



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

Carrera de Comunicación Social

Tema:

«REDACCIÓN DE UN MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE EL JEFE DE
INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN»

Proyecto de grado para la obtención del Título de
Licenciado en Comunicación Social

Investigador

Denis Pesántez Chalco

Director de Tesis

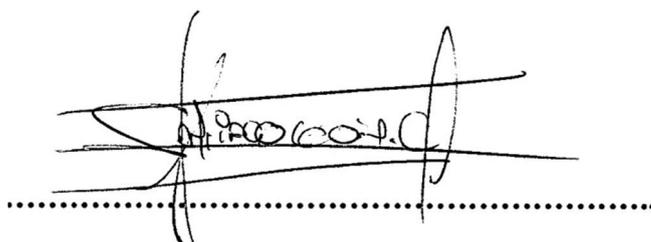
Master Santiago León

Cuenca - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

Master Santiago León, Director de Tesis, certifico que el siguiente trabajo fue desarrollado bajo mi dirección por el alumno Denis Marcelo Pesántez Chalco



Mgst. Santiago León

DIRECTOR DE TESIS

RESPONSABILIDAD

El autor declara que los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad y autoriza a la Universidad Politécnica Salesiana el uso del mismo con fines académicos.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la Universidad Politécnica Salesiana, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.



Denis Marcelo Pesántez Chalco

C.I.: 010335617-6

Dedicatoria:

A Dios

Que me ha dado salud y fortaleza para seguir en adelante y por derramar varias bendiciones sobre mí, quien con su amor y bondad me ha permitido culminar este proyecto que en algunas ocasiones parecía imposible. Gracias Dios por todo lo que haces en mi vida.

A mi madre Anita

Quien con su amor y comprensión me ha dado las fuerzas para seguir en adelante, gracias madre mía por hacer el papel de padre y madre a la vez, tu carácter y amor me ha permitido ser lo que soy. Te amo mi viejita linda.

A mi padre Marcelito.

Siempre he estado y estoy seguro que desde cielo siempre me has cuidado. Gracias papito por haberme entregado tus enseñanzas de amor y bondad.

A mis familiares y amigos.

Gracias a toda mi familia en especial a mi abuelita Chocha, Manuel, que siempre han estado conmigo y quien con su apoyo e insistencia me han permitido alcanzar diferentes metas y una de ellas es esta tesis.

Y un agradecimiento especial a cuatro personas maravillosas que llevo en mi corazón y que siempre han estado conmigo.

Agradecimiento.

Un agradecimiento a mis maestros de la Universidad Politécnica Salesiana, a quienes he considerado unos amigos más.

Gracias por sus consejos y enseñanzas que me han sabido impartir en las aulas las cuales me han servido en mi vida profesional.

Estimados maestros gracias por todo.

Índice

Portada	..I
CertificaciónII
Responsabilidad	III
Dedicatoria	.IV
Agradecimiento	..V
Índice	.VI

Introducción	1
--------------------	---

Capítulo 1.....	2
-----------------	---

GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA TELEVISIÓN	2
--	----------

1.1 Géneros periodísticos.....	2
--------------------------------	---

1.2 Géneros informativos.	9
--------------------------------	---

1.2.1 La noticia.....	11
-----------------------	----

1.2.2 Valores de la noticia.....	13
----------------------------------	----

1.2.3 Estructura de la noticia.	15
--------------------------------------	----

1.2.4 La entrada o lead.	16
-------------------------------	----

1.2.5 El cuerpo.	18
-----------------------	----

1.2.6 Cierre o final.	20
----------------------------	----

1.2.7 Tipos de noticia.	21
------------------------------	----

1.2.8 Noticia Política.	22
------------------------------	----

1.2.9 Noticia Económica.	22
-------------------------------	----

1.2.10 Noticia Policial.	23
-------------------------------	----

1.2.11 Noticia cultural.	24
-------------------------------	----

1.2.12 Noticia de ciencia y tecnología.....	24
---	----

1.2.13 Noticia curiosa o rara.	25
-------------------------------------	----

1.2.14 Noticia deportiva.....	25
-------------------------------	----

1.2.15 La noticia de acuerdo a su lugar.	26
---	----

1.2.16 Locales.....	26
---------------------	----

1.2.17 Nacionales.....	26
------------------------	----

1.2.18 Internacional.....	27
1.3 Géneros interpretativos.....	27
1.3.1 El reportaje interpretativo.....	29
1.3.2 La Entrevista.....	30
1.3.3 Entrevista informativa.....	32
1.3.4 Entrevista de opinión.....	33
1.3.5 Entrevista de carácter o de personalidad.....	34
1.3.6 Etapas para la realización de una entrevista.....	35
1.3.7 La crónica.....	38
1.3.8 La estructura de la crónica.....	39
1.3.9 Tipos de crónica.....	40
1.4 Géneros de opinión.....	41
1.4.1 Clasificación de los géneros de opinión.....	42
1.4.2 Características lingüísticas.....	43
Capítulo 2.....	45
LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA.....	45
2.1 El jefe de información.....	45
2.1.1 Funciones del jefe de Información.....	49
2.2 Criterio periodístico.....	52
2.2.1 Argumentos del criterio periodístico.....	54
2.3 Las fuentes de información.....	59
2.3.1 Intermediarios entre las fuentes y los periodistas.....	61
2.3.2 Relación entre los periodistas y sus fuentes.....	62
2.3.3 Identificación de la fuente.....	64
2.3.4 La observación directa.....	66
2.3.5 Tipos de fuentes de información.....	66
2.3.6 Fuentes personales.....	66
2.3.7 Fuentes documentales o escritas.....	67
2.3.8 Fuentes gubernamentales.....	67
2.3.9 Fuentes no gubernamentales.....	68
2.3.10 Ética de la fuente de información.....	68
2.4 La agenda temática.....	68
2.4.1 La agenda temática y la opinión pública.....	70
2.4.2 Criterio de selección de la noticia para la agenda.....	71

2.4.3 Bases de una agenda temática.	71
Capítulo 3.....	74
EL EQUIPO TELEVISIVO	74
3.1 El reportero y periodista	74
3.1.1 Funciones del reportero o periodista como mediador.	76
3.1.2 Equipos de reporteros.....	76
3.1.3 El reportero multimedia.	77
3.2 Cobertura de los hechos.	78
3.2.1 Obtención de la información.	79
3.2.2 El arte de tomar notas.	80
3.2.3 Tipos de textos periodísticos.	80
3.3 La objetividad, honestidad intelectual del periodista.....	81
3.4 El camarógrafo la televisión se hace en equipo.....	82
3.5 La noticia para televisión.	83
3.6 La televisión es imagen.	83
3.7 El camarógrafo.	84
3.7.1 Criterios noticiosos del camarógrafo.	85
3.7.2 Responsabilidad de un camarógrafo.....	86
3.7.3 Clasificación de los camarógrafos.	86
3.7.4 Camarógrafo de estudio.	86
3.7.5 Camarógrafos de Exteriores o Producción.....	87
3.7.6 Camarógrafos de Prensa.	87
3.7.7 Camarógrafo casero.....	88
3.7.8 Camarógrafo documental.....	88
3.7.9 Camarógrafo técnico.	89
3.7.10 Camarógrafo mecánico.....	89
3.7.11 Camarógrafo artista.	89
3.8 Operación de la cámara.....	89
3.9 Composición de la imagen.	90
3.10 Tipos de planos.	91
3.11 Movimientos de cámara.....	92
3.12 Sujeción de la cámara.	92
3.13 Producción de noticias.....	93
3.14 Imagen y estilo.	98

3.15 La naturaleza del lenguaje televisivo.	99
3.16 Formatos de la información.....	100
3.16.1 Conexión en directo o microonda.....	100
3.16.2 Pieza, video o VTR.....	101
3.16.3 Colas o leídas.....	101
3.16.4 Entradilla o lead.....	102
3.16.5 Total, corte de voz o directo.....	102
3.17 Etapas de la producción televisiva.	103
3.17.1 Elementos que participan de la producción.....	103
3.17.2 Elementos administrativos.....	103
3.17.3 Elementos de producción.....	104
3.17.4 Elementos técnicos.	104
3.17.5 Elementos de contenido.	105
3.18 Tipos de programas.	105
3.18.1 Programas de entretenimiento o diversión.	106
3.18.2 Programas didácticos.....	106
3.18.3 Programas culturales.....	106
3.18.4 Programas informativos.	106
3.19 Las etapas de la producción.	107
3.19.1 Etapa de preproducción.	107
3.19.2 Etapa de producción.....	108
3.19.3 Etapa de postproducción o emisión directa.	108
3.20 Estructura de un informativo.....	109
3.20.1 Cabecera.....	109
3.20.2 Saludo de los conductores.....	109
3.20.3 Sumario titulares.	109
3.20.4 Noticias.....	109
3.20.5 Deportes.	109
3.20.6 Despedida.	109
Capítulo 4.....	111
MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE INFORMACIÓN EN UN CANAL DE TELEVISIÓN.....	111
4.1 Preproducción del manual.	111
4.2 Temática del manual.	111

