que mayor audiencia cubre; ya que se encuentra al alcance de cualquier persona. La radio llega a los lugares menos imaginados, aspectos en el cual otros están limitados. Así mismo ofrece la simultaneidad, rasgo peculiar que ofrece la oportunidad de ser

participe en un suceso que está aconteciendo a grandes distancias en el instante en el que se da la acción". (15)

La radio surge en la década de 1920 y sus contenidos no estaban bien definidos, pero se dedicaban principalmente al entretenimiento como la música y las charlas. En un principio la radio tuvo que enfrentarse a la prensa escrita, por lo que adentrarse en los aspectos informativos fue verdaderamente difícil, porque no es lo mismo escribir para la vista que escribir para el oído.

Al principio efectivamente, los hombres de la radiodifusión no se daban cuenta de que no es lo mismo escribir para la vista que para el oído. El lector en los medios impresos puede detenerse, volver a leer una frase y regular la rapidez con que se lee un artículo. Al oyente, sin embargo, no se le da más que una oportunidad para oír una oración gramatical y no puede regular la rapidez con que se escucha: debe oír una oración gramatical al ritmo que le impone el locutor. El estilo radiofónico no apareció inmediatamente, a pesar de que los expertos en el nuevo medio empezaron a darse cuenta de que necesitaban un estilo distinto al de los periódicos.

El desarrollo de la noticia en la radio se compara con la noticia en la prensa escrita, porque esta última era la que predominaba durante el surgimiento de la radio, siendo una gran opositora al desarrollo de un lenguaje propio radiofónico.

En el caso de los medios de comunicación de masas electrónicos, se dice que las noticias son un elemento invitado en unos canales que son esencialmente medios para la diversión (radio y televisión). No obstante desde una perspectiva histórica, puede constatarse cómo desde el primer momento la radio se preocupó por organizar programas informativos radiados.

"Es importante advertir que, a pesar de la historia brillante y sensacional de los programas de entretenimiento, los hitos que van marcando el camino se relacionan con la transmisión de noticias por radio". (16)

Casi veinte años después del surgimiento de la radio y de la lucha por sobrevivir es sus espacios informativos noticiosos contra la prensa escrita, esta última descubrió que no podía destruir a la radio y aprendió a vivir con ella. En muchos casos los propietarios de las empresas periodísticas compraron estaciones de radio o se asociaban con alguna.

“Desde una óptica diferente a la gramatical, desde un enfoque que pudiéramos denominar psicológico, resulta evidente que la lengua hablada de las noticia radiofónicas vincula más estrechamente al receptor con la realidad de la que trata la noticia que se le comunica”. (17).

3) La televisión

La captación de la imagen, su transporte y recomposición de la misma en un lugar alejado, que es la esencia de la televisión, no surgió del trabajo de un sólo inventor, aunque la historia tradicional teñida por una visión individualista a la búsqueda de genios, siempre ha intentado darle un padre. Hay quien se remonta a finales del siglo XIX y a los trabajos del científico alemán Paul Nipkow, quien logró descomponer las imágenes en puntos y líneas, pero el origen de la TV, tal y cómo la conocemos, está muy ligado a grandes empresas inglesas, alemanas y norteamericanas como AEG, Telefunken, General Electric, Westinghouse, que investigaron sobre todo con fines militares.

Las primeras emisiones experimentales civiles tuvieron lugar en 1928 en Estados Unidos, pero fue Alemania quien a partir de 1929 comenzó el primer servicio, aunque la programación regular se inició en 1935. Con los nacional-socialistas en el poder, pronto comprendieron el valor propagandístico del nuevo medio que quedaría demostrado en la retransmisión de las Olimpiadas del 36.

Sin embargo, su empleo era todavía un entretenimiento de elites, una curiosidad técnica, al que muchos no auguran ningún futuro comercial, dado la enorme difusión alcanzada por la radio y su importante papel durante la Segunda

Guerra Mundial. Tras la contienda, una Europa destrozada tenía otros problemas más importantes en que pensar que en la televisión, por lo que fue Estados Unidos, reforzado e enriquecido quien tomó el relevo.

Como en muchos otros avances técnicos que se orientan al mercado, sus promotores se vieron en el dilema de comercializar los receptores con un precio elevado para mantenerlo como un producto de lujo o reducir el margen de beneficio por unidad y la calidad de los aparatos para hacerlos accesibles al mayor número de público. Esto unido al desarrollo de una enorme clase media próspera en Estados Unidos a la que proporcionar nuevos medios de consumo, marcó la orientación de la TV como medio de masas por excelencia. Situación que se iría extendiendo por el resto de mundo, con un importante matiz, mientras desde el principio, la televisión estadounidense estuvo ligada a la iniciativa privada, en la mayor parte de los países se mantuvo bajo el férreo control estatal. De ahí que muchos fenómenos de lucha por la audiencia y eliminación de los mensajes que podían molestar o aburrir a una gran fracción del público, no se produjeron hasta la década de los ochenta o principios de los noventa, cuando las privatizaciones impusieron lo comercial sobre lo político.

Pero, volviendo a sus primeros pasos, ¿cómo logró la televisión superar en implantación e influencia a los otros medios? No por su calidad de imagen, inferior a la del cine, ni por la inmediatez de sus informaciones, que era proporcionada por la radio, ni por el número de noticias ofrecidas diariamente, muy inferiores a las de un periódico. Realmente el logro de la TV ha sido el introducir en el ámbito de la privacidad del ciudadano un poderoso lenguaje icónico, sustituyendo en la cultura popular no tanto a la letra impresa, ya que, no nos engañemos, el nivel de analfabetismo funcional ha sido muy alto en muchos países hasta fechas muy recientes y en otros continua siéndolo, como a la radio, culminando el proceso iniciado por el cinematógrafo.

Sin embargo, su influencia ha sido tan grande, incluso entre aquellas personas que han podido acceder a una mayor formación, que ha hecho tambalearse al medio

escrito como punto de referencia obligado, (libros incluidos) obligándole a replantear contenidos, lenguaje y elementos formales.

Para el teórico de la comunicación Marshall Maculan, la escritura, a su entender, rompió la pluralidad ya que durante mucho tiempo estuvo reservada a una minoría, fomentando que se desarrollará una forma de sentir la realidad científica y práctica. La mente humana se transformó y el pensamiento tendió a hacerse más lógico, más discursivo por influencia de lo escrito. Se generó un universo lineal, especializado y desmenuzado sometido a un análisis capaz de captar un sólo aspecto de las cosas.

Pero de hecho, la televisión supone pocas novedades en este lenguaje de las imágenes respecto al cine, por lo que en opinión de algunos estudiosos, su innovación fundamental radica en las retransmisiones en directo. El llamado tiempo real, en el que el espectador asiste al acontecimiento en el mismo momento que se produce, sin ninguna elipsis temporal.

De aquí surge una consideración importante, la asimilación que en la colectividad se produce entre realidad e imagen televisiva, que llega a traspasarse de lo que es un acontecimiento en directo a todo lo que la televisión emite. Sin embargo, incluso la retransmisión en vivo conlleva un trabajo de realización y selección de imágenes, cuya ausencia de cortes temporales permite crear la ficción en el espectador de que se asiste, sin mediaciones a lo que realmente pasa.

La televisión actúa como un filtro para el acontecimiento: la visión que ofrece ya está elaborada, lista para su inmediata asimilación. Normalmente, se trata de acontecimientos programados de antemano, considerados de interés general por su carga emotiva, organizados de tal forma que se favorezca su difusión, con sus correspondientes momentos dramáticos y final feliz o trágico.

A finales de la II Guerra Mundial la televisión se adueñó de los hogares estadounidenses. El número de emisoras de televisión pasó de 6 en 1946 a 1.362 en

1988. En Gran Bretaña, a finales de la década de 1980, el pasatiempo más popular era ver la televisión, y el 94% de los hogares disponía de una televisión en color.

La televisión se ha extendido por todo el mundo; los satélites de comunicaciones permiten transmitir programas de un continente a otro y enviar acontecimientos en vivo a casi cualquier parte del mundo. La grabación de vídeo también ha revolucionado la capacidad de almacenamiento, recuperación y transmisión de la información.

“La televisión predomina como el más potente de todos los medios de comunicación, es sin duda el medio que caracteriza a nuestra época, la influencia que ésta ejercido en nuestra sociedad no puede negarse”. (18)

Que la televisión ha llegado a ser la influencia más poderosa en la sociedad, que su advenimiento ha transformado y revolucionado a la situación política y cultural del hombre y que abre infinitas perspectivas de manipulación de las masas, son afirmaciones o comentarios que se escuchan frecuentemente sobre este medio.

La televisión es la unión de sonido e imagen, es un medio que permite el empleo de muy diversos recursos como la palabra hablada y escrita, del color, la música, los efectos de sonido y de imagen, todo en un solo mensaje.

“Otra característica que posee es la inmediatez que experimenta al espectador ante lo que pasa en la pantalla, así como la espontaneidad sensación de que lo que sucede en la pantalla esta ocurriendo en ese momento y la intimidad, es la sensación que produce en el sentido de que sólo trabaja para ver el vidente”. (19)

El desarrollo de la televisión se comienza a gestar a finales de la década de las treintas, el avance tecnológico permitió un rápido crecimiento de este medio, logrando abarcar grandes proporciones de auditorio en un tiempo relativamente corto. Su surgimiento no fue fácil puesto que tuvo que enfrentarse a la prensa escrita

y a la radio, que tenían cierta ventaja sobre el nuevo medio dado su bajo costo de producción. Sin embargo la televisión logró un desarrollo tan grande que hoy es el medio de comunicación de masas más poderosa del mundo.

Cabe destacar la importancia de la televisión y sus contenidos informativo-noticiosos que nacen casi desde el mismo momento en que surge al medio, allá por el año de 1938. El desarrollo de este tipo de contenidos se da rápidamente dadas las circunstancias de la época (se iniciaba la Segunda Guerra Mundial), y las necesidades de información de la población.

La noticia por televisión a alcanzado niveles más importantes que ningún otro medio, es a través de la televisión, precisamente que el hombre actual y la sociedad en que vive están enterados y tienen conocimiento de lo que acontece en cualquier parte del mundo, este se debe al rápido y sorprendente desarrollo tecnológico a favor del medio, sin dejar de lado el progreso que en este aspecto han concretado los otros medios.

En México, se habían realizado experimentos en televisión a partir de 1934, pero la puesta en funcionamiento de la primera estación de TV, Canal 5, en la ciudad de México, tuvo lugar en 1946. Al iniciarse la década de 1950 se implantó la televisión comercial y se iniciaron los programas regulares y en 1955 se creó Telesistema mexicano, por la fusión de los tres canales existentes.

Televisa, la empresa privada de televisión más importante de habla hispana, se fundó en 1973 y se ha convertido en uno de los centros emisores y de negocios más grande del mundo, en el campo de la comunicación, ya que además de canales y programas de televisión, desarrolla amplias actividades en radio, prensa y ediciones o espectáculos deportivos.

La televisión ha alcanzado una gran expansión en todo el ámbito latinoamericano. En la actualidad existen más de 300 canales de televisión y una

audiencia, según número de aparatos por hogares (más de 60 millones), de más de doscientos millones de personas.

A partir de 1984, la utilización por Televisa del satélite Panamsat para sus transmisiones de alcance mundial, permite que la señal en español cubra la totalidad de los cinco continentes. Hispasat, el satélite español de la década de 1990, cubre también toda Europa y América

4) La noticia por televisión

Este es el aspecto principal del desarrollo del presente trabajo; como hemos venido observando, la noticia es nuestro principal elemento de estudio, pero no la noticia en general, sino la noticia de corte político por televisión concretamente.

Empezaremos definiendo que es una noticia: la palabra noticia viene del latín nova que significa originalmente COSAS NUEVAS, la noticia es un suceso que interesa a un número importante de personas.

Las noticias son la consecuencia de la necesidad y el deseo de los humanos de conocer el estado del entorno social y físico.

La noticia tiene un sentido y una función que se ha hecho imprescindible como vínculo social que permita reunir la pluralidad cultural de los miembros de una comunidad, y generar una historia común, una identidad y un discurso propio en el que puedan reconocerse.

En la actualidad los editores de los medios de comunicación, en sus esfuerzos por atraer a un público masivo, ponen más énfasis en las noticias sensacionalistas que en las noticias importantes.

Cada programa noticioso debe tener un balance informativo, el cual se logra con la presentación de noticias y reportajes con diferentes duraciones. Habrá noticias que requieran sólo de un minuto, otras de 45 seg. Otras de un minuto con 30 seg.

Hay que decir que los tiempos del contenido noticioso estarán sujetos a la trascendencia de los hechos mismos.

Las noticias y las imágenes que se seleccionan, editan y presentan al televidente deben ser las más acertadas, las más importantes. La lectura de una noticia al aire debe coincidir con el material gráfico que se presente también.

A sí pues, tenemos que los mejores recursos de la televisión como medio al servicio de la información de actualidad o noticias radican precisamente en que es el único instrumento – dado el actual estado de tecnología- que dispone de imagen móvil y simultánea con el hecho que se transmite, incluso sonido.

Una de las principales características de la noticia por televisión es que posee una dosis más o menos grande de carga emotiva en la presentación de los mensajes.

“El poder que tiene la imagen móvil para generar una reacción emocional en la audiencia constituye la principal diferencia entre las noticias en televisión y todas las demás noticias”. (20)

La carga emocional que se da en la transmisión de la noticia por televisión es el resultado de tres factores que se dan en el proceso comunicativo a través de la televisión: importancia de lo visual; culto a la personalidad; y, la información periodística es entendida como espectáculo.

“La televisión visualiza la noticia, la hace materia visible; en suma, la aparta menos – pero la aparta siempre- de la realidad, desde el punto de vista de la mecánica perceptible, ya que la realidad es aprehendida preferiblemente a través de la vista. El proceso específico de la televisión, es pues, que unos hechos que ocurren en la realidad se pueden convertir en imágenes susceptibles de ser transmitidas”. (21).

“Las noticias en televisión no son anónimas; no se distribuyen sin nombre y sin rostro como las noticias impresas. Cada noticia no lleva la firma del autor, sino el nombre mismo. Las noticias en televisión son relatadas por hombres y mujeres que tienen voces y rostros e ideas que no pueden o no quieren alterar. Esos rostros se ven en la pantalla, esas voces se escuchan y esas ideas determinan en alguna medida la expresión facial y oral. En otras palabras, dado los medios técnicos de la emisión, el talento es el único elemento indispensable para las noticias por televisión. Sin él, no puede haber espectáculo”. (22)

“Lo que se distribuye por televisión es tanto espectáculo como información. Con su énfasis en lo visual, la televisión trata de mostrar los hechos tal y como sucedieron. En un sentido mucho más sutil, la emisión de noticias es un espectáculo porque debe ser organizada de acuerdo con los mismos principios psicológicos que determinan la estructura de una obra teatral, una comedia cinematográfica, o tal vez, con más precisión, en un espectáculo de variedades. Este es exactamente el propósito del noticiario por televisión, no en cuanto al contenido, sino al estilo. Debe ser una calculada fusión de noticias y personalidad, presentada en forma tal que atraiga e interés y la atención de la audiencia”. (23)

Por otra parte, podemos decir que la noticia televisiva esta compuesta de tres códigos básicos: imágenes, sonidos musicales o ruidos y emisiones verbales. De estos tres códigos se desprenden una gran gama de subcódigos. Pero es preciso afirmar que el elemento diferencial más importante, el rasgo que distingue radicalmente las noticias televisivas de todas las demás noticias, es la casi total dependencia de lo visual que se encuentra en todos y cada uno de los mensajes de televisión.

El relato y la estructura en televisión deben tener ciertas peculiaridades que hagan de la noticia algo agradable y atrayente para el público. Existe una similitud

entre la radio y la televisión a este respecto y es que los mensajes deben tener una característica de conversación improvisada en lugar de presentarse como un texto leído. Una peculiaridad del relato en televisión nace de la exigencia de estructurar toda la emisión informativa y todas sus partes en la forma de un espectáculo.