4.3 Orientación del manual.	112
4.4 Objetivo.	112
4.5 Justificación.	112
4.6 ESQUEMA.	112
4.7 MAQUETA	132
4.7.1 Recolección del material.	132
4.7.2 Formatos de maquetas.	132
4.7.3 Márgenes.	133
4.7.4 La retícula.	133
4.7.5 Columnas de la maqueta.	133
4.7.6 El tipo de fuente o letra.	133
4.7.7 El tamaño de fuente o letra.	134
4.8 Diseño del Manual.	134
4.9 Diagramación.	134
4.10 Programa utilizado para la diagramación.	134
4.11 Pre prensa.	135

Introducción

La siguiente investigación científica se basa en la recopilación de información necesaria de diferentes autores expertos en el área de la comunicación y producción audiovisual informativa, con el objetivo de crear un manual que explique las funciones del Jefe de Información en la vida diaria, en el manejo de la información, en el dominio de los diferentes géneros periodísticos en la televisión y la puesta a punto del producto para su respectiva transmisión.

Si bien la comunicación informativa y sus diferentes géneros han evolucionado con el pasar del tiempo, la forma de obtener la información no ha cambiado en su esencia, lo que sí ha variado es la forma de presentarla y es aquí donde el jefe de información tiene en sus manos las diferentes herramientas para presentar la noticia, con la ayuda de los géneros periodísticos que buscan presentar la noticia e información al público sin que esta pierda su interés.

Producir un noticiero de televisión es una labor ardua en el cual trabajan diferentes personas y expertos en sus respectivas aéreas como son: luministas, camarógrafos, sonidistas, reporteros, editores, presentadores, coordinadores entre otros, sin embargo el éxito de este grupo de profesionales para sacar un noticiero en vivo se da fundamentalmente por la dirección del jefe de información, a quien podríamos denominar como òdirector de la orquestaö

La creación de este manual pretende ser una guía para los comunicadores, periodistas o reporteros, camarógrafos, editores, estudiantes de comunicación, entre otros ligados a la comunicación y que desean abordar el mundo de las noticias televisivas. El objetivo del material es que sea un aporte, considerando los procedimientos a seguir para la producción de un noticiero que se presentan.

Capítulo 1

GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA TELEVISIÓN

1.1 Géneros periodísticos.

La evolución rápida y rutinaria de los medios de comunicación que se desarrolla alrededor del mundo plantea nuevos estilos en el uso y empleo de los géneros periodísticos. Charles Prestwich Scott, editor del diario británico The Manchester Guardian en 1921, escribió: *“El comentario es libre, pero los hechos son sagrados”* observación debatida, que incluso para algunos grandes académicos es ingenua y engañosa. (García. V, Gutiérrez. L, 2011: 29)

Según García y Gutiérrez, desde hace tres décadas varios investigadores de la comunicación han cuestionado el principio de objetividad y la aplicación en los diversos géneros periodísticos con el objetivo de separar los criterios personales al momento de presentar los hechos o sucesos trascendentales. (García. V, Gutiérrez. L, 2011: 30)

Por lo que la sentencia emitida por Scott, fue prácticamente incuestionable, pero otras teorías y puntos de debate, de acuerdo con los contenidos de los medios y los géneros, ponen una incógnita a los periodistas respecto a la elección de quién será el encargado de mostrar o contar la realidad. Tras analizar estas interrogantes se puede asegurar que *“los géneros periodísticos están definidos por la forma como el periodista presenta el mensaje y el objetivo con el que quiere llegar al receptor”*. (García. V, Gutiérrez. L, 2011:29)

Además (García. V, Gutiérrez. L, 2011:30) (Citado por Martínez, 1978: 100), mantiene que *“podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos”*

Hernando (2000) por su parte relata una breve historia de los géneros asegurado que la cuestión de los géneros periodísticos aparece vinculada originariamente a la primera manifestación histórica del periodismo, la prensa escrita, y a partir de ella con el tiempo ha ido trascendiendo a otros campos y canalizadas a distintos medios.

õPero, a lo largo del tiempo, los distintos géneros periodísticos no han gozado de la misma importancia que tiene en la actualidad para nosotros. En determinadas épocas, en virtud de los conceptos doctrinales que han inspirado la actividad periodística, ha solido predominar uno sobre los restantes. Por eso, es posible afirmar que la aparición histórica de los géneros periodísticos se encuentra estrechamente relacionada con las diferentes etapas del periodismo.ö(Hernando. L, 2000: 15)

Según (Benito. A, 1973:71), con un juicio teleológico, dice que en el periodismo moderno se diferencian tres etapas:

- a) La primera, el **periodismo ideológico**, se extiende desde 1850 hasta el fin de la primera guerra mundial en 1918. Es un periodismo doctrinal y moralizador, al servicio de las ideas políticas o religiosas. (Hernando, 2000: 15)

Al hablar de periodismo doctrinal nos referimos al de carácter ideológico y político, que desarrolla el debate y un conjunto de ideas entre un grupo de personas. En cuanto al periodismo moralizador, es un obstáculo contra las ambiciones desordenadas, un espejo que retrata la inmoralidad pública. Por lo que el género que se consolida es el artículo o comentario en sus diferentes variantes. (Díaz, 1985: 171)

- b) La segunda, el **periodismo informativo**, aparece hacia 1870 como fenómeno definido y coexistente durante cierto tiempo con el anterior. Entre 1870 y 1914, va perfilándose primero en Inglaterra y después con mayor fuerza en Estados Unidos, un nuevo estilo periodístico basado en la narración o relato de hechos. (Hernando, 2000: 15)

Pero este tipo de periodismo cobra fuerza desde 1920 hasta 1950 donde predomina el relato de acontecimientos con una gama de especialidades que originan los géneros **periodísticos informativos** y sus respectivas variantes. (Hernando, 2000: 15)

- c) Y finalmente la tercera etapa surge a raíz de la paz en 1945, con el *periodismode explicación*, donde presenta los géneros de relato y comentario, ambos de una manera equilibrada, pero situándolos en una perspectiva diferente mediante la cual el lector encuentra los juicios de valor en la narración objetiva de los hechos y, en ocasiones, en la propia narración o relato. (Hernando, 2000: 15)

Dentro de este concepto de periodismo cobran un gran auge determinadas variantes del género reportaje, especialmente el denominado reportaje de profundidad, que busca reconstruir un hecho utilizando varios detalles y precisiones para completar la historia con la ayuda de una o varias fuentes que ponen el material informativo a disposición del redactor. (Camacho. I,2010: 55)

La crónica se perfila, a su vez, como un género marcadamente híbrido, a mitad de camino entre el relato objetivo de los hechos y el comentario voluntario que estos merecen al periodista. (Hernando, 2000: 15)

Luis Alberto Hernando, afirma que *“actualmente, en la sociedad de la información, los dos polos entorno a los cuales se suelen agrupar los géneros periodísticos son la información y la opinión. En la prensa anglosajónica es clásica la distinción entre dos grandes géneros, la noticia y los comentarios. En los países latinos se desarrolla entre ambos extremos.”*(Hernando, 2000: 16)

A raíz de esto se pueden distinguir los siguientes géneros

- a) **Géneros informativos.**
- b) **Géneros interpretativos.**
- c) **Géneros de opinión.**

Como ya se ha señalado, el tiempo ha generado que tanto los géneros periodísticos como los medios de comunicación evolucionen de una manera rápida y la televisión, pese a su corta historia, no podía quedarse considerando que es un medio que tiene un alto alcance y que también cuenta con sus grandes momentos en la historia como son la Paleotelevisión, la Neotelevisión (Gavaldà. J, 2002: 117) (Cita a Eco, 1986) y en la actualidad de la era digital, que para algunos autores como Inmaculada Gordillo puede ser considerada como la *“hipertelevisión”*.

A finales de los ochenta, la paleotelevisión ofrece una gran variedad de géneros, caracterizados por los fuertes límites entre las distintas manifestaciones discursivas, que busca en primer lugar de la diferenciación entre el discurso ficcional y el informativo. (Gordillo, 2009: 31)

Gordillo (2009: 32) basada en los conceptos de (Eco: 1983), a partir de la diferencia entre discurso sobre la realidad y discursos ficcionales, señala que la separación entre los géneros de información y ficción está basada en varios tipos de razones, entre las que destaca:

a) Referencial. Es un macro género que abarca los discursos informativos y periodísticos como transmisiones en directo de acontecimientos, las entrevistas, los debates. Prácticamente presenta los hechos sucedidos donde su base son los relatos.

b) Ficcional. El macro género ficcional no refleja la realidad, si no que construye universos fingidos, alternativos, como son las telenovelas, telecomedias, dibujos animados etc.

c) Publicitario. Género cuyo objetivo es vender productos de distinta índole.

d) Variedades o entretenimiento. Es un macrogénero que presenta una gran variedad de programas como magazines, cursos televisivos, programas de música, espectáculos, entre otros.

Según Tous (2010:36) cita a Jost(2005: 57-58), quien asegura que los tres Macrogéneros televisivos son ficción, realidad y juego: el mundo real; el mundo lúdico y ficticio, elementos que entregarán el resultado televisivo. Para Torrealba (2005: 09) citado por Castañares (1997:170 y ss) asegura que estos géneros deben relacionarse con tres funciones como son educar ó informar- entretener.

La neotelevisión, por su parte revela al espectador la existencia del medio, que no es una ñventanaö si no en ñespejoö de la realidad, algo totalmente opuesto a la paleotelevisión. En este caso los medios privados ofrecen al televidente la opción de formar parte del proceso comunicativo, introduciendo los aspectos humorísticos y reflexivos. (Valhondo. J, 2011: 21)

Si bien este contacto no es directo, utiliza una serie de códigos como la transmisión en directo o la mirada a la cámara del presentador, además del trato de ñtú a túö con la

utilización de palabras coloquiales, dando un trato al televidente como un ciudadano inteligente y cercano. (Boni. F, 2008: 33)

La clasificación tradicional de los géneros se rompe en piezas deslavazadas **ósin unión o firmeza-** y heterogéneas mucho más complejas a la hora de su catalogación. (Gordillo. I, 2009: 34)

Ante estos acontecimientos la oferta televisiva a finales del siglo XX se convierte en un supermercado, donde la ficción y la información, el espectáculo, la publicidad forman un totum revolutum **-conjunto de cosas sin orden-** en el que a veces distinguir estos elementos es casi imperceptible. (Gordillo, citado en Cortés, 1999: 15)

Tras el incremento de estas tendencias a inicios del siglo XXI aparece una nueva etapa de la televisión conocida como la **hipertelevisión**, en la cual el medio se dirige a un espectador formado en otras experiencias mediáticas, lo cual le obliga a modificar sus dispositivos gramaticales y narrativos.(Gordillo, 2009: 34)

En esta fase los límites se diluyen y se desvanecen, los programas se adscriben a más de un género y los formatos se nutren de elementos formales procedentes de concepciones genéricas antagonistas. (Scolari. C, 2008)

A partir de aquí los géneros se mezclan, el sincretismo **-intento de conciliar doctrinas distintas-** y la contaminación entre los géneros, es así por ejemplo, que el discurso de la ficción invade todos los géneros y los espacios televisivos. Dando paso a las narraciones ficcionales, informativas, docudramáticas, publicitarias, de variedad y entretenimiento.(Gordillo, 2009: 39-40)

El origen de los géneros periodísticos, es la necesidad de una orientación práctica para los lectores, periodistas y para los investigadores, *õconvirtiéndolo en un principio en un mensaje informativoqueposteriormente nos dará un cierto grado de comunicación de hechos o ideasö.* (Edo, citado en Martínez Albertos, 1991)

En los países anglosajones se hace una diferenciación puntual entre la narración de la historia y el comentario; en el caso de la historia, ellos aseguran que los hechos se comprueban, mientras que en el comentario, las opiniones son libres.(Edo, 2009: 55)

Este modelo anglosajón fue replicado por algunos países europeos así como por países americanos de habla hispana, destacando cuatro géneros como son: información, reportaje, crónica y artículo o comentario. (Edo, 2009: 55)

Bajo esta diferenciación de los géneros, se pueden considerar como modelos concretos de creación lingüística, que nos permitirá òpresentar de forma adecuada y comprensible la información, la interpretación y la opinión, en cualquiera de las distintas variedades de medios de comunicación de masas, tanto escrito como audiovisuales o, en estos momentos, digitalesö.(Edo, 2009: 56)

En opinión de Gargurevich (1987: 11), el lector solamente distingue entre artículo, reportaje y editorial, caracterizando al òartículoö como la mayor parte de un diario; al òreportajeö como la versión de respuestas y preguntas; y, al òeditorialö como la columna o sección que reproduce una opinión sobre cierto asunto de actualidad o de interés general.

Gargurevich, (1987: 11), destaca además que òaquella masa de información que corrientemente parecería estar divididas en tres grupos, está realmente confeccionada por sectores perfectamente definidos y con técnicas diferentes, reunidos todos en la frase genérica de Formas de Expresiones Periodísticaö

Vivaldi, (s/f, p. 38- 39)sostiene que òtodo periodista debe poseer un sexto sentido expresivo que se traduce en el sentido de la forma. Lo que, en la práctica, significa poseer el don especial de dar a cada tema su forma específicaö. Corresponde así al periodista una técnica que no debe ignorar: el uso correcto del idioma.

Según Bekasov, (1978: 1) en un texto concerniente a los géneros periodísticos se manifiesta que òen la práctica periodística se han elaborado formas convenientes de organización de los materiales para reflejar los hechos y sucesos, y para poder interpretar distintos fenómenosö. Estas formas hacen referencia a los distintos géneros periodísticos.

De acuerdo a la taxonomía-**clasificación**-del tratadista Gonzalo Martín Valdivia, existe dificultad al deslindar campos, de diferenciar un campo periodístico con otro, porque òhay entrecruce de rasgosö. Pero tipifica cinco géneros o formas expresivas con técnicas específicas como la noticia, reportaje, crónica, artículo y comentario.

Bekasov, (1978: 1), señala que los géneros son formas de organización de materiales para reflejar hechos y sucesos o para poder interpretar fenómenos y son los siguientes: noticias, información, entrevista, reportaje, correspondencia, artículo, resumen de prensa, reseña, relato y los satíricos.

Por su parte Benítez, (1983: 9), centra a los géneros con un propósito didáctico que se aplica en la Noticia, la Entrevista y el Reportaje, a los que cataloga como géneros plurales con formas expresivas **suigéneris-excepcional u original**-de acuerdo con el medio de comunicación social en la cual se manifiesta. Pero su enfoque va dirigido a la *Comunicación de noticias e información de actualidad*, cuando admite que, en el *Periodismo de Opinión*, son tradicionalmente ubicados los géneros denominados editorial, comentario, artículo y crónica que, aclara, ameritan sus estudios de manera independientes. (Llanos. S, 1993: 36)

Por su parte María J. Sierra, (citada en Llanos. S, 1993: 37), diferencia dos grandes géneros, los noticiosos y los literarios. En el primero ubica como especies a la crónica, columna, entrevista, reportaje, editorial, artículo de fondo y noticia. En el segundo ubica, al ensayo, semblanza, cuento e historia verídica.

Desde esta visión identificamos cuatro funciones que el periodismo cumple a través de la variedad de géneros especies y clases que son: informar, orientar, interpretar y entretener. Estas funciones se pueden desarrollar gracias a la flexibilidad que prestan los textos periodísticos, influenciadas por la acelerada carrera tecnológica comunicacional y por la indispensable creatividad de los periodistas que podrían determinar algunas mixtificaciones, **-como nublar, confundir, en beneficio de uno mismo-**. Un tipo de mixtificación muy utilizado consiste en creernos con el derecho a determinar el sentimiento del otro. (Llanos. S, 1993: 40)

No obstante Llanos(1993: 40), establece la existencia de las funciones, podríamos asociar a ellas los respectivos géneros.

- A) Informativo o noticioso: informar
- B) Interpretativo o de Análisis: interpretar.
- C) Opinión, formativo: orientar

Cabe señalar entonces que la paleotelevisión tenía una visión netamente educacional, cultural y popular, ofreciendo una gran variedad de géneros debidamente delimitados entre el discurso ficcional y el informativo, papel que lo desempeñaban los medios estatales.

Estos géneros tenían como objetivo informar, educar y entretener con cada uno de sus programas que eran dirigidos a un público debidamente determinado, prácticamente la televisión buscaba enseñar como el espectador debía funcionar en la sociedad.

La magia de la televisión de esa época volvía al receptor en un potencial consumidor, pues le decía al público a través de su señal qué consumir, como comportarse, qué hacer y que debe saber, buscaba ser una ventana de la sociedad.