Dentro de la noticia por televisión, como ya se mencionó, la imagen juega un papel fundamental y puede llegar a tener funciones como lenguaje. Al respecto:

“En la noticia por televisión, la imagen es el soporte básico y esencia del mensaje; este soporte lleva normalmente consigo un acompañamiento de otros signos comunicativos – palabras, sonidos- que refuerzan su poder para transmitir un contenido; no obstante, la imagen por sí sola, sin otras muletas, tiene posibilidades funcionales del más noble de los lenguajes humanos: La lengua hablada o la lengua escrita”. (24)

Desde comienzos de los años '60 la utilización de la TV en el ámbito instructivo se ha extendido considerablemente en países de elevado nivel cultural y como en otros con grandes retrasos culturales (los del tercer mundo), donde se llegó a confiar en la TV como instrumento decisivo para la culturización.

Se dice que la TV constituye una ventana abierta al mundo, cuya realidad podemos contemplar desde la comodidad de nuestros hogares.

Existen ciertos programas de TV, que ofrecen formas estereotipadas de reacción típicas.

Pudiera darse una cierta tendencia a imitar los modelos presentados por TV y esto constituiría de alguna manera una limitación de nuestra libertad. El mayor riesgo de influencia lo corren los niños y los ignorantes, las personas que por falta de experiencia, no han adoptado aún una postura personal definida ante los problemas

claves de la existencia, o aquellas personas en las que la falta de cultura, determina una carencia de decisión personal fácilmente influenciable por los programas de TV.

Los medios masivos de comunicación son también instrumentos de poder. Con ellos se trata de embotar las mentes y proveerlas de slogans. En vez de estimular con ellos la liberación de las personas, se estimula el condicionamiento mental y la esclavitud. Con los medios sensacionalistas se está dando vida a una imagen estrecha y cavernaria.

Es conocida por todos la influencia que tiene la televisión en la vida de las personas y la cantidad de tiempo libre que se le dedica.

Aceptar los mensajes tal cual son, sin ningún cuestionamiento acerca de qué pensamos, de lo que vemos o escuchamos, hace muy difícil la formación de receptores críticos capaces de analizar la información que se les presenta diariamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) SANABRIA, Francisco, sobre el concepto de comunicación humana y su papel Social, en "Revista Española de la Opinión Pública", Número 26, Pág. 29.
- (2) BOURQUIN Jaqués, "Los derechos humanos y los medios de información", número 8, Pág. 5
- (3) MARTINES Albertos José Luis, El mensaje informativo. Editorial A.T.E. Madrid 1977, Pág. 35.
- (4) BLAKE H. Reed. Taxonomía de conceptos de Comunicación. Ediciones Nuevo Mar, S.A de C.V 1984, Pág. 38
- (5) JANOWITZ Morris y SCHULTZ Robert, Tendencias de la Investigación en el campo de las Comunicaciones de Masas. Buenos Aires, 1969, Pág. 80
- (6) Ibid, sin págs.
- (7) BLAKE H Reed, Op. Cit. Pág. 38
- (8) FEIJOO Herrera José Luis, La Utilización de los medios masivos de Comunicación como Apoyo al Mejoramiento de la Nutrición, Tesis de Licenciatura, Universidad veracruzana, 1981, sin Pág.
- (9) Ibidem, sin Págs.
- (10) MARTINEZ Albertos, Op. Cit. Pág. 180-183
- (11) COARTAZAR Iturriaga, El papel de los Medios de Comunicación en el problema de Nacimiento de Basura en la Ciudad de Veracruz. Tesis de Licenciatura. 1992. pág. 84
- (12) SIGUAN Miguel, El Cine y el Espectador, Madrid, 1954 pág 12.
- (13) MARTINEZ Albertos, Op, Cit. Pág. 285
- (14) PEREZ Calderón M. La información Audiovisual, Madrid 1970 pág. 206
- (15) CORTAZAR ITURRIAGA, Op. Cit, pág. 85
- (16) WOOD A. William, Periodismo Electrónico, México D.F, 1969 Pág. 13.
- (17) MARTINEZ ALBERTOS, Op. Cit. Pág. 188
- (18) CORTAZAR ITURRIAGA, Op. Cit, pág. 188

- (19) Características de la Televisión, Apuntes, Mimeografiados. Universidad Veracruzana. Sin pág.
- (20) GREEN Maury, Periodismo en Televisión, Buenos Aires, 1973
Pág. 72.
- (21) GONZALEZ CABEZAS j. Ramón, televisión: Visualización de la Noticia. 1973, Pág. 17
- (22) GREEN Maury, Op. Cit. Pág 63
- (23) GREEN Maury, Op. Cit. Pág 67
- (24) MARTINEZ Albertos, Op. Cit. Págs. 238

CAPITULO II

Cap II. Agencias de información y cadenas de televisión.

En este segundo apartado del trabajo que se desarrolla, tocaremos el tema de las agencias de información y de las cadenas de televisión como elementos de suma importancia en el tratamiento de nuestra problemática que se relaciona por televisión.

Tanto las agencias de información como las cadenas de televisión han contribuido a que la noticia televisada juegue un papel determinante en las sociedades actuales, tanto en el aspecto político, como en el cultural y en el social.

Para empezar, definiremos primeramente a las agencias de información:

“Los principales intermediarios entre las fuentes de la noticia y el medio de comunicación social son las agencias de información. La denominación tradicional Agencias Telegráficas de Información revela fielmente el origen y la función actual de unas entidades nacidas precisamente para solucionar el problema de la variedad de fuentes noticieras y de los problemas de distancia y transmisión a resolver para que llegaran al medio de comunicación”. (1)

De acuerdo a la cita anterior las agencias de información son los instrumentos gracias a los cuales las noticias, generadas en cualquier parte del mundo, llegan al público. Esto al enorme desplazamiento de equipo, tanto técnico como humano, con que cuentan las agencias.

Las agencias noticieras se subdividen en municipales, regionales, nacionales y especializadas. Siendo su principal diferencia al área geográfica en la que se pueden desarrollar y en la que operan; pero todos tienen la misma finalidad: recopilar y distribuir las noticias generadas.

“Agencia-Mundial.- Son las que atienden el mercado mundial de la noticia por cuenta de clientes fijos situados en todas partes del globo (France Press, UPI, AP, Reuter y TASS).

Agencia Regional.- Recogen información y abastecen de ella a la clientela del propio país. Se distingue de la agencia nacional en que mantiene canales de difusión hacia el exterior, sobre todo hacia zonas especialmente vinculadas a la economía, política o cultural del país de origen. (EFE, Kyodo News Service, DPA).

Agencia Nacional.- Son los que sólo recogen noticias de la propia realidad nacional y las transmiten a clientes exclusivamente nacionales. Este papel pueden adjudicárselo las propias agencias mundiales con respecto a su propio país o las regionales.

Agencias Especializadas: Las que abastecen de un tipo de información (deportiva, económica, técnica) o de una modalidad auxiliar informativa (fotografías, reportajes, dibujos, tiras, etc.)”. (2).

El papel fundamental de las agencias de información es el de recopilar las noticias generadas en cualquier parte del mundo y enviarlas o distribuirlas a sus clientes que pueden ser: periódicos, revistas, estaciones de televisión y de radio. Así mismo, este tipo de empresas generan una competencia entre ellas que hace de la noticia una especie de mercancía informativa, por la cual se dan grandes luchas por obtener siempre la primicia noticiosa.

La noticia al ser manejada por las agencias informativas deja de ser precisamente eso “noticia” y se va a convertir en una mercancía que es disputada y controlada de acuerdo a los intereses de cada empresa informativa.

Las agencias de información se convierten en empresas desde el momento en que la noticia se convierte en mercancía. Empresas que financieramente son beneficiadas por la venta de su producto: la noticia.

Las agencias mundiales controlan el 95% de la información internacional, de ahí su importancia. Las más destacadas son: United Press International (norteamericana); Associated Press (norteamericano); Agencia France Epress (francesa); Reuters (Inglesa); De estas cuatro agencias económicamente, como territorialmente, así como las de mayor influencia. Al respecto:

“El público puede creer que hay varios periódicos, pero en definitiva sólo hay un periódico M. Havas tiene corresponsales en todo el mundo; Todos los diarios de París, por motivos económicos, han renunciado a gastar por su cuenta lo que M Havas gasta cada día más, puesto que detenta un monopolio y todos los periódicos, libres de traducir periódicos extranjeros y mantener corresponsales propios, subvencionan a M. Havas mediante una suma mensual para recibir a horas fijas las noticia del extranjero. Cada cual tiene en blanco, en rojo o en azul, las noticia que le envía M. Havas” (3).

El potencial es indiscutible cuando nos referimos a las agencias de información, potencial que no puede dudarse y menos combatirse.

Continuando con la UPI y la AP, dado que son las más importantes en la escuela mundial de agencias informativas, tenemos que las dos proporcionan a los diarios y a las estaciones de radio y televisión, información esencial sobre los acontecimientos a nivel estatal, nacional y mundial. Distribuyen material informativo, especialmente preparado, entre los medios de difusión de más de 100 países, Las estaciones de radio y televisión reciben material noticioso especialmente escrito para ellas.

Las agencias de información están constituidas por una estructura amplia que consta de: oficinas en el país de origen y en el extranjero; corresponsales en casi todos los países, por ejemplo la AFP tiene en 160, la AP en 100; informan en más de 40 idiomas; empleados, redes de telecomunicación etc. Todas sirven a cientos de periódicos, estaciones de televisión y de radio en todo el mundo.

Hoy paralelamente a los acuerdos internacionales sobre cuestiones políticas e informativas, prosperan acuerdos sobre la penetración de las agencias mundiales. En informe sobre la Información puede leerse:

“El terreno está perfectamente preparado para la monopolización de las fuentes noticieras y la adaptación de ese monopolio a la geopolítica universal. El mundo se subdivide en zonas de colonialismo informativo bajo la mirada vigilante de las agencias internacionales” (4).

Existen zonas abiertas donde informan todas las agencias mundiales; zonas de distribución prácticamente unívoca; y, zonas de distribución multipolar.

Ahora, hablaremos sobre las cadenas de televisión como un segundo aspecto importante que rodea a la noticia, y que es precisamente el objeto de estudio del presente trabajo.

Los orígenes de las cadenas de televisión datan de cuando surgen las primeras estaciones de televisión en los Estados Unidos. El nacimiento de dichas estaciones y de la televisión como medio de comunicación masiva se ve obstruido por los medios ya existentes: la radio y la prensa, principalmente. Sin embargo, el nuevo medio logró desarrollarse de tal forma que pronto dejaría atrás a sus competidores.

El desarrollo tecnológico y la necesidad de llegar a un público mucho más amplio hicieron que las pequeñas estaciones de televisión se fusionaran, creando

pequeños o grandes grupos de estaciones que con el tiempo llegarían a construir monopolios importantes de televisión, entre los cuales se desataría una competencia por atraer la atención de la mayor cantidad posible de público, ideando nuevas formas en su programación para atraerlo y ganarse su preferencia.

Los contenidos de la televisión en sus primeros años no estaban del todo bien definidos, pero el rasgo que siempre se ha observado en este medio, no importando su estructura, es el de la noticia, el contenido informativo en el medio.

Los pequeños canales se convertirían en poderosas cadenas de televisión, gracias al avance de la tecnología en su favor. Ese desarrollo tecnológico contribuiría enormemente en algo imprescindible y sumamente importante para las sociedades de hoy.

Pero este crecimiento y desarrollo de la noticia en la televisión no fue un hecho fortuito. Las cadenas de televisión observaron en sus espacios informativos, el instrumento esencial para el control y benéfico a sus intereses políticos, económicos y sociales: la noticia.

Actualmente las cadenas televisivas en el mundo son las que dominan el medio; un canal aislado, una pequeña estación de televisión ya no es de impacto.

Las cadenas existentes hoy en día, que son principalmente norteamericanas, nacen prácticamente cuando surge la televisión, tal es el caso de CBS (Corporation Broadcasting Sistem); otras irían apareciendo con el tiempo: ABC (Asociation Broadcasting Corporation), NBC (National Broadcasting Corporation) y la más poderosa en cuanto a contenidos informativos la CNN (Center News Network).

Las cadenas norteamericanas no son las únicas pero sí las más importantes. En el mundo existen la BBC de Inglaterra, las organizaciones Eurovisión, Mundovisión, OTI (Organización de Televisión Iberoamericana), entre otras.

En nuestro país, la televisión tiene acceso a tan importantes medios de comunicación, como lo son las cadenas de televisión internacionales.

Las cadenas de televisión van a ser los vehículos a través de los cuales el público puede apreciar, conocer e informarse de lo que pasa en el planeta, no importa en que lugar, cuándo y cómo se da el hecho noticioso. La televisión nos presenta a la noticia de una manera especial que nos atrapa y nos hace creer en ella a través y valiéndose de la imagen.

La estructura de las cadenas de televisión es muy alta y compleja, que podría compararse con la de las agencias informativas; cuenta con un Cartel general o central donde laboran gran cantidad de personas (editores, técnicos, locutores, redactores, guionistas); reporteros, corresponsales nacionales e internacionales; y, lo más importante, redes de telecomunicaciones con alto nivel tecnológico para una mejor y rápida funcionalidad.

Las cadenas de televisión hacen de la noticia un "espectáculo" para el público que la presencia. Esto se gesta principalmente desde el momento en que la noticia es captada y recopilada a través de las cámaras y del reportero para luego ser presentada. El avance de la tecnología ha ocasionado que los noticieros de televisión varíen su estructura en la forma de dar a conocer las noticias, se valen de la imagen real del hecho y en algunas veces del sonido, para llamar la atención del individuo que esta en espera o que busca conocer y saber sobre el mundo.

Existen cadenas especializadas en los contenidos informativo-noticiosos como la CNN estadounidense, que en la actualidad es la más fuerte tanto económicamente como tecnológicamente, y que tiene desplazados en todo el mundo un gran número de corresponsales.

Hoy en día las cadenas de televisión han introducido una nueva y novedosa forma, que es muy atractiva para el público: la transmisión de la noticia en vivo y en directo, ya podemos presenciar los hechos que conforman la historia y nos convertimos "testigos" de ella, cuando nos sentamos frente a la televisión a presenciar el "espectáculo" noticioso.

Las fuentes noticiosas de las que se valen las cadenas televisivas son diversas. Se alimentan de las noticias manejadas por las agencias informativas, de sus reporteros, de sus corresponsales nacionales y extranjeros, e incluso, de otras cadenas de televisión, esto último, en México se practica bastante dado que no existe el capital suficiente para cubrir todas las áreas del planeta, también se pueden surtir de revistas especializadas o periódicos. Pero la más importante es la noticia recogida en imagen y sonido por la misma organización televisiva.

Las agencias informativas y las cadenas de televisión constituyen parte de lo que se ha denominado Industria de la Información que se encarga de manejar a nivel mundial toda la información noticiosa, siempre respondiendo a intereses políticos, económicos y sociales.

Esta industria de la información es la que controla el orden informativo mundial, monopolizando las noticias, "maquillándolas" y preparándolas para que puedan ser dadas a conocer.

a) PODER ECONÓMICO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS Y DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN

"Decidir quien para las noticias no es sencillo. Si los propietarios de la información acudiesen al amanecer al mercado de mayoreo a comprar noticias en grandes cantidades y más tarde las vendieran al menudeo a los consumidores, la transacción sería relativamente sencilla. Pero la mayor parte de la información se distribuye con otros productos de distinta índole (información

mercantil, publicidad, diversiones), cada uno de los cuales tiene su costo y rinde su beneficio. Actualmente el consumidor ordinario no puede pagar exclusivamente por las noticias diarias. En general, no hay una distribución sistemática de las noticias diarias, sino que la información va siempre acompañada de otras actividades cuyo objeto primario es atraer públicos extensos a los cuáles vender mercancías". (5)

Esta definición nos da una idea clara y precisa de cual es el fin de las empresas de la información, no cabe duda que en la actualidad tanto las cadenas de televisión como las agencias informativas deban su grandeza a la "noticia-mercancía". Siempre se busca la forma de atraer al público y las cadenas de televisión lo consiguen mostrando escenas verídicas de guerras, asesinatos, desastres humanos y naturales, reuniones, encuentros deportivos, despertando el interés en el individuo, que deseoso de no perder detalle se fija frente al televisor para conocer lo que acontece en su localidad, en su país o en el mundo. Pero no sólo recibirá información y noticias, sino también los mensajes mercantilistas de las grandes trasnacionales que aprovechan esos espacios para anunciarse. El "raiting" de un noticiero televisivo determina la cantidad de anuncios comerciales a transmitirse.