Podemos decir así, que los géneros periodísticos desde sus inicios en el periodismo ideológico de 1850, pasando por el periodismo informativo en 1870, hasta llegar a 1945, donde surge el actual periodismo de explicación. Los géneros periodísticos han ido evolucionando, por lo que podemos considerarlos hoy en día como formas de expresiones que utilizan los comunicadores o periodistas para ordenar y presentar su material noticioso o informativos a los receptores.

Se han clasificado en tres géneros: El informativo, el interpretativo y el de opinión, los cuales serán utilizados por el periodista de acuerdo al valor informativo que vea pertinente o si el hecho lo determina, todo esto con el objetivo de orientar, interpretar y entretener al público.

Para que la información sea presentada y entendible, el comunicador debe tener un excelente dominio del idioma el cual permitirá una verdadera recepción del material elaborado.

1.2 Géneros informativos.

Reig. R, (2005) en su libro *Hacia una comunicación alternativa* sostiene que los géneros periodísticos *son aquellos que informan sobre acontecimientos de actualidad o sobre opiniones de personajes públicos que son noticia. Estos pueden ser sencillamente informativos, informativos interpretativos o informativos de creación. Incluso pueden ser informativo interpretativo de creación. Tiene cabida en este bloque la noticia o la*

información en sus distintas modalidades, la crónica, el reportaje, el informe y la entrevista.

En la obra *Leer en Español*, Álvarez, Núñez y Del Teso aseguran que los géneros *“más importantes giran en torno a los hechos que suceden y se diferencian sobre todo por la manera más o menos objetiva o interpretativa que tienen para referirse a ellos.”* (Álvarez. A, Núñez. R, Del Teso. E, 2005: 182). Es así que para Álvarez (2005: 182) en el caso de la televisión se puede simplemente informar o se pueden interpretar los hechos. En el primer caso puede contar sólo las novedades o se puede intentar explicarlas con antecedentes y en relación con otros hechos. Por otra parte cuando introduce su propia opinión, puede hacerlo sin despegarse mucho de los hechos o puede ofrecer una opinión en la que se mencionen menos hechos concretos

Para Atorressi (1995: 20) en cambio, el periodismo informativo se desarrolla de manera más formal, pues *“busca dar a conocer un hecho ocurrido o que está por ocurrir, el mismo que se ajustará a una serie de recursos y discursos que serán contados de una manera objetiva.”* Para esta concepción de periodismo, el autor manifiesta que *“toda irrupción de interpretaciones u opiniones dentro de la información se considera como un desvío o una codificación incorrecta.”* (Atorressi, 1995: 20)

Históricamente, los llamados diarios tradicionales han marcado de una manera muy fuerte su rol como medios informativos y generadores de opinión, para lo cual han realizado la separación de sus secciones, las mismas que han sido funcionales para los medios audiovisuales. (Atorressi, 1995: 20)

Sabés (2009: 32) manifiesta que los géneros informativos utilizan diferentes formatos y soportes comunicativos, cuyo objetivo principal es informar a la audiencia, sin interpretación ni opinión por parte del periodista y se caracterizan, esencialmente, por ser narrativos y descriptivos y podemos establecer los siguientes tipos: noticia, reportaje y entrevista.

Finalmente cabe señalar la concepción de géneros informativos de Briones (2012: 17) quien sostiene que éstos tienen como objetivo dar cuenta de la actualidad con un lenguaje objetivo y directo. La persona que redacta el texto queda fuera de él o no aparece de forma explícita. Para Alex Grijelmo *“son informativos los textos que transmiten datos y hechos concretos de interés para el público, ya sean nuevos y*

conocidos de antemano. La información no admite opiniones personales, ni mucho menos juicio de valor. Los géneros informativos son la noticia, el reportaje objetivo, la entrevista objetiva y la documentación.

A partir de esta serie de conceptos podemos sostener que los géneros informativos buscan contar la realidad de un hecho suscitado o que esta por suceder, así como dar a conocer información sobre acontecimientos de actualidad u opiniones de personajes públicos que son noticia, de una manera fidedigna, directa y concreta.

El género informativo no debe manifestar la opinión o juicio de valor del que elabora la misma, ya que esto podría ser considerado como una interferencia en la objetividad y veracidad de la historia que se quiere a dar a conocer a los receptores.

Esta información puede ser presentada por el periodista en diferentes géneros o subgéneros como son la noticia, el reportaje y la entrevista, cada una con su diferente peculiaridad y estilo de redacción; pero, jamás despegada a la realidad del suceso o de la información.

1.2.1 La noticia

La noticia es el resultado de establecer la importancia de un evento y que se basa en dos aspectos: su acontecimiento reciente en el tiempo y su relación con el público o audiencia, además la noticia establece su relación con la audiencia a partir de un valor determinado por el sistema: como es la relevancia, valor que define el grado de importancia que se otorga a una información, con base en su estimación de los intereses del público o audiencia. (Maximiliano, citado en Gargurevich, 1982: 25)

Con un concepto no tan lejos al anterior Peralta(2012: 54), afirma que un noticiario es una ventana de la realidad, mientras que las noticias reflejan a la sociedad de la que pertenecen y del que informa.

Si bien la información es producto de una visión periodística de la sociedad, la misma también evoluciona y crece de acuerdo a la percepción social que emiten los diferentes medios de comunicación. (Peralta, 2012: 54)

Cuando el periodista llega al lugar de los hechos lleva a cabo un trabajo de investigación y de recolección de datos, en donde deberá actuar con total pluralidad e independencia, si bien es complejo contarlos todo o mostrarlos todo en ese momento, ya

sea por la falta de datos, el periodista deberá acudir a otras fuentes para completar la misma y en este punto el profesional deberá hacer la selección del tema y elegir lo trascendental, aquí es donde se empieza a elaborar el fragmento de la realidad que supone una noticia y que terminará al momento que esta información es emitida.(Peralta, 2012: 54-55)

Por su parte Martini y Luchessi(2004: 107) señalan que la noticia es la publicación de un suceso, en el cual se reconstruye los acontecimientos registrados en las 24 horas del día, siendo el producto del trabajo periodístico y el fin de los medios informativos, donde se conjugan las tareas de investigación, búsqueda de fuentes, verificación de datos, selección y aplicación de criterios de noticiabilidad, y armado del contexto, modalidades discursivas, procedimientos de clasificación y al final su valoración se mide en términos de primicia y de espectacularidad.

Por tal motivo, la noticia televisiva presenta una cierta presión por los efectos de la inmediatez y de la transmisión en directo. Ante esto Martini, asegura que la noticia en televisión es el presente de lo que está sucediendo en nuestro entorno social.(Martini, 2000: 32)

Gordillo(2009: 48)en tanto, asegura que *la noticia concierne al relato informativo de un determinado hecho sucedido en la realidad. Los mecanismos narrativos puestos en juego poseen un carácter peculiar. La organización interna, por ejemplo, responde a criterios de importancia decreciente, siguiendo la estructura de la pirámide invertida: primero el clímax, seguido de las causas y finalizando con los efectos y consecuencias.*

Para Vázquez (2009: 75) *el acontecimiento sería el punto de partida de un proceso que después de una compleja fase de producción, desembocaría en la noticia como punto de llegada. El acontecimiento es un hecho social espontáneo o programado y la noticia es la información de aquel difundida a través de los medios de comunicación. El acontecimiento es lo que ocurre y la noticia es su narración.* Por esto es fundamental la destreza del reportero para transformar todos los hechos en texto, para exponerlo de una manera clara y sencilla a la audiencia.

Por su parte, Estremadoyro(2004: 35),indica que un suceso es noticia cuando se realiza la cobertura y se tiene el conocimiento periodístico. Cualquier cosa puede ocurrir o estar oculta por mucho tiempo, pero será noticia cuando ésta se descubra por el reportero o

cuando el periodista tome conocimiento de lo sucedido. En consecuencia noticia es el resultado de la cobertura periodística de un suceso y su forma de hacerla de conocimiento público es la información correspondiente.

Entonces podemos definir que la noticia es el relato de un texto informativo de un acontecimiento o hecho social espontáneo o programado, el cual puede registrarse a cualquier hora, lugar y día del año y dejará de serlo una vez que haya salido al aire o con el paso del tiempo.

1.2.2 Valores de la noticia.

Jiménez(2007: 190) señala que el primer trabajo para el periodista es seleccionar los hechos que conforman la actualidad, los mismos que se producen de forma reciente o inmediata y que se difunden a través de los medios de comunicación.

En el mundo suceden muchas cosas, pero no todas pueden ni deben darse a conocer. Y es el periodista el que elige de entre todo lo que sucede, lo que conformará la actualidad informativa (Jiménez, 2007: 190). Esta práctica le da al periodista el calificativo de *gatekeeper* (guardabarreras), palabra creada por Kurt Lewin en 1947, que describe como los medios seleccionan los hechos que se van a dar a conocer y los que no, siendo el reportero el primer filtro de la opinión pública.