El poder económico de United Press International , de France Press, de Reuters, de CNN, de CBS, se manifiesta plenamente con la tecnología con que cuentan y que les sirve para atraer público en el caso de las cadenas televisivas y clientes en el caso de las agencias informativas.

Se han desatado una competencia entre cadenas televisivas que han logrado, en este caso, que la noticia sea buscada y disputada para tener siempre la primicia informativa para presentarse al auditorio. Lo mismo ocurre con las agencias informativas.

b) PODER POLÍTICO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS Y DE LAS CADENAS DE TELEVISION

En nuestro tiempo, esta clase de poder es clara porque los medios de comunicación en general siempre están a favor de acuerdo o sirven a cierto tipo de ideología, a pesar de que puede decirse que algunos son independientes, su "línea" siempre se ajustará a cualquiera de las ya existentes.

"El periodismo no es sólo la forma más dinámica de la comunicación social, sino que la de informar y dar su interpretación sobre las noticias, es al mismo tiempo una activa fuerza política, un instrumento de la lucha de clases. Influye directamente en la realidad cotidiana, contribuyendo a organizar el mundo material según los contenidos de clase que transmite. Es un arma poderosa cubierta de "independencia" cuando sirve a los capitalistas, o proclamando su carácter de clase cuando sirve a los trabajadores" (6).

El poder político se refleja en las agencias de información y en las cadenas de televisión cuando manejan a la noticia tal y como ellos lo desean para que responda a sus intereses que por la regular van a estar representados en la clase poseedora de lo medios.

Este es un problema de lucha de clases, la clase dominante dueña de los medios, tiene la facilidad y ventaja de enviar todo tipo de mensajes; mientras que la clase dominada no puede hacer mucho para evitar el bombardeo de mensajes de la clase dominante, mensajes que tienden a reforzar su posición.

"El rol político de la información depende de la clase social a la que sirve un medio de comunicación determinado y del conjunto de las

relaciones económicas y sociales que se dan en cada país incluyendo el carácter de clase del apartado gubernamental.” (7).

En el caso de las agencias de información y de las cadenas de televisión, éstas sirven desde una perspectiva a nivel internacional, los intereses de su país de origen representados por su aparato de gobierno.

Es así, como observamos que el mundo se inunda de noticias pro-imperialistas, dado que los organismos informativos más fuertes y poderosos son de origen estadounidense. Se dan a conocer las noticias internacionales con cierta inclinación destinadas a favorecer intereses políticos yanquis.

Pero eso no sucede sólo a nivel internacional, sino que en cada nación se generan casos semejantes, los medios noticiosos más fuertes son los encargados de presentarnos una situación que favorece a los sistemas gubernamentales a cambio de seguir obteniendo privilegios (en México el caso de Televisa es muy claro e ilustrativo).

Las agencias de información y las cadenas de televisión siempre van a defender una posición política determinada, no pueden ser neutrales, aunque así lo intenten, siempre van a estar como ya se dijo, identificados con algún interés o una ideología política.

c) PODER SOCIAL DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS Y DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN.

“Sin duda son los medios de comunicación social (cine, radio, televisión, prensa) los que influyen directamente en la conducta y en la conciencia de las personas. Pero tal influjo depende en primer lugar, de quienes manejen o tengan propiedad sobre estos medios, y en último término de las relaciones de clase que se dan en el seno de la sociedad, que fuere

tal fuere su tipo y sea quien sea el grupo o grupos quien la dirijan, los fines siempre son los mismos: influir en la conducta del público para mantener una ideología determinada” (8)

Lo social está muy relacionado con lo político, el manejo que hacen de la noticia las agencias informativas y las cadenas de televisión esta encaminado a defender sus posiciones o roles que juegan en la sociedad. Si tienen una ideología o una política a seguir, su “línea”, tendrán por supuesto que mantenerla a costa de las clases sobre las que ejercen una dominación, informándolas de una manera internacionalista entregándole valores que no son los suyos y haciéndole creer que esa es la posición en la que debe estar.

“Son los dueños de los medios los que tiene el timón y la vela, la diversión y el poder sobre la sociedad, y se aprovechan de esa ventaja para agotar sus posibilidades al máximo. Pero no de una manera franca y abierta, sino esbozadamente y utilizando un subterfugio, enarbolando lo que llama “el derecho del pueblo a ser informado”. (9).

Las agencias de información y las cadenas de televisión, por ser de índole internacional, su influencia no sólo afecta a la sociedad de su país de origen, sino que a nivel mundial implanta una forma de ver el mundo unívocamente y hacen creer que es así realmente como se suceden los acontecimientos. Incluso hacen una selección de los hechos para determinar que es noticia y que no es noticia, que se debe difundir y que no se debe difundir; es aquí donde, tanto las agencias de información como las cadenas de televisión, pueden ejercer un control social tal y como se lo propongan, todo encaminado al beneficio de sus intereses políticos, económicos y en consecuencia, sociales.

“La prensa capitalista (que incluye a las agencias informativas y las cadenas de televisión) esta destinada, en forma abierta o subrepticia, a difundir, defender y exaltar los valores del sistema”. (10).

CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Las noticias y la Información. Salvat Editores S.A. Biblioteca SALVAT de grandes temas, España, 1983, pags. 35-36.
- (2) Ibid. Pág. 37-38
- (3) Ibid. Pág. 45
- (4) Ibid. Pág. 40
- (5) BAGDIKIAN Ben, Las máquinas de la información. Fondo de cultura Económica. Capítulo III, España, 1985, Pág. 120.
- (6) BOHMMANN Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, Alianza Editorial, Alemania, 1997, Págs. 123-149.
- (7) LÓPEZ ESPINOZA Guadalupe, Tesis de a información, Facultad de Ciencias Técnicas de la Comunicación, Universidad Veracruzana, 1989, pág.37.
- (8) PRIETO CASTILLO Daniel, Retórica y Manipulación de Medios, Ediciones Coyoacán, México DF 1998, Págs. 35-41.
- (9) TOUSSAINT Florence, Crítica de la información de masas., Editorial Trilas, México 1998. págs. 32-39.

CAPITULO III

CAPITULO III MEDIACIÓN SOCIAL

a) CONCEPTOS

“La teoría de la mediación social ofrece un nuevo objeto para las ciencias sociales: el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y de sus funciones. Estos estudios son especialmente necesarios cuando una cultura se utiliza como un procedimiento de dominación.” (1).

El procedimiento de dominación del que se habla en la definición anterior lo encontramos a diario en los medios de comunicación masiva, se nos satura, por lo general, de mensajes encaminados hacia ciertas tendencias ya sean políticas, económicas, culturales o sociales. Así mismo se da, con todo ello, una tras culturización cuando una sociedad con más poder y dominio ataca o invade a otra aprovechando a los medios de comunicación masiva:

“...También sucede en los procesos de mediación social cada vez que se propone una visión preestablecida del mundo y de lo que sucede e el mundo, para influir sobre las conciencias de las personas”. (2).

La mediación social que se va a dar en los medios de comunicación consiste en que éstos sirven como, valga la redundancia, “mediadores” entre los hechos que suceden y el público al cual finamente ha de llegar la información, de acuerdo con la cita anterior, los medios pueden ser, de hecho lo son, los formadores de la visión que e individuo debe tener sobre el mundo.

En el campo de las noticias por televisión, esa mediación social, de la que se habla, queda marcada de manera determinante, porque el hecho noticioso es

recogido por diversas fuentes y distribuido de manera tal que puede ser beneficioso a los dueños de los medios, su política y a su economía, al respeto:

“La participación de los medios de comunicación de masa en la elaboración de una representación de lo que sucede en el mundo se inicia cuando a institución mediadora, u otros agentes sociales (agencias de información, consejos de redacción, censores, etc.) seleccionan determinados aconteceres para hacerlos públicos.”(3)

Ahora bien, la tarea comunicativa se inicia cuando los emisores eligen de todo ese acontecer público, determinados objetos de referencia, los cuales tienen datos de referencia que se relacionan entre sí, expresándose ese cúmulo de datos en un soporte material (el papel del periódico o la pantalla del televisor). Ese tipo de tareas comunicativas se les llama operaciones de mediación.

Por otra parte, el hacer de los medios de comunicación va a depender del entorno o del cambio social, dentro del cual estarán jugando un papel importante, porque son los que van a establecer los marcos de referencia adecuados para que los agentes sociales y ellos mismos se sitúen en el cambio. En otras palabras, los medios van a marcar la pauta económica, política, ideológica y social a seguir por las sociedades.

“Las agencias informativas se han constituido en nuestro tiempo en mediaciones entre las fuentes de noticia, por un lado, y el periódico, la televisión y la radio por el otro. Gozan de ser fuentes autorizadas y de información de primera mano”. (4)

Con respecto a las noticias por televisión, vemos, de acuerdo a los anterior, que estas pueden ser un instrumento de mediación muy importante y fuerte para los dueños de las cadenas de televisión y para la ideología a la que sirven, la cual

defenderán valiéndose del manejo informativo “mediando” entre el hecho noticioso y el público al que finalmente se informa.

Existen dos tipos de mediación: la cognitiva y la estructural:

“La mediación cognitiva esta orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de la audiencia, aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso intentar la transformación de esa concepción del mundo.

La mediación cognitiva de los medios masivos de comunicación opera sobre los relatos, ofreciendo a las audiencias modelos de representación del mundo.” (5)

En la mediación cognitiva, el objetivo y función están claros, crear representaciones del mundo valiéndose de los medios. En este caso de las noticias este tipo de mediación se puede dar con relativa facilidad, ya que el público tiene que aceptar las informaciones presentadas, porque de otra forma quedaría fuera del contexto que se maneja en su sociedad, además de que es difícil conocer los hechos o acontecimientos sin una mediación social por parte de los medios.

“La mediación estructural esta destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor.

La mediación estructural de los medios opera sobre soportes, ofreciendo a las audiencias modelos de producción de la comunicación.” (6)

La tarea de la mediación estructural se cimienta sobre la base de los modelos de comunicación, que pueden variar o ser diversos de acuerdo al tipo de relatos, hechos, acontecimientos o informaciones.

La mediación cognitiva ofrece seguridad por el recurso a la reiteración de datos de referencia familiares del relato de lo que ocurre, vía por la cual la comunicación es labor de confortación de las audiencias. La mediación estructural ofrece seguridad por el recurso a la repetición de las formas estables del relato, vía por la cual la comunicación es labor de institucionalización de los mediadores.

La mediación cognitiva en el contexto de las noticias se da de una manera continua, a través de las informaciones se trata de que ciertos hechos o acontecimientos ocupen un lugar dentro de la sociedad, un lugar que es seleccionado. En tanto, la mediación estructural, se vale de las modalidades de comunicación para retener y atraer al público, atrapándolo con los recursos que presenta. Sobre los noticieros esas modalidades son muy específicas: se cuida el contenido y la presentación de la noticia desde que se origina hasta que se transmite.

“Las mediaciones que realizan los medios de comunicación de masas se integran en el proceso de comunicación, dentro de un sistema más amplio que incluye la actividad de otros agentes todos aquellos que intervienen desde que el acontecer es el objeto de referencia de la comunicación hasta que resulta conocida por las audiencias.” (7)

Un ejemplo de lo anterior lo da Martín Serrano para ilustrar tales intervenciones y mediaciones, señala que, por ejemplo: en un motín en una prisión median los actores, los que tienen a su cargo la iniciativa de información, el periodista, el Director del penal, los reclusos, que a propósito de eso hecho tiene distintas versiones; controla la comunicación cada uno de los interventores, el director del medio, el jefe de redacción del medio que quita información o compone la nota; media cognitiva del medio, por las características del medio, según sea prensa, radio o televisión, los datos son distintos, y en caso de coincidir los datos,

media la manera de cómo se ponen unos con otros; media estructuralmente el medio, unos los incluyen como noticia relevante y otros como información general.

Es así como observamos que la información es mediada no tan sólo por los medios, sino por las fuentes e inclusive por "testigos". El hecho no puede llegar puro, limpio, es retocado, manejado de acuerdo a los intereses de cada quien, de acuerdo al lugar que se desee que ocupe en la gran masa de informaciones que le son proporcionadas a la sociedad, y que pueden llegar, de hecho lo hacen, a tomar control sobre la conciencia del individuo.

"Los medios de comunicación masiva afectan a los procesos cognitivos de las audiencias, ofreciéndole en sus relatos modelo de representación de lo que acontece. Dicha actividad mediadora cumple una importante función social: sirve para restaurar a nivel de las representaciones un ajuste entre los sucesos y las creencias, consonancia permanentemente deteriorada, tanto por el cambio de la realidad como por la transformación de los valores ". (8)

En la actualidad los medios de comunicación de masa comparten el trabajo de generar representaciones con otras instituciones mediadoras, las más importantes aquellas que se ocupan de la culturización como la familia y la escuela. No obstante, los medios de comunicación masiva van asumiendo progresivamente un papel predominante como fuente de representaciones colectivas a propósito del entorno social.

"El acontecer público del que dan noticia los medios de comunicación en parte viene impuesto por sucesos que emergen (a los que los profesionales denominan la "actualidad") y en parte

por la selección de aconteceres que se lleva a cabo cada medio”
(9).

Encontramos que cada medio se ocupa de unos u otros referentes o hechos, a los cuales les da mayor importancia, y que los extrae de distintas fuentes de información, los encierra en un marco temporal que puede estar abierto a los aconteceres o consecuencias de los sucesos, los sitúa de igual manera en un marco espacial (físicos, geopolíticos, económicos, sociales, culturales) donde suceden las cosas que se informan. Implican el acontecer a un número más o menos numeroso de agentes, de cuya participación como comunicantes, personajes o controladores se da cuenta con mayor o menor detalle. La existencia del objeto de referencia y el propio relato del suceso pueden ser pautados como verídicos o falsos, existentes o inexistentes.

La mediación social que generan los medios de comunicación abarca también al aspecto del manejo informativo en televisión, las noticias forzosamente sufren una mediación durante el momento en que sucede el acontecimiento y es transmitido. Dicha mediación va a responder a intereses políticos, económicos, ideológicos, culturales y sociales porque así conviene a las clases poseedoras de los medios; tratan de mantener y reforzar su situación.

b) MEDIACION PROFESIONAL

“Todos los medios se enfrentan con la tarea de encajar la novedad en el diseño material y conceptual que les caracteriza. Por eso los profesionales, conciente o inconscientemente, median al propio medio de comunicación; utilizan el espacio y el tiempo comunicativos para lograr un ajuste entre dos dimensiones: por una parte la dimensión histórica del “acontecer” – que cuanto más imprevisto más presiona para que se dé noticia de su emergencia-, y por la otra la dimensión práctica del

“prever” - que cuanto más complejo sea el instrumento de comunicación, más presiona para que se atenga a un programa invariante para la confección del medio-“ (10)

Los profesionales de la comunicación tienen que entrar a mediar dentro del proceso informativo buscando nuevas formas comunicativas de atracción para el público, diseñando estrategias de comunicación para mejorar adecuadamente el caudal de información que pasa por los medios de comunicación masiva.

Así mismo, la mediación profesional se destaca cuando los contenidos de los relatos son estudiados para decidir cuales son los adecuados e idóneos para ser dados a conocer, tratando de que el auditorio adquiera una conciencia favorable a los intereses de los que controlan los mass-media.

Esta mediación se da justamente en el sentido de que se planean, para llevar a cabo, estrategias comunicacionales, tomando como base las teorías sobre comunicación que se refieren al modo de emitir mensajes y al modo en que puedan reaccionar las personas ante la recepción de dichos mensajes por la manera en que son emitidos, que coadyuven al crecimiento político, ideológico y económico, principalmente, de las clases privilegiadas.

c) DISCURSO NOTICIOSO

“Históricamente el análisis del discurso puede investigarse en la retórica. Hace más de 2000 años los retóricos como Aristóteles clasificaron las diferentes estructuras del discurso y señalaron su efectividad en los procesos de persuasión de contextos públicos.” (11).