La selección y jerarquización de la noticia se basa en lo que llamamos valores-noticia: características que deben presentar los acontecimientos para llegar a formar parte de la agenda mediática y ocupar un lugar de importancia en la parrilla informativa (Jiménez, 2007: 191).

Ante esto, McClune(2010: 28), manifiesta que no todas las noticias que se cubren son publicables, sino que lo son cuando se deciden transmitir, pero están bajo la responsabilidad del profesional, el mismo que considerará una serie de criterios conocidos como valores de la noticia. *Estos factores son acumulativos, de manera que cuantos más criterios satisfaga un acontecimiento, más probable es que se informe sobre él. También están interrelacionados. Así, por ejemplo, la negatividad encierra la idea de que, para un periodista, una mala noticia es una buena noticia, mientras que el umbral implica que un acontecimiento tiene que alcanzar cierta magnitud antes de que se considere merecedor de atención. Por eso, cuanto más personas mueren en un accidente, más probable es que se informe sobre él.* (McClune, 2010: 28). Acota

además, que estos valores de la noticia hasta el momento se aplican y difieren más en la terminología que en la intención.(McClune, 2010: 28)

Amado (2010: 45-47) cita a Van Dijk, (1996), en tanto, supone que a cuantos más criterios (o valores noticia) se ajuste un suceso más posibilidades tiene de convertirse en noticia. Amado (2010: 45-47) presenta los siguientes valores de la noticia:

- **Oportunidad e inmediatez**, se relaciona con acontecimientos recientes. En la mayoría de canales de noticias se trabajan en diferentes emisiones de noticiarios, por lo que se informa más sobre acontecimientos concretos que sobre procesos de desarrollo.
- **Relevancia o impacto**, son hechos que se perciben los cuales influyen en la vida cotidiana de la audiencia, mientras mayor sea el impacto (mayor el acontecimiento o haya más gente implicada) más probable es que se informe sobre lo ocurrido.
- **Proximidad o significación**: se encuentra relacionada con la relevancia y se refiere a la proximidad física o geográfica como a la cultural, es decir, causa mayor interés a cierta audiencia determinada que se encuentra próxima al hecho.
- **Prominencia**: está relacionada a noticias sobre los países considerados de primer mundo (potencias globales) y sobre personajes de élite (como millonarios, famosos, gente poderosa) tienen mayor valor noticioso que sobre otras personas.
- **Claridad y falta de ambigüedad**: existe la probabilidad de que los hechos sean más noticiables cuando estos son explicados con facilidad y relativamente carentes de ambigüedad-**varias interpretaciones**-.
- **Personalización**: son las noticias que se enfocan a una persona y a su entorno social. Por esta razón el debate político se presenta a menudo como un choque entre personas más que entre ideas o ideologías.
- **Novedad**: es algo que todavía no es conocido por el público.
- **Video disponible**, en televisión se cuenta por secuencias visuales, si contamos con imágenes de los hechos y de los personajes, existe la probabilidad de que la noticia tenga mayor interés.

Por tal motivo para que los hechos se conviertan en noticias deben tener una combinación de los criterios expuestos. Si el equipo de un medio televisivo (periodista, camarógrafo, editor) no puede contar los hechos con algunos de los criterios expuestos anteriormente, podemos decir en simples palabras que no tiene la noticia.(Rincón, O 2001: 79)

Es así, que podemos definir que el valor de la noticia es subjetivo de acuerdo al criterio del periodista que utiliza para seleccionar la misma, en el mundo suceden una serie de cosas, pero no todo puede ser dado a conocer. Para que una noticia sea de interés público y ocupe su espacio de importancia en el noticiario, se debe evaluar ciertos elementos como son: oportunidad e inmediatez, relevancia o impacto, proximidad o significación, prominencia, claridad y falta de ambigüedad, personalización, novedad y video disponible. Esto último hablando en lo que respecta a televisión.

Si la noticia careciera de estos elementos no tendrá un valor noticioso por lo que podría ser considerada como información de relleno, es decir, información sobre un hecho pasado que se encuentra en curso, lectura sobre cambios de una entidad pública, la restricción de un servicio por un corto tiempo, entre otras, que generalmente se utilizan para cerrar los teletinformativos e incluso podría no ser transmitida por la importancia de otras notas y por el factor tiempo del espacio informativo.

1.2.3 Estructura de la noticia.

En los actos del habla como son las entrevistas, las ruedas de prensa o conferencias, un periodista inexperto o que este iniciando esta carrera, suelen tender a organizar los datos recogidos de acuerdo al orden que han sido expuestos por el orador y que mucha de la información presentada no es del interés periodístico, generalmente la noticia surge de preguntas realizadas por el periodista una vez culminada la exposición. Aseguran Gutiérrez y García (2011: 69).

Por su parte Clauso(2007: 92), manifiesta que el periodista puede decidir cómo organizar la información sobre la gama de una elección para ubicar los distintos elementos que la componen, no existe una forma única o forma correcta de presentación de la historia, pero debe respetar ciertos parámetros si quiere que su nota sea fácil de armar y entendible para el público.

Generalmente en todas las informaciones periodísticas se pueden identificar un elemento central, a lo que se llama eje o núcleo noticioso, sobre el cual gira el resto de estructuras de una nota; es decir estructuras complementarias que proporcionan contenido al núcleo y que van esclareciendo el tema que se cuenta. (Clausó, R, 2007: 92)

Por lo tanto, la noticia periodística debe responder a estas preguntas: quién (el autor del hecho), qué (el suceso), cuándo (el momento en que ocurre), cómo (el modo), dónde (el lugar) y por qué (la causa). Estas preguntas pretenden captar lo principal de la información (García. A, Echazarreta. J, 2012: 143)

De acuerdo a Gutiérrez (2011: 69) el punto está en saber reconocer donde está el interés del hecho ocurrido, saber seleccionar los datos y ordenarlos de acuerdo a un esquema de tensión decreciente el cual creará la expectativa y enganchará al televidente hasta el final de la misma. Se escribe en el primer párrafo lo más importante, el lead, y se dejan para el final los datos de menor interés. Esta estructura corresponde a lo que popularmente se conoce como Pirámide Invertida y consta de tres elementos básicos: la entrada o el Lead, el cuerpo y el cierre

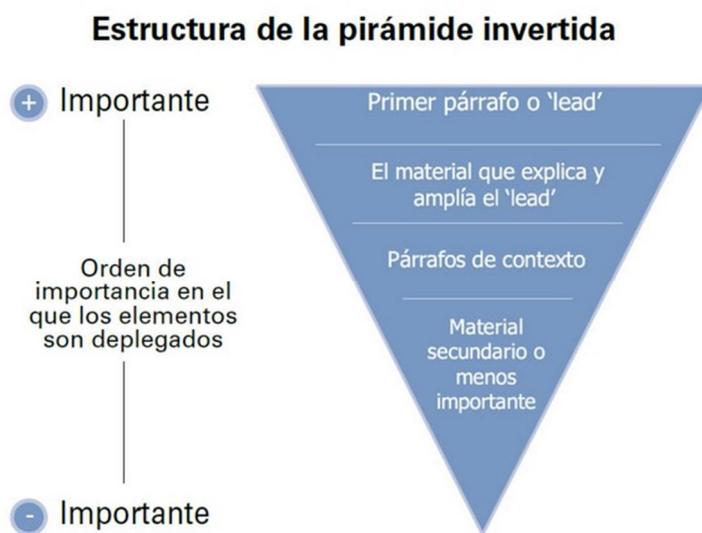


Gráfico: 1

1.2.4 La entrada o lead.

García y Gutiérrez (2011:43) sostienen que la entrada o el lead es el primer párrafo del texto, en donde se escribe la información central de la noticia.

Para Rizo. J, (2007: 37), en tanto, una entrada o lead que se encuentra completa contesta a las preguntas siguientes: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde? y ¿por qué?. Seis preguntas que suele hacerse una persona interesada en recolectar información. La respuesta determina la importancia de la noticia, pero no siempre es necesario responder a todas las preguntas, lo que sí se debe tener en cuenta es que deben ser respondidas al menos cuatro de ellas, así, el receptor podrá identificar rápidamente la noticia.

Según Harris (2007: 111) al redactar la entrada debemos apartarnos del orden cronológico de los hechos y recurrir al orden lógico; es decir, narrar los incidentes y hechos según su importancia. Así mismo, Cárdenas (1997: 303) señala que por ser el primer párrafo de la noticia debe darse la información esencial, es decir se debe repetir y ampliar lo incluido en el titular. Aunque no es absolutamente esencial, se suele contestar en este primer párrafo a las seis preguntas básicas del periodismo, las seis W (uves dobles) del inglés. Sin embargo, más importante que contestar estrictamente a estas cuestiones es el redactar una entradilla atractiva, que enganche al lector y atraiga su interés.