La noticia como discurso es presentada en la televisión porque esta necesita de una retórica informativa que haga de ella un elemento de atracción.

Es preciso señalar que los contenidos de los discursos pueden ser los mismos pero las formas de discurso no. Existe una gran diferencia entre el cómo se dice en radio y el cómo se dice en televisión. En ambos medios se presentan características específicas que acompañan a los discursos informativos, por ejemplo: la imagen acompaña el discurso por televisión, lo que en radio es imposible. Incluso las palabras deben cuidarse y emplearse de manera diferente en cada medio.

“De manera parecida al estilo la retórica del discurso tiene que ver con el modo en que decimos las cosas. Pero dado que el estilo periodístico se halla muy limitado por diversos factores contextuales procedentes del público mass-mediatizado y la naturaleza formal de las noticias, el uso de estructuras retóricas en la noticia depende de los objetivos y los efectos buscados por la comunicación. Las elecciones del estilo indican la clase de discurso adecuada para una situación particular o los antecedentes ideológicos presupuestos. El recurso a la retórica, en cambio, no viene dictado por el contexto. Puede utilizarse libremente si lo que se quiere es hacer más creativo el mensaje.”
(12).

En el caso de la televisión, específicamente la noticia por este medio, el discurso tiene un estilo muy propio: textos cortos y dinámicos, fáciles de comprender, en ocasiones estos llevan continuidad de un día a otro; incluso los elementos significativos de este tipo de discursos se vuelven cotidianos a fuerza de repetirse: nombres de personalidades, lugares, etc. Además el discurso oral informativo y sus rasgos lingüísticos, se ven reforzados por elementos como la imagen que a su vez tiene funciones de lenguaje. Ambos factores, el texto y la imagen, vienen a conformar

lo que podría tomarse como discurso informativo por televisión y que puede representar en su conjunto una carga emocional que afecte o no al individuo.

Finalmente, sobre discurso noticioso tenemos:

“He ahí el gran disfraz con que la prensa disimula la forma mercancía de su discurso. Pero he ahí su punto más vulnerable. La competencia informativa, cuando es algo más que una simple mascarada, prueba claramente que el sentido de los hechos es aquél de que se cargan en los diferentes relatos, que los hechos no hablan sino convertidos en noticias, esto es, puestos en discurso”.(13).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) SERRANO Martín, Artículo "La mediación de los medios de Comunicación". Publicación CONEI. Sin fecha. Pág. 142.
- (2) Ibid. Pág. 142
- (3) Ibid. Pág. 143
- (4) IRIARTE Gregorio, "Conciencia Crítica y medios de comunicación". Ediciones Dabar. México 1995.
- (5) SERRANO Martín, "La mediación social". Madrid, 1978.
- (6) SERRANO Martín, Artículo "La mediación de los medios de Comunicación". Publicación CONEI. Sin fecha.
- (7) Ibid. Pág. 154
- (8) Ibid. Pág. 159
- (9) Ibid. Pág. 155
- (10) VAN Dijk Teun A., "La noticia como discurso", Paidós, Barcelona 1990, pág. 36
- (11) Ibid. Pág. 123
- (12) BARBERO Martín Jesús, "Proceso de comunicación y matrices culturales" Ediciones Gili S.A de C.V y FELAFACS, pág. 59

CAPITULO IV

Cáp. IV Análisis Comparativo

El orden mundial en el que se maneja la información televisiva ha permitido a todas las sociedades tener acceso y conocimiento de lo que pasa en sus contextos políticos, económicos, sociales, culturales e ideológicos. De esta manera, en buena parte dichas sociedades se han formado una opinión y una visión a veces no muy clara del tiempo y el espacio en el que se desenvuelven.

Así, encontramos que en el desarrollo de este documento hemos tenido que analizar conceptos que precisamente nos ayudan a entender y/o comprender el manejo que se hace de las noticias y la información en los noticieros televisivos. Estos conceptos nos han permitido adentrarnos un poco en entendimiento del por que las noticias televisivas se han convertido en un espectáculo, aseveración que sostenemos de acuerdo a la forma, estructura, contenido y presentación de las noticias que se hace en los dos noticieros nocturnos de la televisión mexicana: Hechos de Televisión Azteca y Noticieros Televisa.

En este último capítulo presentaremos el análisis y resultado del mismo que se hizo de los dos noticiarios mencionados en el párrafo anterior. Sin embargo y antes de entrar de lleno a la presentación del protocolo de análisis hemos de ubicar los capítulos anteriores y observar su relación con este último y con el tema en general.

En primer lugar recordemos que definimos tres conceptos relevantes para el estudio como lo fue comunicación, noticia y espectáculo. El problema que se abordó en la tesis es una situación que se enmarca en los procesos de comunicación, pues se lleva a cabo en los medios masivos de comunicación por lo tanto al desarrollarse dentro de una sociedad se puede llegar a considerar dentro de la cultura de la misma, pues los noticieros son un producto que nace en relación de diferentes grupos sociales.

Otra parte que tiene que ver con la comunicación y la cultura es lo que hemos llamado espectáculo, que lo entendemos como la presentación de hechos noticiosos e informativos de manera atractiva, impactante, inmediata por parte de las cadenas televisivas convirtiendo a la noticia en una mercancía que se oferta y se demanda de acuerdo a los intereses políticos, económicos y sociales de los grupos de poder.

En segundo lugar abordamos y estudiamos a las agencias de información (vendedoras de noticias) y a las cadenas televisivas (compradoras y transmisoras de información). Esto apoya el trabajo desde el punto de vista en que nos permitió conocer la estructura y el orden con el cual se manejan las noticias. Lo anterior trajo como consecuencia estudiar un tercer punto: la mediación social, que la entendemos como el papel que juegan los medios de comunicación en la transmisión de las noticias por televisión, pues observamos que éstos quedan ubicados dentro del orden informativo en una posición determinante y de gran influencia, es decir, quedan entre el hecho noticioso el cual recogen y manejan y el público al cual le transmiten los datos informativos, cuidando siempre su discurso noticioso que se enmarca en correspondencia a sus intereses.

Después de este repaso nos damos cuenta que los capítulos antecedentes al presente son determinantes para poder hacer un análisis de los noticieros ya mencionados. A demás nos permiten tener elementos más sustentables para llevar a cabo este estudio, ya que la comunicación, la cultura, la mediación social, los medios de comunicación, los intereses de los mismos, la forma y el contenido de las noticias, su estructura, su manejo y el orden mundial de la información son conceptos necesarios para entender, comprender y llevar a cabo al análisis de Hechos y Noticieros Televisa.

Así pues en esta última parte del trabajo se desarrollará el estudio de estos noticieros, para lo cual lo hemos estructurado en diferentes partes para facilitar la investigación y hacerla más comprensible para el lector.

PROTOCOLO DE ANALISIS

Para llevar a cabo el análisis de contenido de los dos noticieros de mayor presencia de la televisión mexicana: Hechos de TV Azteca y Noticieros Televisa de Televisa, es necesario definir los rubros sobre los cuales se llevará a cabo el análisis. Distinguir cada uno permitirá valorar a cada elemento en el papel que juega dentro de la totalidad. Así tenemos que en primer lugar enumerar y definir cada rubro para de esta manera comprender los cuadros a análisis de cada noticiero.

CUADRO Y RUBRO DE ANALISIS

El siguiente cuadro nos muestra en su estructura cada aspecto que se habrá de observar en los noticieros. Cabe señalar también, que los análisis individuales, el análisis comparativo entre los noticieros y la presentación de resultados generales tendrán como base el siguiente esquema:

Tiempo de la nota	Encabezado de la Nota	Uso de adjetivos	Tono	Lenguaje	Sonidos o Musicalización	Comunicación No Verbal	Postura	voz en off
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)

- (1) **Tiempo Total:** Se considera el tiempo de duración que tiene cada nota incluyendo tiempo de conductor a cuadro.. El tiempo de noticia puede ser mayor al de cada nota, es decir; una misma noticia puede transmitirse con varias notas o recursos informativos.
- (2) **Noticia:** Se describirá el encabezado con el cual se maneja cada una de la noticias para conocer el tipo de información y la jerarquización que se hace dentro de la estructura del noticiario.
- (3) **Adjetivos:** En este rubro se observará el uso de adjetivos, entendiéndose por estos últimos como la palabra que se agrega al sustantivo para designar una cualidad, determinar o limitar le extensión del mismo. Hacemos uso de este rubro porque generalmente muestran la posición que la empresa o/y el conductor tengan con respecto a un hecho.
- (4) **Tono:** En este apartado se analizará el tono de voz que el conductor utiliza al momento de presentar la noticia , se observará también si el tono de voz sirve para dar énfasis y captar de inmediato la atención del espectador para así influir en la percepción de la noticia.
- (5) **Lenguaje:** A través de este rubro se pretende descubrir si el conductor utiliza palabras sencillas, fáciles de digerir para poder identificarse con el público. De la misma manera un noticiario puede ser considerado una fuente confiable o no de acuerdo al lenguaje utilizado durante la transmisión del noticiero.
- (6) **Sonidos o musicalización:** El sonido o musicalización son elementos que acompañan a la presentación de la noticia y puede predisponer positiva o negativamente al espectador sobre el acontecimiento que se le presenta.

(7) **Comunicación no verbal:** Por ser un aspecto natural la comunicación no verbal es una de las categorías que aportan información más valiosa para la presente investigación, pues aún, cuando la comunicación no verbal no es captada de manera conciente por el espectador, los mensajes son recibidos, interpretados y entendidos de manera esperada por el conductor.

Cuando se transmite una noticia, la comunicación verbal y no verbal deben coincidir en la forma en que se transmiten los mensajes, de lo contrario el receptor captará más eficazmente los mensajes derivados de la comunicación no verbal.

(8) **Postura o Tendencia:** Este rubro nos indica la tendencia política que llegan a tomar los conductores y/o la empresa televisiva sobre ciertos acontecimientos de acuerdo a los intereses políticos, económicos, sociales, entre otros. Para poder concluir este rubro, es necesario hacer un análisis de los rubros anteriores. Más adelante se explicará cada uno de los casos.

(9) **Voz en Off:** Habrá notas o noticias en las que el conductor este fuera de cuadro pero leyendo la nota en vivo, la cual estará ilustrada con imágenes sin sonido. Las notas con voz en off nos hablarán de dos cosas: la jerarquía que tiene dentro del noticiero o nos puede hablar de la capacidad tecnológica del noticiero en cuanto al registro de los hechos.

Ficha Técnica Javier A la Torre

NOMBRE DEL NOTICIERO: HECHOS

CANAL: 13

EMPRESA TELEVISIVA: TELEVISION AZTECA

CONDUCTOR: JAVIER A LA TORRE

HORARIO: 10:15pm A 11:00pm

PERIODICIDAD: DIARIO

DURACION: 45 MIN.

Ficha Técnica Joaquín López Dóriga

NOMBRE DEL NOTICIERO: NOTICIEROS TELEVISA

CANAL: 2

EMPRESA TELEVISIVA: TELEVISA

CONDUCTOR: Joaquín López Dóriga

HORARIO: 10:00pm A 10:50pm

PERIODICIDAD: DIARIO

DURACION: 50 MIN

CADENA TELEVISIVA: TELEVISIA
 NOTICIARIO: NOTICIARIOS TELEVISIA
 HORARIO: 10:00 A 11:00 PM
 CANAL: 3

CONDUCTOR: JOAQUIN LOPEZ DORIGA
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 11 DE SEPTIEMBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
4' 25"	El deber del servicio secreto es proteger por encima de todo la vida del Presidente en turno de E.U. Así ocurrió hoy, el presidente estuvo en una Casa Blanca aérea errante durante los ataques.							*
1' 01"	Habían pasado 9 horas de los ataques terroristas en E.U cuando la Cd. de Kabul, capital de Afganistán refugio de uno de los señalados como autor, comenzó a ser bombardeada. Hubo quien pensó que era un ataque declarado de los E.U en respuesta de los atentados.							*
3' 06"	Después de los atentados surgieron muchas versiones, sobre quién o quienes habían penetrado, violado, roto la seguridad del país más poderoso del mundo. Con las versiones llegaron las dudas, versiones que no fueron confirmadas y dudas que no han sido confirmadas.	*	*					
	COMERCIALES							
1' 48"	Antes de que las autoridades de E.U mencionaran siquiera a los sospechosos de los atentados, algunos grupos se apurarán a desmarcar esto en defensa propia.	*						
2' 33"	El principal sospechoso para el gobierno de EU es Osama Bin Laden un multimillonario saudí árabe por quien EU había ofrecido por su cabeza 5 millones de dólares, siendo el terrorista más buscado por EU. Hace 2 mese declaró Osama que preparaba un atentado contra intereses de EU		*					*
20"	Todavía no hay elementos suficientes para saber quienes prepararon, ejecutaron los atentados de hoy, las hipótesis son muchas, pero sabe qué? Hay que virar para todas partes.	*	*				*	
	OPINON DE UN ESPECIALISTA EN ATENTADOS							
33"	435 compañías de 26 países rentaban oficinas en lo que fueran hasta hoy las Torres Gemelas, había 70 tiendas y varios restaurantes.							*

TT.N	NOTICIA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
3' 03"	Los atentados de hoy mostraron la fragilidad de los sistemas de inteligencia y defensa de EU, los más caros los más sofisticados.	*	*					
	COMERCIALES							
4' 20"	En NY la autoridad se ha declarado incapaz de estimar el número de muertos. En el atentado del Pentágono se habla de hasta 800 muertos. El avión que estalló en el pentágono tenía como objetivo la Casa Blanca.		*			*		*
50"	Desde medio día se están revisando todos los videos de las cámaras del aeropuerto de Boston, están buscando e identificando uno por uno todas las personas que entraron		*			*		
2' 20"	Una de las primeras acciones del gobierno de EU después de los ataques fue reforzar la vigilancia de las fronteras de EU con Canadá y México. Las fronteras se mantienen abiertas pero con estricto control.							
3' 20"	El aeropuerto de Tijuana fue hoy realmente internacional, la mayoría de los vuelos que venían del pacífico a los aeropuertos de los Angeles y de San Diego tuvieron que aterrizar en Tijuana.		*			*		
50"	La embajada de México en Washington fue desalojada hoy. Así como también la misión de México ante Naciones Unidas quedando inactivo el consulado de México en NY.							
3' 01"	El Presidente Fox envió una carta al P. Bush de EU, el P. Fox condenó los ataques contra EU por lo menos en dos ocasiones.	*	*					*
1' 43"	Esta noche el secretario de hacienda y el gobierno del Banco de México hicieron una declaración de prensa. El peso y la economía mexicana tras los ataques de EU.							
	COMERCIALES							
3' 20"	Le presento estas imágenes nuevas de lo que es el impacto. El avión hizo un giro igual que el segundo para centrar el edificio, los pilotos eran entrenados y convencidos de lo que iban a hacer.	*	*			*		
2' 51"	Los enemigos de EU no están siempre fuera de su territorio. En la década de los 90's un grupo de extrema derecha fueron los autores de los atentados más importantes y sangrientos dentro de su territorio.		*					*
1' 47"	Es inevitable recordar la mañana del domingo 7 de diciembre de 1941, cuando la aviación japonesa, azotó, atacó a traición, sin previo aviso la base naval de Pearl Harbor.					*		*

RESULTADOS DEL ANALISIS DE TELEVISA

La estructura del noticiero de TELEVISA con Joaquín López Dóriga está definido en cuanto a la forma y el estilo con el cual se ha de transmitir la información. Durante el tiempo que se estuvo observando el noticiero de TELEVISA se pudo constatar que la línea de presentación e información es continua, es decir, la manera de informar es semejante cada día, solamente en días en que una noticia o algunas noticias sean de gran relevancia, la estructura puede variar dependiendo de la importancia del hecho.

Así mismo se observó que los recursos tecnológicos, la escenografía, el estilo de información, la manera de informar, el estilo del conductor son institucionalmente inamovibles o variables, pues de ello ha dependido la aceptación del noticiero por parte del público, aceptación que bien puede traducirse en confianza y credibilidad, o por que no en descrédito para el noticiero y la empresa televisiva. A continuación se presenta de manera general las constantes encontradas en el noticiero con Joaquín López Dóriga.