La redacción de esta primera parte esencial de la noticia, según Valdés (1989: 72) dependerá de varias circunstancias: factor tiempo, enfoque personal, estilo del redactor, necesidad de ampliar la noticia por el interés que genera, conveniencia de resumirla, decisión de dejar en suspenso el interés del destinatario y fundamentalmente, si se trata de prensa escrita o hablada.

Para Edo (2009: 74) corresponde al texto informativo más elemental la noticia, la información como género periodístico y tiene generalmente dos elementos básicos que se distinguen con facilidad: la entradilla, entrada o lead y el cuerpo de la información. Sin dejar de aludir a los titulares, que se merecen un apartado específico. El lead, a pesar de su brevedad y de la frecuencia con que se utiliza, tiene especial interés por que, junto al titular, decide muchas veces al lector o televidente a continuar informándose o pasar a otro informativo.

Por otro lado, la presentación de la noticia también influirá en el interés que genere una información, así, para Pérez (2010: 107), la presentación de la noticia viene relativamente forzada por la entradilla de estudio que hace el conductor, aunque no sea del todo determinante. La noticia tiene su propia autonomía. La noticia redactada con

técnica dramática suele comenzar situando el acontecimiento en el tiempo, el espacio o las dos a la vez. Se trata de dar respuesta a la parte más importante del *qué* (ha pasado), *cuándo* (ha pasado) y *dónde* (ha pasado). A la par, aparecen también los protagonistas, que son los intérpretes de esos hechos.

Si bien las definiciones revisadas se enfocan en la importancia del Lead, no podemos dejar de señalar la importancia que tiene el titular, considerándolo también como un texto esencial de la noticia, el cual entregará el dato más importante del hecho en pocas palabras y generará una expectativa en el televidente. Es así, que el título debe ser desarrollado o profundizado en el lead, ya que no es ajeno ni a la noticia ni a la estructura de la misma.

La entrada o Lead entonces, es la parte central y fundamental de la noticia que no sigue un orden cronológico sino un orden de importancia de los hechos que se generan, podrá tener algunos elementos de las seis W (uves dobles) que definirán la atención del televidente y lo mantendrá enganchado hasta el final de la misma. Una entrada o lead que no presente estos elementos de importancia serán rechazados con facilidad y la nota no generará el impacto perdiendo así su esencia de noticia.

1.2.5 El cuerpo.

El cuerpo de la noticia se presenta como un segundo elemento que conforma una noticia, a continuación examinaremos algunas definiciones de autores para tener una visión más clara de este componente no menos importante que el primero.

De acuerdo a Gargurevich, en su texto Géneros Periodísticos (1982: 43) hasta la difusión prácticamente universal del sistema de *“Pirámide Invertida”*, las notas informativas eran redactadas en estilo cronológico, sin preocuparse de levantar el aspecto más sobresaliente del hecho lo que hacía que se pierda el interés del material informativo. Hecho que llevó en la actualidad a la utilización de la *“Pirámide Invertida”*, que deberá seguir la siguiente secuencia: culminación (entrada), hechos importantes de sostén, detalles interesantes y meros pormenores.

Coba (2011:72) sostiene que si la entrada es el gancho para que el lector se interese por la información, el cuerpo de la noticia es la parte que dará la sustancia. La causa, la consecuencia y los análisis que del hecho hacen los expertos en el tema darán al público

una visión más profunda de lo ocurrido y le permitirán formarse una opinión sólida sobre la realidad.

Un cuerpo noticioso que se queda en la pura descripción de lo ocurrido será de poca utilidad, vacío en términos de la orientación para el lector, intrascendente. Lo indicado es incluir testimonios de distintas personas, en lo posible con enfoques diferentes a cerca del hecho y datos obtenidos a partir de documentos que puedan respaldar el análisis que se hace de la información.

Valdés (1989: 76) señala que en el cuerpo de la noticia se debe incluir las explicaciones del contenido del Lead, habrá que cuidar la redacción, utilizando párrafos completos y redondos de fácil entendimiento. Ser sobre todo directos y emplear frases cortas que son esenciales en televisión.

Cuanto más largo sea el cuerpo, más necesidad habrá de ser conciso, claro y ordenado. Es una cuestión de concepción periodística y de las necesidades del momento.

Para la redacción del cuerpo de la información puede ser útil un recurso que los anglosajones llaman *tie-in* y que consiste en explicar, inmediatamente después del lead, la relación de los hechos que se van a narrar con otras noticias como datos biográficos o antecedentes.



Figura 1: pirámide invertida

Gráfico: 2

Finalmente, al escribir el texto completo conviene tener en cuenta una serie de normas de escritura o redacción entre las que, de acuerdo a Martínez Albertos (1991) se puede citar:

- Utilizar palabras simples y llanas.
- Frases cortas.
- Buscar los términos adecuados y exactos de los temas que se narran.
- Poner colorido y dinamismo en la narración.
- Tener referencias directas y personales de los hechos.
- Respetar el estilo literario y la línea editorial del medio.
- Conocer el argot culto de los temas que se tratan.
- No repetir tópicos, clichés o frases demasiado utilizadas.
- No inventar ni deformar las noticias.
- Evitar las opiniones en un texto informativo

Podemos manifestar, que el cuerpo de la noticia o desarrollo, aportará nuevos datos de la noticia los cuales consolidarán la entradilla y mantendrán la idea de la información que se presenta, como es lógico los datos que se presentan no son de mayor trascendencia como los expuestos en el lead, pero tampoco son ajenos a la realidad del material informativo o del mensaje que se presenta.

Para que el cuerpo de la noticia no pase desapercibido o pierda interés el periodista debe ser claro en su redacción, conciso, aportar más datos de los hechos que sucedieron, recoger diferentes enfoques, evitar los clichés o repetir varias veces una frase y poner dinamismo en la narración.

1.2.6 Cierre o final.

Omar Rincón (2001: 196) plantea que el cierre es tan importante como el lead, ya que tiene el objetivo de dejar claro la historia del hecho, esto no significa que el periodista ponga su conclusión o su punto de vista final, si no que la información debe ser presentada de forma tal que sea el televidente quien lo haga. Además, Rincón asegura que los elementos más importantes de la noticia son el inicio y el cierre, si el inicio-**lead**- no es claro el televidente tendrá la percepción que la información le llegó de una manera violenta y si el cierre es flojo o entrega más datos evitará que el receptor pueda sacar su propia conclusión. Por tal motivo el cierre debe ser conciso y claro.

Durán(2005: 86) en su libro *Teoría y práctica de la radio*, manifiesta que el cierre es la síntesis de la noticia y recomienda guardar algún dato adicional relevante y evitar un cierre simple como por ejemplo: *Las autoridades abrieron las investigaciones* o *se esperan secuelas de este caso*

Por su parte, Mayoral(2008: 106) en su obra *Redacción periodística en televisión*, asegura que el cierre es uno de los elementos más cuidadosos, debido a que el espectador siempre conservará la última parte de lo que escucha de la noticia, por esta razón, gran parte de los comunicadores tienen problemas de cómo debe acabar su texto.

El cierre de la noticia es una recopilación de los hechos más importantes, según señala Casanellas(2010: 221) los cuales fueron enunciados anteriormente tanto en el lead como en el cuerpo, además afirma que se pueden adjuntar datos que no se hayan contado, lo que da la posibilidad al receptor de captar el mensaje correctamente sin que haya escuchado el inicio de la noticia.

Como se puede ver las diferentes definiciones expuestas por los autores se encuentran cercanas entre ellas, por lo que se puede sostener que el cierre o final de la noticia es un resumen de los hechos más destacados tanto del lead, como del cuerpo. El cierre puede ser enriquecido con alguna información adicional que no fuera expuesta anteriormente, pero este dato no puede ser un hecho que abra una nueva pregunta sino que debe ser concluyente y natural en su narración, con el objetivo de que el televidente no sienta que la nota va a terminar y tenga claro el mensaje.

El cierre debe ser bien elaborado para que el receptor con sólo escuchar el último párrafo tenga una idea clara de lo que se informa, a pesar de que no haya escuchado el inicio de la misma. Por ningún motivo el final de la noticia, debe tener una conclusión o punto de vista del periodista, sino que ese trabajo debe ser exclusivamente del televidente y siendo él quien valore nuestro trabajo.

1.2.7 Tipos de noticia.

Si bien la estructura de una noticia permite una mejor comprensión de ésta, también la división de acuerdo a una temática específica de los hechos noticiosos permitirá al espectador ubicarse en el tema e interés que le genera, por esto el periodista junto con el productor deberán encajar cada una de ellas en el lugar o espacio correspondiente de acuerdo al noticiario.

A continuación señalaremos las siguientes noticias que generalmente son utilizadas en un teletinformativo:

- Políticas.
- Económicas
- Policiales
- Culturales.
- Tecnológicas o científicas.
- Curiosas o Raras.
- Deportivas.

1.2.8 Noticia Política.

Es la práctica periodística que se encarga de las actividades de los gobiernos, partidos y organizaciones políticas, campañas, elecciones, entre otros temas que están relacionados con la esfera pública; además da seguimiento a la política institucional como a la extra-representativa como son protestas, manifestaciones, acciones de los movimientos sociales o de la sociedad civil en el plano político. (Neveu. E, 2004)

En este sentido, su práctica otorga una posición exclusiva para informar sobre sucesos de gran importancia y relevancia para la vida de una comunidad. Ante estos aspectos, este tipo de noticias goza de una elevada visibilidad en los medios de comunicación, pueden ser de ámbito nacional o internacional. (Neveu, 2004)



Gráfico: 3

1.2.9 Noticia Económica.

Tiene por objeto la difusión de noticias referente a la marcha de la economía y finanzas de las instituciones empresariales. Al ser un tema amplio y que a su vez mueve al

mundo tanto en la administración y producción de la riqueza pública, constituye un campo generador de noticia (Blázquez, 2000: 253).

Para Camacho (2010: 102) este tipo de noticias debe tener un lenguaje sencillo, debido a que el mensaje va dirigido a las personas en general, quienes en su rol de consumidores pueden ser los más afectados con las variaciones económicas, por lo que es un tema que generalmente despierta una gran sensibilidad.



Gráfico: 4

1.2.10 Noticia Policial.

Este tipo de noticias cobra fuerza en los 90, donde gran parte de los medios de comunicación comenzaron a transmitir información sobre hechos delictivos, los mismos que eran recordados al público en cada una de sus emisiones, generando además opinión sobre el trabajo de la policía.(Fabián, 2014)

Para Gayol yKessler(2002: 97) estas noticias generan un interés diferente a los televidentes en comparación a otras informaciones, debido a que presenta ciertos fantasmas sociales que afectan a los derechos de las personas como es la violencia, el despojo, la humillación, la justicia, entre otros. Al tematizar la inseguridad de la vida privada y social de las personas, la información sobre el crimen se constituye como material para el análisis social.



Gráfico: 5

1.2.11 Noticia cultural.

Se enfoca en dar cobertura a las diferentes manifestaciones del mundo de la cultura como son: teatro, arte, festividades, literatura, cine, pintura, escultura, entre otras.

Según Villacís(1997: 15-16), los medios de comunicación pueden ser agentes de privilegio para la transformación de la cultura, pero también pueden invisibilizarla si lo presentan como segundo plano reduciéndola en adorno.



Gráfico: 6

1.2.12 Noticia de ciencia y tecnología.

Es una especialización del periodismo y se encarga de dar seguimientos a las noticias sobre ciencia, tecnología, salud, medio ambiente, astronomía, informática, innovación, entre otras actividades de investigación.

Osorio (2008: 09) refuerza que la ciencia y la tecnología son fundamentales en la vida cotidiana de las personas como en su desarrollo, ya que el conocimientos sobre algo nuevo siempre influye en el comportamiento de los ciudadanos, divulgar este tipo de información de una manera adecuada y con eficiencia, le permite al televidente conocer las diferentes posibilidades que tiene de interactuar o acceder en este campo, tanto de manera individual como colectiva.



Gráfico: 7

1.2.13 Noticia curiosa o rara.

No todas las noticias destacadas son importantes y tampoco afectan siempre a personas famosas, sin embargo existen noticias que despiertan interés en algunos sectores del público, a este tipo de noticias se les suele denominar *“pintorescas”*. Su definición surge de la *“anormalidad”* que presenta un hecho, por ejemplo: *“Aseguran haber encontrado el virus de la estupidez”*, *“Árabese divorcia el día de su boda tras ver la cara de su mujer por primera vez”*, estas noticias sin tener un valor destacado, atrapan la curiosidad del público por lo insólito o curiosos del hecho. (Tello. N, 1998: 27)



Gráfico: 8

1.2.14 Noticia deportiva.

Es la que informa de temas relacionados con el deporte en sus diferentes ramas, los mismos que generan opinión pública de ámbito local, nacional o internacional.

Camacho (2010: 188) señala que debido a su alto nivel de especialización, el periodismo deportivo utiliza un lenguaje que claramente se puede diferenciar de otras facetas de la información, e incluso se puede llegar a comparar con el nivel del periodismo económico que es uno de los más especializado entre los segmentos que ocupa en cualquier medio de comunicación.



Gráfico: 9

1.2.15 La noticia de acuerdo a su lugar.

Un hecho importante puede registrarse en cualquier parte geográfica del planeta, pero dependiendo del lugar o lugares en donde se generen se podrán caracterizar en: noticias locales, nacionales e internacionales.

1.2.16 Locales.

Para López (2009: 12) este tipo de noticias son aquellas que se desarrollan en la misma situación geográfica del medio, es decir, estos hechos están íntimamente relacionados con el valor noticioso de la proximidad ya que cuenta con los escenarios directos desde el punto de vista físico, como los económicos (bancos, empresas estatales y privadas), social (municipios, política, policía) y psicológico (iglesia, centro de rehabilitaciones).

Este tipo de noticias generan gran parte de la atención del público de una ciudad, pueblo o comunidad, por estar cercanas al hecho, y las mismas pueden influir en el comportamiento de los ciudadanos. (López. X, 2009: 51)



Gráfico: 10

1.2.17 Nacionales.

Según González (2008: 60) son aquellas noticias que se desarrollan a lo largo y ancho del país al que pertenece el medio de comunicación, las mismas que pueden ser políticas, económicas, sociales entre otras.

Las noticias locales y regionales también pueden llegar a formar parte de un acontecimiento nacional, siempre y cuando gocen con una información de relevancia, la cual llamará la atención del público o si éstas afectan al diario vivir de los ciudadanos, por lo que la cercanía y la proximidad pasarían a un segundo plano (Martini. S, 2000:93).



Gráfico: 11

1.2.18 Internacional.

González (2008: 60) señala que este tipo de noticias recogen los hechos ocurridos fuera del territorio donde el medio cubre las noticias, Camacho (2010: 190) además, acota que para que el hecho llegue al destinatario debe contar con algún grado de relevancia y debe tener un análisis crítico y contextualizado de la noticia, la cual llamará la atención del televidente, sea esta en el ámbito socioeconómico, político, cultural, tecnológico, entre otras.

Según Estremadoyro(2004: 131) los medios televisivos generalmente cuentan con esta información gracias a las agencias internacionales de noticias que trabajan las 24 horas del día, al tener un hecho importante éstas son enviadas vía satélite al medio de comunicación donde el personal recibirá este material para retransmitirlo o para realizar algún cambio, que no debe alterar el mensaje, para luego ser transmitido en su respectivo noticiario.



Gráfico: 12

1.3 Géneros interpretativos.

Las técnicas literarias de la interpretación periodística no se limitan al desarrollo del reportaje interpretativo y de la crónica. Hay otros géneros y subgéneros que también son instrumentos de trabajo para la puesta en acción de este periodismo interpretativo

que se está imponiendo en la prensa de los países desarrollados. Pero ni desde el punto de vista cuantitativo ni desde una perspectiva de ductilidad y eficacia del instrumento, esas otras modalidades periodísticas tienen la importancia que los dos ya señalados. (Reig. R, citado en Albertos. M, 1991: 30).

Salvatierra (2009:165) argumenta que los géneros interpretativos ponen énfasis en ubicar la información en su contexto, para luego explicar las causas, procesos, posibles consecuencias y finalidades; en pocas palabras los géneros periodísticos buscan responder el cómo, por qué y para qué. El género periodístico que cumple más fielmente este objetivo es el reportaje, además podemos adjuntar la crónica y el perfil.

Estos géneros son más personales que informativos por lo que Cortés (2005: 90) afirma que *“hay un mayor protagonismo del autor en la medida en que selecciona, presenta y enriquece los hechos; los relaciona e interpreta con sus antecedentes y consecuencias.”*

Por su parte Sabés y Verón (2009: 37) afirman que el punto esencial de este género es la subjetividad, la misma que explica y argumenta las opiniones presentadas, este género también acepta hipótesis a más de proyecciones de consecuencias futuras, con estos argumentos el periodista busca enriquecer el hecho o la historia que va a presentar, los mayores representantes de este género son el reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica, cabe señalar que en los medios impresos que siguen una línea ideológica y política las opiniones son más visibles.