(1)Tiempo Total de la Nota

En el noticiero de Televisa el tiempo que dedican a cada nota en promedio fue de 2 minutos 15 segundos, observando con esto que la cantidad de notas no fue elevada, pero el contenido de información fue extenso.

(2) Encabezado de la Nota

Debido a la inmediatez y la trascendencia a nivel mundial, todas las notas transmitidas en la emisión fueron relacionadas con el ataque del 11 de septiembre a las Torres Gemelas de Nueva York.

En las presentación de las noticias pocas ocasiones el conductor emite comentarios, aunque el estilo del conductor para presentar cada noticia influye en la manera que el público la pueda captar o entender.

(3) Adjetivos

Aún cuando el conductor de este noticiario no hace uso frecuente de adjetivos calificativos, utiliza otros elementos como sinónimos, hace preguntas y comentarios sarcásticos que si bien no califican directamente al hecho, si funcionan para resaltar su opinión personal de una manera poco sutil.

Se puede destacar que Joaquín López Dóriga es cuidadoso al momento de hacer uso de adjetivos, ya que su público espectador tiene un nivel intelectual crítico.

(4) Tono

Siendo el tono de voz y el sarcasmo aspectos que caracterizan a Joaquín López se puede observar que el tono que usa durante la presentación de las notas es generalmente uniforme, excepto cuando busca resaltar cierta información el volumen y su entonación aumenta considerablemente.

Con esto logra tener un énfasis especial para captar la atención del televidente en un momento determinado mostrando así su inconformidad ante tal o cual suceso.

(5) Lenguaje

El conductor de Noticieros Televisa utiliza un lenguaje que si bien no es popular puede ser entendido y comprendido por los televidentes.

El público a quien va dirigido este noticiario es clase media, media alta, por esta razón el conductor busca hablar con propiedad lo que le confiere credibilidad y confianza ante su público.

(6) Comunicación no Verbal

Una de las características que favorece a Joaquín López es el autocontrol que posee sobre su comunicación no verbal al momento de que presenta las notas.

Al no mostrar expresiones faciales, movimientos corporales ni gesticulaciones, logra acercarse un poco al fin ideal de los comunicadores: informar objetivamente.

Así pues este conductor transmite poca información a través de la comunicación no verbal, ya que su apariencia es la misma sin importar la información que este presentando y por esto es difícil distinguir su estado de ánimo.

(7) Sonido o Musicalización

En los encabezados de las notas del Noticiero de Joaquín López Dóriga, no existe otro recurso que la voz del conductor a cuadro, sin embargo, cuando la noticia es presentada por alguno de los reporteros, existe dentro de los reportajes algunos elementos tales como musicalización, efectos, sonidos, entre otros, que ayudan a complementar y sensibilizar al espectador, además de reforzar las imágenes, que en ocasiones son, sensacionalistas e innecesarias.

Se observó que los sonidos y musicalización son elementos que se utilizan dentro de los reportajes para sensibilizar al espectador y predisponerlo a formar juicios de valor.

Se detectó también el uso de estos recursos en las cortinillas del noticiero.

(8) Postura o Ideología

Más que mostrar la postura del conductor se observa la postura de la empresa Televisa. Su postura ante este hecho del 11 de Septiembre fue en contra de la violencia y el terrorismo, mostrando así su solidaridad con el pueblo estadounidense, logrando con esto una imagen favorable ante el país vecino.

A pesar de que la comunicación no verbal y el tono de voz no apporto gran información sobre la postura o ideología del conductor basta escuchar el sarcasmo con la que dice sus comentarios con los que deja entre ver su inclinación hacia ciertos grupos de poder como por ejemplo los partidos políticos y hacia el mismo gobierno.

(9) Voz en Off

Este es un recurso que se utiliza constantemente en el noticiero. Lo voz en off se emplea en noticias, locales, nacionales o internacionales y sirve para dar agilidad

La noticia política por televisión en México: de la seriedad al espectáculo.

y dinamismo al noticiero, pues el conductor lee la nota mientras ésta se “viste” con imágenes generadas por la propia empresa. Las noticias transmitidas con voz en off generalmente son más cortas que las noticias de los reporteros, también se hacen bloques de varias noticias con voz en off sin necesidad de que las presente el conductor a cuadro.

CADENA TELEVISIVA: TV. AZTECA
 NOTICIARIO: HECHOS
 HORARIO: 10:00 A 11:00PM
 CANAL: 8

CONDUCTOR: ROSA MA. DE CASTRO
 JAVIER ALATORRE
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 11 DE SEPTIEMBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 20"	Hoy ocurrió el peor ataque ocurrido contra EU desde Pearl Harbor, el mundo entero está sorprendido. Cuatro aviones de lineas comerciales se estrellaron contra los símbolos del poder financiero y militar de EU. Las autoridades no han dado una cifra oficial de los muertos.	*	*					*
48"	Las cámaras de televisión, incluso de videos aficionados captaron momentos muy dramáticos, momento justo en que uno de los aviones se estrella contra una de las Torres. Los ataques no sólo cambiaron la imagen de NY, sino que demuestran la vulnerabilidad del país más poderoso del mundo.	*	*			*		*
1' 22"	Segundos después de que se impactara el segundo avión, se observó el sobre vuelo de un avión militar caza. La duda que queda es ¿pudo este avión militar evitar la tragedia?		*			*		*
1' 10"	Según estimaciones hechas en Italia por el primer ministro, el número de muertos podría ascender a 20 mil, estas son cifras extraoficiales, mientras tanto los testimonios de los testigos y heridos siguen llegando.		*			*		
3' 25"	En información de último minuto el avión que se estrelló en el pentágono iba dirigido a la Casa Blanca. Ahora veamos con cuidado y desde distintos angulos todas las imágenes que cambiaron al mundo.		*			*		
1' 30"	Vamos a escuchar la versión que da un vocero militar en torno a la llamada de un pasajero del avión que se estrelló en el pentágono. Los pilotos eran unos verdaderos profesionales para poder tomar el control.	*	*			*		
52"	El orbe entero está atónito por los increíbles actos terroristas que sufrió EU esta mañana. Cuatro aviones de dos compañías comerciales fueron secuestrados y utilizados como proyectiles.	*	*			*		*
1' 06"	Lo que parece increíble es que la ciudad de Washington fue vulnerada en su seguridad.		*			*		*
34"	Queda una duda sobre el cuarto avión secuestrado con 45 pasajeros No se sabe exactamente cual era su objetivo.		*					*

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 50"	En medio de esta tragedia lo que también llama la atención es que el sistema de seguridad de EU fue vulnerado, lo que si es que el presidente estuvo bajo respaldo durante los ataques.		*			*		
	ENTREVISTA CON SERGIO SARMIENTO							
1' 48"	En medio oriente las comunidades palestinas salieron a celebrar con tiros al aire, con una gran fiesta luego se conocerse los atentados terroristas en EU. Y todo esto ha provocado tensión sobre todo en Israel las autoridades de este país han decretado toque de queda.							*
3'	En la Casa Blanca el presidente Bush ofreció un mensaje al pueblo estadounidense. Advirtió que perseguirá a los culpables donde quieran que se escondan.							
2' 38"	El P. Fox condenó este acto y dijo que convocaba al gabinete a evaluar el impacto de los ataques. Por supuesto expresó su solidaridad, condolencias y apoyo al pueblo y gobierno de los EU.	*						*
18"	El Papa Juan Pablo II se encuentra en su capilla privada en oración por las víctimas de estos ataques terroristas							*
1' 48"	Desde varias partes del mundo el líder terroristas Osama Bin Laden es señalado como el principal sospechoso de estos atentados.		*					*
15'	ENLACES							
2' 40"	ENTREVISTA LEONARDO CURZIO							
	COMERCIALES							
1' 56"	Sin duda uno de los peores flagelos de la humanidad es el terrorismo, expresión de violencia cuyos fines ya sean políticos, ideológicos o religiosos dejan millones de víctimas por el mundo entero.	*	*			*		
1' 36"	Resultado de los atentados en EU el impacto tambien se sintió en los mercados financieros en América y Europa.							
33"	Los precios del petróleo, oro y los metales industriales se dispararon despues del ataque terrorista de la mañana.							*
1' 08"	Hubo una conferencia que ofrecieron el gobernador del Banco de México y el secretario de Hacienda.							*
3' 20"	ENTREVISTA ROBERTO SALINAS							
	COMERCIALES							

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 10"	Les vamos a mostrar las imágenes del primer impacto contra las Torres esto que usted. Ocurrió a las 8:48 cuando la nave se estrelló con 92 personas a bordo, vamos a verlo de nuevo.		*			*		*
1' 31"	El colapso del espacio aéreo de los EU también afectó a México.							
20"	Incluso el Presidente de Cuba Fidel castro condenó los ataques y envió sus condolencias al pueblo de EU. Además por su cercanía con Florida por ello ofreció el mandatario los aeropuertos de la isla.							*
27"	Por primera vez en la historia EU paralizó el tráfico aéreo en todo su territorio. Para evitar incidentes se han desalojado otras terminales aéreas.							*
	COMERCIALES							
2' 53"	Lo que ocurrió hoy también tuvo repercusiones en la industria del espectáculo y del entretenimiento.		*			*		
1' 43"	Algunas personas calificaron los atentados como una provocación, otros piensan que puede ser el principio a una guerra.		*			*		
1' 02"	La que era conocida como la torre norte se impactó un avión de la compañía American Airlines con 92 personas a bordo, el otro avión contra la otra torre sur de United Airles y llevaba 65 ocupantes, el tercer avión que se estrelló en el pentágono traía a bordo 64 pasajeros, por último en Pensylnavia cayó un boing con 45 ocupantes.		*					*
2' 10"	Este martes definitivamente de manera muy triste será parte de la historia. La nación más poderosa del mundo sufrió el peor atentado terrorista del que se tenga memoria.		*			*		

RESULTADOS DEL ANALISIS DE TV AZTECA

Durante el tiempo que se observó el noticiero de TV Azteca se detectó que la manera de presentar las noticias día con día es continua, pero al mismo tiempo la estructura que se maneja dentro del noticiero cambio su formato e incluso hasta conductores lo que trae como consecuencia que el noticiero no tengo una continuidad y estructura definida.

(1) Tiempo total de la nota

El tiempo de duración promedio de la notas fue de un minuto y diez segundos. Se observó que la cantidad de notas transmitidas fue elevada debido a la magnitud y repercusión mundial del 11 de Septiembre.

Cabe mencionar que en el noticiero se presenta un suceso o acontecimiento a través de varias notas, teniendo en cuenta las distintas caras que envuelven al mismo hecho.

(2) Encabezados de la Nota

Por ser un acontecimiento de gran relevancia social todas las notas que se presentaron en esta emisión se derivaron de una sola nota, el ataque del 11 de Septiembre a las Torres Gemelas de Nueva York.

(3) Adjetivos

En el Noticiero de Televisión Azteca. Hechos de la noche se observa que la mayoría de las notas se utiliza un excesivo y evidente uso de adjetivos calificativos, lo que evidencia la falta de profesionalismo con la que se manejan los conductores, considerando que estos deberían de cumplir única y exclusivamente con la función de informar objetivamente.

(4) Tono

Este es uno de los aspectos que caracterizan a reporteros y conductores de TV Azteca, pues la forma y tono en que lo usan, son por un lado un punto clave para captar la atención inmediata del espectador, y por el otro, predisponen y sugieren la posición que debería tomar el televidente hacia el hecho presentado.

(5) Lenguaje

El lenguaje que utilizan los conductores de Hechos de la Noche es fácilmente digerible con esto logran establecer una mayor empatía con la sociedad, especialmente con la clase popular.

Pero más que buscar ser entendidos a través de un lenguaje sencillo y claro, pretenden lograr en el receptor una actitud pasiva y poco crítica, en la que se concrete a recibir la información tal cual es transmitida, sin cuestionar la veracidad y objetividad del noticiero y de sus conductores.

(6) Comunicación no verbal

Este es uno de los puntos más importantes a considerar ya que precisamente es la comunicación no verbal de los conductores del noticiero de TV Azteca en la que se observa claramente su postura con respecto al hecho que informan.

Después de haber analizado los movimientos corporales, las expresiones faciales, gesticulaciones y en general la apariencia, se puede decir que ambos conductores hacen un uso excesivo de estos, lo que trae como consecuencia la transmisión de una visión subjetiva del suceso.

(7) Sonido o Musicalización.

El en el noticiero de TV AZTECA el tipo de música y efectos con que visten sus notas es exagerado y por consiguiente sensacionalistas, logrando con esto, apelar a los sentimientos y emociones del espectador sobre el suceso que se presenta.

Esta es una de las razones por las que los noticieros de esta empresa televisiva, se caracterizan, ya que el tratamiento dramático y amarillista con el que manejan sus notas, no aporta información valiosa y objetiva al televidente.

(8) Postura o Ideología.

Durante la transmisión del 11 de septiembre se pudo observar que la postura ideológica frente a los mismos es en contra del terrorismo y la violencia. Por el contrario muestran solidaridad y apoyo con EU y las decisiones que surjan de este conflicto. Es importante mencionar que esto es otra de las acciones que refuerzan la actitud de apoyo que México siempre ha mostrado hacia Estados Unidos.

(9) Voz en Off.

Al igual que Televisa, TV Azteca utiliza este recurso para presentar las noticias ya sean locales, nacionales o internacionales como en este caso. Se presentan notas continuas con voz en off sin necesidad de que el conductor este a cuadro. Este elemento sirve para dar dinamismo y agilidad al noticiero.

ANALISIS COMPARATIVO

(1) TIEMPO TOTAL DE LA NOTICIA

En esta emisión del 11 de septiembre, TV AZTECA presentó mayor número de notas que Televisa, sin embargo, las notas de Televisa tuvieron una mayor duración comparadas con las de TV AZTECA. Sin embargo, este factor no tiene mayor relevancia puesto que es la calidad informativa, la que resulta determinante.

Por ser un evento de repercusión mundial, ambas televisoras dedicaron más tiempo del habitual al noticiero, por lo que el número de notas y el tiempo que dedicaron a cada una, fue extenso.

(2) ENCABEZADO DE LA NOTA:

Tanto en Televisa como en TV AZTECA, todas las notas fueron relacionadas con el ataque del 11 de septiembre de las torres de Nueva York. Sin embargo, cada conductor tiene un estilo particular de presentarlas.

Los conductores de TV AZTECA, por ejemplo, emiten comentarios, durante la presentación de sus notas, por lo que influyen de manera directa sobre la opinión del televidente, dejando a éste último la sola tarea de recibir de manera pasiva la información.

Por el contrario, en Televisa, Joaquín López Dóriga, pocas ocasiones emite comentarios, aunque su estilo puede influir de manera que el público pueda captar o entender de la manera que pretende.

(3) ADJETIVOS

El uso de adjetivos durante la emisión del noticiero de TV AZTECA, si bien no es excesivo, es muy frecuente, lo que provoca una tergiversación de la información, influyendo en la percepción y opinión del público hacia la misma.

En Televisa , no se detecta el uso de adjetivos de manera habitual, en su lugar, Joaquín López Dóriga, hace uso en demasía de sinónimos que más que aclarar innecesariamente un significado, busca enfatizar un hecho determinado para llamar la atención del espectador y lograr en el un razonamiento inducido.

(4) TONO

En este apartado los conductores de ambas televisoras coinciden en un aspecto: muestran a través de su tono de voz una tendencia a favor o en contra del suceso que presentan. En el caso de Joaquín López Dóriga, hace una entonación particularmente sarcástica, en preguntas ya de por sí irónicas.

En lo que se refiere a Javier Alatorre y Rosa María de Castro, pareciera ser que ambos debieran tener la misma entonación al momento de presentar las noticias, sin importar el tema de las mismas.

Ya sea de modo sarcástico, o con una entonación exagerada, el tono juega un papel importante en la percepción que el público tenga sobre los mensajes.

(5) LENGUAJE

El lenguaje es un factor decisivo en la preferencia hacia un noticiero. Se puede observar que los conductores de TV AZTECA, por ejemplo, usan un lenguaje demasiado popular logrando con esto una mayor identificación con el público que los observa.

Por el contrario, el conductor de noticieros Televisa, busca dirigirse de manera más propia y adecuada, logrando con esto profesionalismo y credibilidad ante su público.

Sin importar el lenguaje que usen los conductores de los dos noticieros, ambos cumplen con un objetivo importante, tratar de dirigirse de la manera más adecuada a su público receptor.

(6) COMUNICACIÓN NO VERBAL

En lo que se refiere a la comunicación no verbal, la diferencia entre los conductores de los dos noticieros es muy clara. Por una parte Joaquín López Dóriga ejerce un excelente manejo de sus movimientos corporales y gesticulaciones, aportando muy poca información sobre su tendencia ideológica a través de esta fuente. Esto no significa, sin embargo, que dicha tendencia ideológica sea imposible de conocer, solo que este conductor hace uso de otros elementos, igualmente efectivos, para dejarla entrever.

Por otro lado, los conductores de TV AZTECA son excesivamente expresivos y ejercen poco control sobre su comunicación no verbal, lo que permite sin lugar a dudas, conocer de manera inequívoca la ideología de la empresa televisiva y la propia.

Así pues, en este rubro en particular, no existe punto de comparación, pues la diferencia entre el manejo de la comunicación no verbal entre los conductores es tan grande, como incontrovertible.

(7) POSTURA

Este rubro es interesante ya que es posible detectar fácilmente las tendencias políticas de los conductores. Aunque Joaquín López Dóriga hace pocos comentarios llega a expresar sutilmente y de manera sarcástica su posición ante ciertas situaciones.

Estos dos elementos (la sutileza y el sarcasmo) son los recursos principales de los que se vale López Dóriga para expresar su punto de vista e influir en el del público receptor.

En el caso de Javier A la Torre, los comentarios personales son más frecuentes y directos. Lo anterior, permite observar muy claramente su tendencia e ideología, dejando por un lado la función de informar objetivamente.

Ya sea de manera sutil o directa los comentarios de los conductores llegan a influir en la opinión del público, y por consiguiente, son inducidos a tomar partido ante situaciones o acontecimientos según los deseos e intereses de éstos.

(8) SONIDOS Y MUSICALIZACIÓN

Curiosamente esta es una de las categorías en la que ambos noticieros coinciden pues, hacen uso de sonidos, efectos y música cuando desean sensibilizar y atraer la atención del televidente. Sin embargo, una diferencia que se pudo observar es que en el noticiero de TV AZTECA, el tipo de efectos y de música son más dramáticos comparados con los de Televisa.

No obstante y sin importar el estilo particular de cada noticiero, estos elementos sirven igualmente para hacer más atractiva la presentación de las notas y darles dinamismo.

(9) VOZ EN OFF

En este apartado tanto en Televisa como en TV Azteca coinciden en el uso de la voz en off. Lo utilizan para dar agilidad a las notas que muchas veces son presentadas por el conductor a cuadro. Las cadenas de televisión mexicanas han desarrollado mejor este concepto debido a la rapidez y contenido de las noticias que se presentan día a día.

CONCLUSIONES

La comunicación es parte fundamental dentro de la vida social del ser humano. Los distintos medios que repiten los mensajes afectan directamente a la manera de transmitir y hacer llegar los mensajes.

No podemos hablar de una uniformidad en los mensajes televisivos cuando se cuentan con tantos participantes en el proceso de *hacer* la información, es decir, presentarla al público.

Los *mediadores* de la noticia realizan decodificaciones que impactan de primera mano en la manera de presentar el mensaje, en el caso de la noticia televisiva, este fenómeno es especialmente obvio en el caso de la televisión.

La noticia que se presenta en televisión está expuesta a numerosos agentes que afectan en diversas formas a la nota: es decir, desde el reportero que recoge la nota, el encargado de redacción, de edición, el jefe de información hasta llegar a las manos del consejo de información de la o las televisoras encargadas de la información.

En el caso de Televisa, desde el año 1998 la reestructuración de su consejo de información fue definitiva para distanciarse del tono oficialista que caracterizó sus noticieros por largos años, es por ello que ahora se proclaman como "Un equipo periodístico que busca informar a las familias mexicanas, de manera objetiva, veraz y oportuna sobre los acontecimientos más relevantes de México y el mundo".¹

Sin embargo, la decisión de informar conlleva la de influir, es decir, la información impacta de manera directa con los receptores, y con ello podemos concluir que lo "objetivo, veraz y oportuno" se encuentra en tela de juicio.

La televisión tiene esa aura de "credibilidad", el filósofo Confucio decía "una imagen vale más que mil palabras" en el caso de la TV, el adagio se convierte en el lema bajo el que los profesionales de la información televisiva escudan la credibilidad (que, soberbiamente, llegan a considerar "incuestionable" en sus noticieros). Joaquín

¹ www.esmas.com/noticierostelevisa/quienes/

López Dóriga, titular del espacio noticioso de Televisa apuntó en un comentario “usted lo ha visto, no se puede negar la realidad”.

Televisa ocupa sus espacios noticiosos exhibiendo al televidente (y a sus anunciantes) que nadie más en el país cuentan con los recursos que ellos. Nadie tiene trece corresponsales en la Sierra Chiapaneca, nadie puede realizar un enlace satelital en vivo entre los tres inculpados en el último fraude bancario, nadie puede tener al helicóptero, a la de la moto y al reportero apostados frente a la Procuraduría esperando una declaración (por minúscula que ésta sea) del buscado.

La televisora muestra su poderío económico y tecnológico, queriendo demostrar al público, que dado que nadie tiene esa cobertura, la “verdad” mostrada en sus noticieros es la “verdad” que busca el televidente.

En el caso de Fuerza Informativa Azteca, se definió como “un equipo dinámico y de vanguardia, cuyo objetivo es proporcionar información fresca, ágil y veraz a través de historias humanas que aborden temas de actualidad e interés social, relacionados con los hechos ocurridos tanto en México como en el resto del mundo”.² TV Azteca, al no contar con el impresionante despliegue de recursos tecnológicos como los tiene la televisora de San Ángel, opta por las “historias humanas” (sic), y así encontramos la historia del hermano del secuestrado, acompañado de todos los recursos técnicos que parecerían más apropiados para la telenovela de las seis, mas con el argumento de “presentar el lado humano” ofrecen un espectáculo morboso lleno de lágrimas y extreme close – ups. Los de la televisora del Ajusco aseguran ser “un espejo de la sociedad”, y buscar un solo objetivo: la verdad.

Sin embargo, ¿cuál es la *verdad*? ¿Se puede representar de manera oportuna y veraz las noticias con el solo hecho de mostrar la mayor de factores posibles? Hablar de una *verdad* absoluta es presuntuoso.

En el caso del 11 de septiembre, a pesar de la abrumadora cobertura de los medios, las dudas acerca de la “veracidad” de los acontecimientos oficiales está

² www.tvazteca.com/hechos/FIA/

sobre tela de juicio. Entonces, la televisión es una herramienta de información, pero no por ello es el único interlocutor válido entre el espectador y la mentada realidad.

A pesar de que esta investigación se realizó hace algún tiempo, no ha perdido su vigencia y el analizar los distintos mensajes de cada emisor de noticias es un ejercicio que debería ser cotidiano para todo ser social.

Teniendo en cuenta que las funciones de la televisión son entretener, informar y educar, parece que hoy en día el principal punto objetivo de las televisoras es el influir en la decisión de los receptores a que vean las cosas o tomen partido sobre los hechos o acontecimientos.

Ahora, es importante destacar en este rubro, que la persuasión que los informantes ejercen sobre los receptores es importante, especialmente al analizar los posibles intereses económicos, políticos y sociales que tiene cada televisora tiene en la sociedad, los cuales innegablemente influyen en el contenido de sus órganos noticiosos (recordemos el caso TV Azteca vs. CNI).

Los noticieros, sin embargo, mantienen una imagen imaculada frente al televidente, o al menos así lo intentan, el compromiso con “la verdad, el profesionalismo y objetividad” es el lema de batalla tanto de Noticieros Televisa como de Fuerza Informativa Azteca, esa imagen clara, de confianza, honestidad es la que pretende hacer sentir al televidente tranquilo, como dice Pablo Latapí: “usted puede dormir tranquilo, ya está bien informado”.

Muchas personas optan por el “dejar de ver noticias”, (o leerlas como lo recomendaría el presidente de la República), como la opción al hartazgo de observar la manipulación de las supuestas “verdades” día tras día, sin embargo, la comunicación es y seguirá siendo una parte fundamental dentro de las sociedades, pues es una necesidad del ser humano el querer conocer y descubrir nuevos horizontes para definir las metas de la agenda cotidiana de la sociedad.

En el caso de las agencias como CNN o Al – Jazeera, ofrecen una influencia enorme en los mercados económicos ó en las sociedades. Sin embargo, ¿hasta qué punto la cobertura es noticia y se convierte en espectáculo?

Recientemente se ha hablado hasta el cansancio de la guerra, fenómeno gestado desde los acontecimientos del 11 / 09, la guerra se ha convertido en otro reality show, con participantes, polémica (y poco falta para que haya nominaciones y expulsados). La "guerra que se viene" se ha convertido en una parte más del noticiero, sería especialmente obsceno que los espacios para tan nefasto acontecimiento se cotizaran a precios altísimos, porque nadie se quiere perder una masacre masiva en televisión.

Gracias al avance tecnológico que existe en nuestros días es posible conocer y ver instantáneamente los sucesos o hechos que están sucediendo en cualquier parte del mundo. Este avance ofrece posibilidades que, utilizadas en beneficio de la humanidad sería fantástico, desgraciadamente, cada agente televisivo se encuentra supeditado a los intereses de las clases dominantes.

Los grandes medios de comunicación son vistos como elementos desencadenantes de manejos sociales orientados hacia la despersonalización y a la alienada sumisión que suele observarse en relación a los postulados que propugnan la "sociedad de consumo". Es en esta instancia donde surge el concepto de "manipulación".

Debido al poder de los medios de comunicación, la sociedad actual posee una inmensa capacidad para convertir las cosas importantes en secundarias y para conceder valor a las cosas secundarias.

Los medios modernos, en especial los noticieros, han debilitado en los individuos la capacidad de asombro.

Desde la televisión son lanzadas emociones artificiales que ejercen gran variedad de efectos sobre los estados subjetivos de los espectadores, y que con frecuencia han sido criticados como dañinos a la integridad de la persona. Como los contenidos de la comunicación se realizan por medios que anticipadamente podrían intentar educar, pero que hasta ahora, más bien intentan modificar la capacidad perceptual del espectador, sus efectos son más controladores que promotores de una conciencia crítica y plural.

Para apreciar mejor los efectos de la televisión consideramos que la propia capacidad del espectador, puede rechazar y, de hecho, rechaza, los contenidos de los mensajes que recibe, pero también está a su alcance reestructurarlos y adaptarlos a su particular encuadre de la vida y, finalmente, puede asumir los mensajes sin cuestionamiento, desde una actitud pasiva, frente a la cual la televisión ha demostrado efectos hipnóticos, paralizantes del espectador.

Si la comunicación se realiza por medio de ideas, sentimientos, creencias, valores, expresados en lenguajes, y si pone en común ciertas representaciones visuales y sonoras, pero además remueve los recuerdos y todo el sistema sensorial del espectador, el efecto limitado que ejerce de modificar las conductas se induce por la imitación pero fundamentalmente por la sugestión. Sitúa al televidente fuera de la posibilidad de interactuar. Y este efecto de vacío perceptual sería sin duda el más poderoso de todos los que en esencia o en potencia tiene este formidable medio de comunicación.

Por eso, hasta ahora la comunicación mediada por la televisión no puede librarse del poder que implica pues éste está sujeto por los valores imperante del mercado de la cultura y del mercado en general.

la televisión es un medio de poder político colosal. Aquí consideramos que la televisión no es un instrumento neutral al servicio de intereses generales, y buscamos, más bien, establecer que el problema es mucho mayor que el del uso del que es objeto la televisión ya que rebasa la comprensión de "los fines de quiénes la dirigen". Estimamos que no hay instrumentos neutros. Detrás de los intereses económicos y detrás de los grupos de la comunicación, los efectos de la televisión no pueden definirse por separado de la existencia de los fines a los que sirve.

No obstante, la televisión sí ha sido y sí puede ser objeto de otras finalidades distintas. Al igual que la comunicación, cualquiera de sus instrumentos son parte de los ambientes culturales que producen determinadas relaciones sociales en el juego del poder que no puede ser definido de otra manera que como el juego de la oposición. Siendo poder, la televisión existe también como oposición. La resistencia,

generalmente controlada, no eliminada, pero sí neutralizada, es el objetivo último de la comunicación mediada por la televisión y el poder, como oposición, que se resiste a la dominación del poder hegemónico reproducido por este tan ilimitado como indefinido medio de comunicación.

El potencial amorfo de la televisión enfrenta la capacidad de resignificación del espectador como su principal objetivo. Como la emisión de imágenes, sonidos, conductas, intenciones y significados son recibidos inmediatamente por el espectador venciendo su continuo perceptual, esto ha sido interpretado exagerando el poder mediático de los medios. En realidad, esta "apertura perceptual del espectador", no significa que se haya alterado todavía su capacidad de resignificación. Al contrario, por fortuna, sigue siendo impredecible el comportamiento de los dispositivos psíquicos que encauzan las respuestas adaptativas al ambiente, poder que aún desde la subjetividad del telespectador individual se antepone a la objetividad del poder extendido por los medios masivos de comunicación.

El lenguaje, las actitudes y la fisiología humanas transforman en significados lo que reciben de la realidad para actuar sobre ella. Esta interacción, no solamente es copia.

Según Karl Popper, así como la televisión "es una tremenda fuerza para el mal, podría ser una tremenda fuerza para el bien"³. Desde este enfoque del análisis, señala un problema en el contenido de los programas de televisión y otro, debido a la competencia entre cadenas televisivas, su argumento para resolver estos problemas propone normas para controlar el poder ilimitado de la televisión que atenta contra la democracia.

Desde su punto de vista, en la democracia es central elevar el nivel de la educación, acrecentar la educación general, ofreciendo a todos oportunidades cada vez mejores⁴, pero porque las cosas se dirigen siempre por la senda que presenta

³ Karl R. Popper, "Una patente para producir televisión", en Karl Popper y John Condry, *La televisión es mala maestra*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996, p. 42.

menor resistencia, a los niños, y a la sociedad en general, se les está educando para la violencia⁵.

Frente a esto, que él considera un atentado contra la democracia por el poder ilimitado de la televisión, declara que no sólo es muy urgente hacer algo, sino que es "necesario (educar) desde el punto de vista de la democracia. Y su respuesta, parte de una definición de la democracia, que como se ve enseguida se dirige a limitar el poder enorme de la televisión estableciendo controles normativos, éticos y sociales, tanto de parte de los productores como de la teleaudiencia.

Por lo que se refiere a los productores, propone que hay que enseñar a los que quieran producir televisión a participar en la educación de masas. "De esto se deberán dar cuenta, quiéranlo o no, todos los que participan en hacer televisión: actúan como educadores, dado que la televisión presenta sus imágenes tanto ante los niños y jóvenes como ante los adultos. Quien realice televisión debe saber tomar parte en la educación de unos y de otros".

En cuanto a los espectadores que considera "víctimas de la televisión", les reconoce cierto nivel de aprendizaje y de inteligencia necesarios para "distinguir entre lo que se les ofrece como realidad y lo que se les presenta como ficción", aunque advierte que un problema muy grave es que ni los espectadores ni los encargados de la televisión "se dan cuenta de lo que están haciendo".⁶

Frente a la baja calidad técnica y a los contenidos distorsionantes, propone que quien realice televisión deberá saber bien cuáles son las cosas que han de evitar y cómo impedir que su actividad tenga consecuencias antieducativas. De esta manera, haciendo valer criterios de ética y control social ejercido a través de represalias por el mal uso de una patente, será posible, a su juicio, crear situaciones en que el productor esté sometido, de hecho, al control de la gente que trabaja bajo sus órdenes.

⁵ Ibid 47 p.

Por qué, finalmente, los consumidores y, en nuestro caso, la teleaudiencias no ejercen su poder sino desarticuladamente, porque los dispositivos de control social no regulan las acciones de los productores de imágenes y mensajes que son televisados, acrecentando así sus facultades irrestrictas, y porque las audiencias no tienen conciencia de que son actores colectivos; por eso, aislados y desconocidos entre sí y con respecto a ellos mismos, los receptores no ponen en juego el poder de su resistencia para orientar los contenidos y mensajes hacia algo constructivo. Hace falta actuar en ambas direcciones, responsabilizando y normando la producción de la televisión, como desenajando las audiencias y reivindicando su conciencia social para edificar otras actitudes culturales que reorienten la comunicación hacia finalidades no destructoras, sino edificantes de la vida social.

BIBLIOGRAFÍA

- BAGDIKIAN Ben, Las máquinas de la información. Fondo de cultura Económica. Capítulo III, España, 1985.
- BARBERO Martín Jesús, Proceso de comunicación y matrices culturales Ediciones Gustavo Gili. SA de CV, 1995.
- BLAKE H. Reed, Taxonomía de los conceptos de comunicación Ediciones nuevomar 1984
- BOHMMANN Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, Alianza Editorial, Alemania, 1997.
- BOURQUIN Jaques, Los derechos humanos y los medios de Información Revista estudios de Información # 8
- COARTAZAR Iturriaga, El papel de los Medios de Comunicación en el problema de Nacimiento de Basura en la Ciudad de Veracruz. Tesis de Licenciatura. 1992
- DESANTES José María, "La función de Informar" Ediciones Universidad de Navarra, España 1976
- FERNANDEZ Claudia, Paxman Andrew, El Tigre, Editorial Grijalbo, México 2000.
- FEIJO Herrera José Luis, La Utilización de los medios masivos de Comunicación como Apoyo al Mejoramiento de la Nutrición, Tesis de Licenciatura, Universidad veracruzana, 1981.

- GARCIA CRUZ Cecilio, Noticias por Televisión. Publigráficos. México 1984.
- GONZALEZ CABEZAS Ramón, Televisión y Visualización de la Noticia. Facultad de Ciencias de la información de Barcelona. 1973.
- GREEN Maury, Periodismo en Televisión, Buenos Aires, 1973.
- IRIARTE Gregorio, “Conciencia Crítica y medios de comunicación”. Ediciones Dabar, México 1995.
- JANOWITZ Morris y SCHULTZ Robert, Tendencias de la Investigación en el campo de las Comunicaciones de Masas. Buenos Aires, 1969.
- K.REARDON KATHLEEN, “La Persuasión en la Comunicación”. Editorial Paidós. Barcelona.
- L. KANNAP Mark, “La comunicación no verbal” Paidós Comunicación. Barcelona 1999.
- L. MC GOWAN Gerald, “Prensa y poder”. Ed. El Colegio de México. México 1978.
- LÓPEZ ESPINOZA Guadalupe, Tesis de a información, Facultad de Ciencias Técnicas de la Comunicación, Universidad Veracruzana, 1989.
- LORET De Mola, Rafael, “Confidencias Peligrosas”, Océano, México, 2002.
- MARTINES Albertos José Luis, El mensaje informativo. Editorial ATE, Madrid 1977.

- MC ENTEE Eilen, "Comunicación oral" Mc. Graw Hill. Edición Autorizada, México 1996.
- PEREZ Calderón M. La información Audiovisual, Madrid 1970.
- PRIETO CASTILLO Daniel, Retórica y Manipulación de Medios, Ediciones Coyoacán, México DF 1998.
- SANABRIA Francisco. Sobre el concepto de comunicación humana y su papel social.
Revista Española de Opinión Pública. #26
- SERRANO Martín. Artículo "La mediación de los medios de Comunicación".
Publicación CONEIC sin fecha.
- SIGUAN Miguel, El Cine y el Espectador, Madrid, 1954.
- TOUSSAINT Florence, Crítica de la información de masas., Editorial Trillas, México 1998.
- VAN Dijk Teun , La noticia como discurso. Paidós Comunicación, Barcelona 1990.
- VILLANUEVA Ernesto, "El régimen jurídico de la televisión privada en Europa e Ibero América.", Madrid, Fragua Editorial, 1997.
- WOOD A. William, Periodismo Electrónico, México D.F, 1969.

ANEXOS

ANEXOS

CADENA TELEVISIVA: TELEVISIA
 NOTICIARIO: NOTICIARIOS TELEVISIA
 HORARIO: 10:30 A 11:30PM
 CANAL: 3

CONDUCTOR: JOAQUIN LÓPEZ DÓRIGA
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 18 DE SEPTIEMBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
3' 50"	Hoy se cumple una semana del atentado a EU. En menos de 2hrs, 2 aviones fueron secuestrados y piloteados por terroristas que golpearon las Torres Gemelas. Osama B.L. primer sospechoso.	*					*	
2' 44"	Bajo los despojos de las Torres Gemelas hay 5,400 cuerpos atrapados El alcalde confirma que no hay posibilidad de encontrar vida después de 5 días de rescatar a alguien.	*			*		*	
2' 03"	Los estadounidenses se unieron a su presidente, los esfuerzos de caridad han salvado vidas. El FBI anunció la creación de una fuerza especial antiterrorista.		*				*	
50"	Se pospuso la reunión del consejo de clérigos islámicos que decidirán el destino de Osama Bin Laden en Kabul.							*
2' 10"	No hay esperanzas de vida. El pentágono y las Torres Gemelas eran intocables. El rescato de los cuerpos continúa.		*				*	
3' 40"	En Nueva York soplan vientos de guerra, ha sido la peor catástrofe en los EU. Los ataques dejaron lecciones de coraje y de valor. La gente en las calles busca a quien dar las gracias.	*	*			*		
gangho 20"	Israel y Pakistán al borde de la guerra A 16 años del temblor de 1985							
2' 20"	COMERCIALES/ 12" SONDEO TELEVISIVO							
2' 10"	Duerme el presidente de Francia en Washigton. El pentágono continúa con los preparativos para la guerra secreta contra el terrorismo.	*					*	
1' 51"	1400 km de frontera totalmente sellada, no hay manera de entrar ni salir Ya están 50 mil soldados de la guerra santa en Afganistán para el ataque de EU.		*			*		*
3' 10"	Enfrentamiento entre palestinos. No se respeto el cese al fuego de 48hrs en Jerusalém propuestas por las autoridades palestinas e israelies.	*					*	

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
gancho 20"	Exhoneración de Carlos Cabal El terremoto del 85, 16 años							
2' 31"	COMERCIALES/ 10" SONDEO TELEVISIVO							
58"	En el comunicado del Gob. Mexicano se manifiesta el repudio a los atentados. Reitera solidaridad con el pueblo de EU.	*				*		*
2' 50"	Los 19 pilotos esran fundamentalistas islámicos. Pakistán desplegó fueszas en la frontera de Afganistán.	*					*	*
1' 05"	En la Cd. De México, la PGR detuvo a 3 ciudadanos iraníes y después investigaron resulta que están en México legalmente.				*			*
1' 52"	Surge un llamdo en la capital del país de tolerancia y fraternidad, a trabajar juntos y en paz.	*				*	*	
46"	FINANZAS							
gancho 15"	Serie los reporteros Temblor del 85, 16 años.							
2' 36"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							
7' 26"	16 años del terremoto que marcó al país, 6000 vidas perdias oficialmente más de 700 edificios derrumbados, el epicentro fue en Michoacán.	*			*	*		
gancho 20"	López obrador acusa a Ernesto Zedillo del caso Cabal Detienen a exgobernador del PRI en Baja California Sur							
1' 50"	COMERCIALES/ 12" SONDEO TELEVISIVO							
3' 09"	Fue exonerado de 13 de 15 procesos federales en su contra porque estaban fuera de tiempo. López Obrador dice que México es el país de la inmunidad y que Ernesto Zedillo es cómplice de los delitos de Cabal. El exgobernador del PRI en BCS enfrenta un proceso por ejercicio abusivo de funciones. El P. Fox anunció un programa nacional de accesibilidad a inmuebles públicos. El secretario de Hacienda compareció ante el senado y afirmó que la economía de México es satisfactoria y envidiable.	*				*		*
1' 01"	ENLACE TELEVISA DEPORTES							
1' 15"	OPINION DE RAFAEL FERNANDEZ DE CASTRO							
1'	Despedida							

CADENA TELEVISIVA: TV. AZTECA
 NOTICIARIO: HECHOS
 HORARIO: 10:00 A 11:00PM
 CANAL: 8

CONDUCTOR: ROSA MA. DE CASTRO
 Y JAVIER ALATORRE
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 18 DE SEPTIEMBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
4' 12"	Hoy se cumple una semana de los ataques a la nación más poderosa del mundo. Las esperanzas de encontrar vida han desaparecido.				*		*	
4' 18"	Todas las comunidades, razas, religiones dan a poyo a los bomberos para que sigan adelante, se duplican los precios de los souvenirs.	*	*					
5' 09"	Hay esperanzas de encontrar con vida a mexicanos que en la Torres (entrevistas a familiares llorando, hijos y amigos de las víctimas)	*					*	
41"	El gobierno de Afganistán pide al pueblo que se prepara para la guerra santa. El régimen Talián se niega a entregar a Osama BL.		*					*
24"	El consejo de la ONU exigió al régimen talibán la entrega inmediata de Osama BL..						*	*
gancho	El P:Fox romperá barreras para discapacitados.							
1' 05"	Se complica escenario para migrantes en EU/ Grupo de seguridad Lobo							
2' 20"	COMERCIALES/ 14" SONDEO TLEVISIVO							
5' 38"	EU continúa buscando en apoyo con otros países. La prioridad de Bush es construir unalista de países amigos. Solidaridad de Francia con EU.	*	*					
2' 06"	Se reunieron grupos de diversas religiones, tratan de concensar un voto en contra de la violencia. En México no existe credo ni religión que apoye la venganza.	*				*		
40"	El P.Fox presentó elprograma de accesibilidad, tiene como fin romper las barreras a discapacitados, un México sin exclusiones.					*		*
34"	El P.de Derechos Humanos ha sufrido excesos contra su personal por denunciar irregularidades.							*
36"	Carlos Cabal fue exonerado de 13 de 15 acusaciones que existen en su contra.					*		*
40"	Trabajadores del Excelsior se enfrenta a golpes con policías auxiliares.					*	*	
4' 07"	El grupo LOBO se ha visto envuelto en agresiones durante diversos actos tanto a medios como a civiles.				*			*

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
34"	Fue extraditado el exgobernador de Baja California Sur que estaba refugiado en San Diego California, está acusado e haber desviado 518 millones de pesos durante su administración-					*		*
gancho 25"	Las distintas tendencias religiosas. Malas perspectivas para compañías aéreas.							
2' 20"	COMERCIALES/ 12" SONDEO TELEVISIVO							
45"	Publicista francés escribe biografía de Osama BL, conoce la psicología terrorista.						*	*
3' 07"	Ser musulmán no es lo mismo que ser árabe, la mayoría de los fieles del Islam no son árabes.	*			*		*	
2' 20"	COMERCIALES/ 15" SONDEO TELEVISIVO							
4'	ENLACE TV AZTECA MICHOACAN							
4' 38"	COMENTARIO DEPORTES							
1' 20"	PELUCHES							
gancho 1'	La familia azteca cuenta con un nuevo integrante.							
1' 50"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							
1' 32"	Enrique Iglesias en Televisión Azteca.					*		*
15"	RESULTADO DEL SONDEO Y DESPEDIDA							

CADENA TELEVISIVA: TELEVISIA
 NOTICIARIO: NOTICIARIOS TELEVISIA
 HORARIO: 10:30 A 11:30PM
 CANAL: 3

CONDUCTOR: JOAQUIN LÓPEZ DÓRIGA
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 34"	Cientos de Afganos desataron su furia contra la embajada de EU en la capital Afgana que tenía más de 15 años abandonada.		*				*	
4' 41"	5 años de la llegada del régimen Talibán al gobierno de Afganistán. Investigación de un aperiodista inglesa nacida en Afganistán.	*						
2' 55"	Varios de los pilotos fueron capacitados para pilotear aviones en EU, mientras que Afganistán es centro de operaciones.	*						*
2' 07"	Hoy al Talibán y Osama BL son el enemigo jurado de EU a quien declaró la guerra.		*					*
39"	En España fueron detenidos 6 argelinos presuntos terroristas acusados de estar relacionados con Osama BL por apoyar y planear ataques.						*	*
2' 26"	Es el día de la solidaridad, la sociedad ha hecho manifestaciones a favor de EU y en contra del régimen Talibán.	*				*		
gancho 24"	5 países cuentan con armas biológicas. El huracán Juliette se acerca a Baja California Sur.							
1' 52"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							
5'	Quién es Osama BL? Ha cultivado la semilla del odio. Arabia Saudita le retiró la nacionalidad y es ahora su enemigo.	*				*		
2' 30"	En EU existe sicosis por las armas químicas, viruela y ébola, de las más peligrosas. Libia, Etiopía, Irak e Iran países con armas biológicas.					*		*
2' 32"	El gobierno en EU ha provocado sicosis y sobre todo en Washington, el miedo y la seguridad crecen por igual.	*		*				
2'	El P. Bush visita las oficinas de la CIA, hoy el país está más unido que nunca, se reunirá con empleados de líneas aéreas.		*			*		
37"	Se reunirán países que integran la OTAN para decidir apoyo a EU.						*	*

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
gancho 24"	El opio y la heroína financian al gobierno Afgano La fatiga del Papa.							
2' 37"	COMERCIALES/ 12" SONDEO TELEVISIVO							
1' 10"	COMENTARIOS DE LA PROGRAMACIÓN							
3' 19"	Una sexta parte de l apoblación mundial es musulmana. El Islam es religión, no terrorismo. El libro sagrado: el Corán.	*						*
1' 12"	En Yerevan el Papa Juan Pablo II dice que no se deben se crear divisiones por la religión.		*			*		
1' 15"	El ministro de Israel Somín Pérez y el líder palestino Yaser Arafat se reunieron en el aeropuerto internacional de Gaza con 2 hrs de duración.	*						*
gancho 18"	Debate en México si apoya a EU. Juliette camina a Baja California Sur.							
2' 30"	COMERCIALES/ 14" SONDEO TELEVISIVO							
2' 40"	En la estación del metro de Los Angeles empezó a soltar un gas lo que ocasionó una psicosis, fue un escape del aire acondicionado.		*					*
2' 22"	Decisión de NY entregar actas de defunción, parientes de las víctimas esperan un milgaro que nunca llegará.	*					*	
2' 33"	COMERCIALES/ 10" SONDEO TELEVISIVO							
2' 40"	Afganistán es el principal productor de opio en el mundo.	*					*	
2' 20"	En México el secretario de relaciones exteriores calificó correcta la actuación del Gob. Mexicano ante los ataques de EU y comentó que existen 4 razones para que el conflicto sea también de México.					*		*
38"	ENLACE TELEVISIVA DEPORTES							
17"	El huracán Juliette ha perdido fuerzas y se encuentra a 350km de Cabo.					*		*
1' 15"	OPINION DE JAIME SANCHEZ							
40"	DESPEDIDA							

CADENA TELEVISIVA: TV. AZTECA
 NOTICIARIO: HECHOS
 HORARIO: 10:00 A 11:00PM
 CANAL: 8

CONDUCTOR: ROSA MA. DE CASTRO
 Y JAVIER ALATORRE
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
2' 04"	Miles de manifestaciones atacaron la antigua embajada de EU en Kabul. El edificio estaba abandonado desde 1988. La lucha es contra el terrorismo no contra Afganistán. Irán rechaza ayudar a EU.						*	*
4' 50"	El pueblo de Afganistán sigue preso del terrorismo ante la posibilidad de que se inicia la guerra. Los enfrentamientos continúan entre los talibanes y la alianza del norte.	*	*					
1' 08"	Hace 4 años Osama BL digo que EU esra el enemigo más poderoso.					*		*
45"	El metro en los Angeles permaneció cerrado por 2 horas debido a una falsa alarma. Mal funcionamiento del aire acondicionado.		*					*
2' 21"	El cansiller Jorge Castañeda afirma que es un conflicto de nosotros, por que cualquier uso indiscriminado de la violencia y terrorismo a EU puede afectar a cualquier pais.	*				*	*	
gancho 20"	Drama de mujeres Afganas. Las religiones del mundo							
2' 20"	COMERCIALES/ 15" SONDEO TELEVISIVO							
3' 20"	Las cabinas de los aviones tendrán puertas de acero, los pilotos llevarán armas. La gente tiene que acostumbrarse a ver militares armados.	*	*					
1' 40"	A partir de los atentados en EU ha resurgido el tema de la diversidad religiosa. Existen más de 1000 religiones en el mundo.	*					*	
2' 18"	COMENTARIO SERGIO SARMIENTO							
gancho 25"	Nuevas detenciones de sospechosos. Entrevisra de Osama BL.							
2' 20"	COMERCIALES/ 12" SONDEO TELEVISIVO							
32"	En España se desmanteló una célula de 6 argelinos terroristas que al parecer está relacionada con Osama BL.		*					*
4' 45"	Osama BL utilizaba antiguas bases militares para entrenamientos, en Rusia tenía 55 bases y 13 mil seguidores.	*					*	*

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
35"	Surgen esperanzas de Paz con la reunión del cansiller de Israel y el lider de los palestinos Yaser Arafat.		*			*		
2' 39"	Hoy es el día del perdón para los judios, se arrepienten de las faltas cometidas durante el año.	*					*	
27"	El Papa visita Armenis y Kasagistán.		*					*
gancho	Carlos Abascal compareció, no hay buenas noticias.							
25"	Historia de terror.							
2' 20"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							
4' 43"	El peor pecado, nacer mujer en Afganistán.				*		*	
39"	El precio de la venta del petróleo está muy bajo, el gobierno puede contar con menos recursos fiscales.					*		*
1' 26"	Se espera una desaceleración económica para el resto del año.	*						
38"	El secretario de trabajo Pedro Abascal dijo que se han perdido 211 mil empleos, advirtió que la cifra puede aumentar.					*		*
gancho	Drama para quienes perdieorn familiares.							
26"	La exedecan Paola Durante presentó un adenuncia.							
2'	COMERCIALES/ 11" SONDEO TELEVISIVO							
3' 21"	Se entregan cartas de defunción a familiares de las víctimas.	*	*				*	
gancho	Jordan, grandes expectativas.							
10"								
1' 41"	COMERCIALES							
20"	Paola D. presentó una denuncia por el año y medio que estuvo presa.					*		*
4' 47"	COMENTARIO DEPORTES							
1' 30"	HECHOS PELUCHE							
32"	RESULTADO DE SONDEO Y DESPEDIDA							

CADENA TELEVISIVA: TELEVISIA
 NOTICIARIO: NOTICIARIOS TELEVISIA
 HORARIO: 10:30 A 11:30PM
 CANAL: 3

CONDUCTOR: JOAQUIN LÓPEZ DÓRIGA
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 1 OCTUBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 27"	Un mexicano anotó un gol al Real Madrid, Nancy Contreras primer lugar en ciclismo y Palencia jugando bien.				*			*
1' 11"	El mundo al borde de la guerra, se afirmó que en 48 horas EU iniciará un ataque masivo a Afganistán.	*					*	
4' 06"	El primer ministro británico anunciará que la guerra contra Afganistán es inevitable e inminente. El porta aviones más grande del mundo listo.	*					*	
2' 30"	En Afganistán se inició una guerra civil, cuatro días de combate entre los llamados leales del gobierno talibán de Kabul y la opositora alianza.							*
2' 28"	El régimen Talibán está reclutando a todos los afganos y existen 4 millones de personas.		*					
2' 40"	El P. Bush autorizó 100 millones de dólares para ayuda humanitaria, existe temor por ataques químicos.	*			*			
gancho 20"	Revelaciones de piloto suicida. Atentados en España./ Grillopera							
3' 51"	COMERCIALES/ 14" SONDEO TELEVISIVO		*				*	
2' 27"	Haber nacido mujer en Afganistán es un pecado, son sometidas a humillaciones, amputación y ejecuciones, tienen pánico a morir.		*					*
1' 32"	Desde su exilio en Italia el Rey de Afganistán reafirma construir un gobierno que opere desde el extranjero.	*				*		
2' 34"	En EU hay 128 centros islámicos, desde los atentados no hay musulmán que no sea visto con desconfianza, hasta son insultados.					*		*
3' 25"	El alcalde de Ny dice que no hay esperanza de una vida en las Torres, el FBI concluye que eran ataques planeados.						*	
1' 09"	Atentado en Israel, coche bomba en una zona residencial.	*						

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
gancho 15"	Atentados en India y España. Daños del huracán Juliette en Baja California Sur							
3' 03"	COMERCIALES/ 11" SONDEO TELEVISIVO							
52"	Terrorista suicida causa la muerte de 29 personas en la India en un auto bomba. En España otro coche bomba, segunda explosión en 1 mes.						*	*
1' 04"	En Taltelolco el 2 de octubre de 1968 no se olvida a 33 años.	*				*		*
2' 22"	GRILLOPERA							
gancho 18"	Daños del Huracán Juliette. Tiroteo en Lomas de Chapultepec.							
2' 41"	COMERCIALES/ 14" SONDEO TELEVISIVO							
23"	La tormenta Juliette dejó 40 mil damnificados podría ser declarada zona de desastre.					*		*
1' 45"	En Lomas de Chapultepec tiroteo entre policías y asaltantes.	*				*		
3' 02"	COMERCIALES/ 15" SONDEO TELEVISIVO							
50"	ENLACE CARMEN ARISTEGI							
1' 15"	OPINION DE CARLOS MONSIVAIS							
20"	DESPEDIDA							

CADENA TELEVISIVA: TV. AZTECA
 NOTICIARIO: HECHOS
 HORARIO: 10:00 A 11:00PM
 CANAL: 8

CONDUCTOR: ROSA MA. DE CASTRO
 Y JAVIER ALATORRE
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 1 DE OCTUBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
29"	La guerra a punto de esta estallar, el P.Bush aprobó acciones secretas para apoyar a grupos opositores al Talibán.						*	*
29"	El primer ministro afirma que existen pruebas irrefrutables de la participación de Osama BL en los atentados del 11 de septiembre.							
1' 45"	El ex Rey de Afganistán que se encuentra en Italia desde hace 28 años, podría ser el eje de un posible gobierno de transición en el caso de derrocar al talibán.	*				*	*	
2' 49"	Osama BL el hombre más buscado por la justicia de EU. Ofrecen 5 millones de dólares por su cabeza.	*	*					
45"	A pesar de las advertencias del régimen talibán desafió a los países aliados y dicen que no tienen valor para atacarlos.					*		*
2' 52"	La guerra no será igual, la guerra moderna se pelea con marina, artillería infantería y aviación.		*				*	
4' 33"	La población en EU tiene miedo, pagan por máscaras antigas a los comerciantes lo que ellos piden.	*	*					
gancho 30"	La guerrilla interna en Afganistán. Ultima entrevista con el asesinado líder.							
2' 10"	COMERCIALES/ 15" SONDEO TELEVISIVO							
1' 15"	En Afganistán ya están en guerra. El ministro iraní de la defensa advirtió que atacarán cualquier nave de EU que sobrevuele su espacio.						*	*
2' 45"	Los talibanes no controlan todo el territorio Afgano, un adécima parte está bajo dominio de la llamada alianza del norte.	*				*		
2' 32"	En Islamabad los puntos de revisión militares se han incrementado dentro de la misma ciudad. Los días del talibán están contados.		*			*		
gancho 33"	Drama de millones de refugiados Afganos. Más de la ayuda que se acerca.							
2' 21"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 56"	Millones de personas tratando de huir de Afganistán, no hay comida, los niños sólo comen manzanas.	*					*	
27"	Rusia proporciona ayuda humanitaria suministrando provisiones para aliviar la grave situación de los Afganos.		*			*		*
gancho 20"	Homenaje a las víctimas de atentados. El costo de la guerra.							
2' 10"	COMERCIALES/ 11" SONDEO TELEVISIVO							
1' 46"	Tres grandes tareas del obispo, predicar el evangelio, santificar a los fieles y estar siempre al servicio de la diócesis.	*				*	*	
1' 47"	Existe una ola de terror en varias partes del mundo. Atentados en España con un coche bomba junto al palacio de justicia.	*	*					*
1' 14"	COMENTARIO DEPORTES							
2' 13"	COMERCIALES							
6' 50"	ENLACE TV AZTECA MICHOACAN							
3' 05"	COMERCIALES							
1' 20"	PELUCHES							
30"	RESULTADO DEL SONDEO Y DESPEDIDA							

CADENA TELEVISIVA: TELEVISA
 NOTICIARIO: NOTICIARIOS TELEVISA
 HORARIO: 10:00 A 10:50 PM
 CANAL: 3

CONDUCTOR: JOAQUIN LÓPEZ DÓRIGA
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 11 DE OCTUBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
5' 05"	EU lanzó el más intenso bombardeo a Afganistán el día 5, quedó abierto el camino por vía terrestre, se informó de la captura de Osama, fue falso.	*				*		
3' 04"	Con lo ataques de EU la alianza del norte levanta su moral, los EU siguen motivados con los ataques.						*	*
2' 52"	Se empezaron a enlistar para la guerra santa, esperan el llamado de los líderes religiosos islámicos, no dejan pasar la ayuda humanitaria.		*			*		
1' 31"	El cansiller de Gran Bretaña no contempla ningún ataque sobre Irak, pero en Israel existe el temor de que Irak si los ataque.	*						*
2' 53"	Irak acusa a EU de arrogante. Por el momento no piensa atacar en contra de países aliados de EU.		*				*	
2' 23"	El gobierno de Pakistán reconoció por primera vez la presencia del ejercito de EU en su territorio. Segunda fase: ataque terrestre.						*	*
gancho 15"	La guerra y los niños mexicanos NY. A un mes de los ataques.							
1' 31"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							
2' 27"	Nadie se imaginó nunca lo que ocurriría el 11 de septiembre. NY vive su propio infierno.El enemigo sin rostro es descubierto. 4776 desaparecidos	*				*		
1' 32"	A un mes de los ataques recuerdan a las víctimas con misas, plagarias, oraciones El Papa pide consuelo para los parientes de las víctimas.						*	
2' 37"	EU aprueba la ley al FBI de intervenir llamadas telefónicas que tengan que ver con el terrorismo. Revisan cuadro por cuadro los mensajes de Osama BL, que podrían ser mensajes decifrados.	*						*
gancho 10"	Riesgos del Antrax Bush ofrece Paz a cambio de Osama BL.							

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
1' 20"	COMERCIALES/ 10" SONDEO TELEVISIVO							
27"	En Berlín aparecieron varios sobres advirtiendo "cuidado con el antrax" pero todo fue falsa alarma.					*		*
21"	En Florida fue detenido un hombre que aseguró cultivó la bacteria del antrax. Ya son 3 casos en 2 semanas.		*					*
33"	México es vulnerable a cualquier ataque bacteriológico.					*		*
2' 40"	El P: Bush dio un mensaje y da un anueva oportunidad para que entreguen a Osama BL. Reaparecio el subsecretario esta en la Casa B.	*	*					
gancho	la guerra y los niños							
2' 40"	COMERCIALES/ 13" SONDEO TELEVISIVO							
30"	Siguen detenidos el mexicano y el israelí que sacaban fotos dentro de la cámara de diputados.					*		*
1' 45"	Temor en los niños del mundo, lo más difícil responder ¿que es la guerra?	*				*		
44"	450 aniversario de la fundación de la UNAM.		*					
29"	Ha surgido una serue de dudas del presunto atentado que surgió Alfredo Anaya. No quedó claro el móvil y las condiciones en que dispararon.					*		*
2' 44"	El P: Fox en Praga atacó dos temas prioritarios: anticorrupción y terrorismo. Se creará una ley donde se informará al pueblo de lo que hace el gobierno		*				*	
15"	La cámara de diputados acuerda pedir al Presidente use el escudo nacional como es y no de forma estilizada.					*		*
gancho 8"	El premio nobel de literatura.							
2' 32"	COMERCIALES/ 14" SONDEO TELEVISIVO							
10"	El premio nobel de literatura lo ganó un hombre nacido en Trinidad y T.						*	*
32"	FINANZAS							
30"	DESPEDIDA							

CADENA TELEVISIVA: TV. AZTECA
 NOTICIARIO: HECHOS
 HORARIO: 10:00 A 11:00PM
 CANAL: 8

CONDUCTOR: ROSA MA. DE CASTRO
 Y JAVIER ALATORRE
 EMISIÓN: NOCTURNA
 DIA: 11 DE OCTUBRE DEL 2001

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
3' 51"	Destrucción a un mes de los atentados, EU lanzó la más violenta ofensiva contra el régimen talibán. Los talibanes refuerzan su frontera.	*				*		
2' 15"	Los ataques han sido aéreos, pero si quieren atrapar a Osama BL tiene que ser un ataque terrestre.	*					*	
3' 01"	Existe la posibilidad de usar armas químicas, se habla del ébola en los campos de refugiados afganos.		*					
2' 33"	Las ciudades Afganas de Kandagal y Kabul han recibido los ataques más fuertes de EU. Manifestaciones a favor de Osama BL.		*			*		
1' 34"	A la espera de nuevos bombardeos del ataque terrestre las protestas múltiples. Irak tiene temor de ser el próximo en ser atacado.		*					*
3' 30"	En diferentes partes del mundo se han reportado el envío de cartas, todo parece ser producto del miedo y la psicosis.	*			*			
3'	El P.Bush da un segunda oportunidad para que entreguen a Osama BL. Se han registrado nuevos casos de antrax.		*					*
31"	Los norteamericanos viven una psicosis por el antrax, hay algunos que cruzan la frontera para comprar medicina en Tijuana.					*		*
2'	Una parte de la población prefieren vivir miserablemente en los refugios antes de someterse al régimen talibán.							*
3' 23"	Imágenes de NY a un mes de los atentados. El P.Bush prometió que jamás olvidará lo que ocurrió el 11 de septiembre.						*	*
3' 36"	El 11 de septiembre lo impensable se hizo realidad, se encuentra en máxima alerta el ejército de EU.	*	*					
2' 09"	Las autoridades continuarán a la casa de los responsables, Osama BL primer sospechoso de los ataques. Osama dice que América no tendrá paz hasta que no salgan los ejércitos del país.	*					*	
gancho 15"	Nuevos efectos de la guerra. 14" SONDEO TELEVISIVO							

TT.N	ENCABEZADO DE LA NOTA	ADJETIVOS	TONO	LENGUAJE	SONIDOS	COM. NO VERBAL	IDEOLOGIA	VOZ EN OFF
3' 23"	COMERCIALES/ 12" SONDEO TELEVISIVO							
3' 05"	En el mundo del espectáculo se han abierto nuevos caminos a la solidaridad. Se aplazan películas sobre terrorismo.	*					*	
2' 24"	COMERCIALES							
1' 40"	En México se cuestiona el apoyo hacia EU. EU quiere evitar que se usen los medios de comunicación como propaganda de su país.					*	*	
1' 22"	El P.Fox en Europa toma diversas medidas y asegura que México no será santuario de terroristas ni paso olugar de tránsito.	*					*	*
2' 30"	COMERCIALES/ 14" SONDEO TELEVISIVO							
1' 50"	TV AZTECA cuenta con un nuevo director general: Pedro Padilla.	*				*		
30"	FINANZAS							
gancho	La otra guerra.							
15"	12" SONDEO TELEVISIVO							
1' 26"	COMERCIALES							
32"	En la ciudad de México un individuo ingresó al salón de sesiones y se puso a gritar y luego se salió como si nada.					*		*
1' 46"	PELUCHES							
1' 21"	COMENTARIO DEPORTES							
2' 40"	La guerra contra el hambre en América Central.	*					*	
1' 06"	COMERCIALES							
4' 44"	TV AZTECA MICHOACAN							
30"	DESPEDIDA.							