Finalmente González, López y López (2009: 9), sostienen en su obra *“La entrevista y la crónica”* que *“este género fue incorporado por el periodismo moderno para contrarrestar la influencia de otros medios de comunicación.”*

En conclusión, podemos señalar que los géneros interpretativos buscan ubicar los hechos en su contextualización, para la interpretación del periodista, sea esta de manera explicativa, mediante hipótesis o entrevistas hacia algún personaje o personajes que logran hacer prevalecer su opinión a través de la noticia.

Es así, que este género busca despejar las dudas del público mediante las preguntas del cómo, por qué y para qué y a través de su criterio nos dará a conocer las consecuencias presentes y futuras de los hechos, por lo que la información de actualidad pasará a

segundo plano. Los géneros que representan a la misma son: reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica, los cuales desarrollaremos a continuación.

1.3.1 El reportaje interpretativo.

Este género surge en los años sesenta rompiendo grandes esquemas definidos hasta esos momentos, para Sergio Fernández, el reportaje interpretativo *pretende informar sobre un hecho de actualidad, como lo hace también el reportaje objetivo, pero con la diferencia de que incorpora valoraciones subjetivas.* (Fernández. S, 2007: 123)

Vizuet (2003: 26) por su parte sostiene que este tipo de reportaje se caracteriza por el análisis y la explicación de los hechos sucedidos en la actualidad o de asuntos temporales -ocurridos en días anteriores-, aquí el periodista se manifiesta a través de verbos, adjetivos calificativos y adverbios de opinión. Cabe señalar que según Vivaldi (2006:399) *la materia es la misma; las preguntas básicas a que ha de responder la información, han de respetarse. Lo que varía es el procedimiento.*

Sin embargo, Edo (2009: 134) señala que la honestidad es muy importante, por lo que exhorta que las tesis o puntos de vista editoriales se manifiesten tras un esfuerzo intelectual serio, después de un estudio profundo y considerando algunos factores necesarios para la elaboración del reportaje:

- Conocimiento de los hechos actuales.
- Estudio de antecedentes.
- Valoración adecuada del contexto.
- Análisis cuidadoso de las consecuencias futuras.

Generalmente la estructura del reportaje interpretativo se define de la siguiente manera, por su pasado (los antecedentes del hecho), por su presente (los hechos que forman su contexto) y por su futuro (consecuencias que derivan del hecho), en el cierre se deriva, además, una o una serie de conclusiones (González. E, López. R, López. B. 2009: 9).

Finalmente el reportaje interpretativo según García. (1998: 309), es *el subgénero que supone capacidad de observación de detalles, de reflexión, de análisis, de organización y jerarquización de los hechos y datos, para crear el clímax, mantener el interés y dotar de unidad al texto.*



Gráfico: 13

1.3.2 La Entrevista.

La entrevista periodística es una antigua forma de indagación para conseguir información, la cual se ha ganado un lugar de privilegio entre los géneros massmediáticos-medios de comunicación de masas-. La variabilidad en la búsqueda de información que va desde lo científico a lo informativo, de lo político a lo íntimo y hasta lo obscuro, no deforma la intención de dar a conocer algo y a la vez de hacer un puente más personalizado entre el público y el entrevistado (Arfuch, L. 1995: 23).

Gargurevich(1982: 69) asegura que la entrevista es el género más conocido por el público, pero a veces confundido con el reportaje. La entrevista es ya habitual para el televidente, el radio oyente o el lector, las mismas que serán largas o cortas dependiendo del tipo de medio de comunicación, generalmente, en televisión y radio son de mayor extensión.

La entrevista puede ser considerado como un dialogo entre dos o más personas, según sostienen Echazarreta y García (2011: 294), donde uno de ellos prepara las preguntas con anterioridad, mientras que otro las responde, en este caso corresponde al entrevistado. Además aseguran que *mediante la entrevista, podemos conocer a una persona, cuáles son sus opiniones, sus preocupaciones, su carácter, anécdotas de su vida, por lo que se puede establecer fundamentalmente tres formas diferentes de entrevistas: de declaración, de personalidad y de fórmulas establecidas.* (Echazarreta. J, García. A, 2011: 294)

García y Gutiérrez (2011: 79) consideran que este género es uno de los más complejos y ricos, aunque algunas veces se le degrada en una simple técnica de recabar información, dejando en segundo plano su esencia como un género interpretativo el cual permite al periodista entrar a un análisis y profundizar algún tema o la persona que está creando opinión pública.

Una vez que se ha definido la entrevista, procedemos a conocer los tipos de entrevista, según José Benítez (1983), las clasifica en dos grupos: a) las preguntas que se formulan, a un solo individuo y b) aquellas mismas preguntas que se formulan a varias personas.

Primer grupo:

- Actualidad (busca la opinión de alguna autoridad, sobre un tema de interés noticioso y actual.)
- Personalidad (la entrevista centra su atención en las cualidades personales del individuo y sus puntos de vista.)
- Biográfica (generalmente su narración es cronológica; cuenta características y rasgos destacados del personaje, por lo que la entrevista se centra en su vida y obra.)

Segundo grupo:

Entrevista ó encuesta (obtiene opiniones de diferentes personas de acuerdo a un tema de interés). Estas opiniones pueden ser inquisitivas o valorativas.

a) Inquisitivas presenta textualmente las opiniones de las personas.

b) Valorativas: el reportero utiliza las respuestas de los entrevistados para formar una conclusión valorativa de la opinión general del grupo. (Benítez. J, 1975)

Para los autores García y Gutiérrez (2011:82), la entrevista se limita a partir de la tipología -tipos o clases- lo cual definirá el periodista como: entrevista informativa, entrevista de opinión y entrevista de carácter o de personalidad. Conceptos que ampliaremos a continuación.



Gráfico: 14

1.3.3 Entrevista informativa.

Nos referimos a este tipo de entrevistas cuando el periodista pretende informar sobre un hecho o dar información sobre un tema específico.(García. V, Gutiérrez. L, 2011: 82).

Para González, López y López (2009: 19) cuando la entrevista informativa presenta un contenido concreto, con un lenguaje objetivo y nada profundo, es considerada lineal porque no existe interpretación de los hechos, aquí el periodista pasa a segundo plano donde se limita únicamente hacer las preguntas a testigos, funcionarios, autoridades dependiendo la cobertura con el fin de corroborar información.

Por su parte Suárez (2009: 112) no es lejano al resto de conceptos y señala *“cuando el periodista busca conocer datos, valoraciones, opiniones especializada o simplemente confirmaciones. Este tipo de dialogo tiene como objetivo ampliar o comentar la noticia.”*

Estas entrevistas son conocidas también como **temáticas**, según Armentia y Caminos (2003: 27) caracterizándose por la obtención de datos para la elaboración de alguna historia o información, por lo que el comunicador busca a una persona a la cual se le realizará una serie de preguntas en busca de su opinión o punto de vista sobre algún tema de actualidad y de relevancia.

En el *Manual de Técnicas de Investigación*, Valencia (2005:21) señala que *“la entrevista temática es un método especialmente adecuado cuando no tenemos una teoría exacta sobre el tema, mientras por el contrario estamos expectantes para conocer los nuevos puntos de vista que nos habíamos previsto. Si elegimos este método, los encuestados con frecuencia aportarán más puntos de vista nuevos que los que podamos usar.”*

Tras conocer los conceptos de la entrevista informativa podemos sostener que ésta busca recoger juicios y comentarios de personas especializadas sobre algún hecho de actualidad, con el objetivo de entregar más información que alimente el hecho noticioso.

El periodista será objetivo y por ningún momento emitirá algún tipo de juicio de valor, por lo que pasará a segundo plano, dando prioridad a los comentarios o declaraciones de los testigos, autoridades o representantes de instituciones quienes que conforman el escaparate-arte de presentar de forma adecuada-de la actualidad.



Gráfico: 15 (Reportera de ECTV entrevista al Ministro del Interior, José Serrano.)

1.3.4 Entrevista de opinión.

La entrevista de opinión, por otro lado, busca conocer según García y Gutiérrez (2011: 82), la opinión de algún experto sobre un tema determinado, la cual le llevará a un análisis, interpretación y proyección futura.

Así, tiene como fin presentar, las opiniones, deseos, actitudes, ideas entre otras, de los entrevistados, además Téllez (s/f: 202) asegura que *constituyen el más popular uso de las entrevistas que se manifiestan en los estados de la opinión pública*.

Para González, López y López (2009: 19), la entrevista de opinión o persona idónea, *es la que se hace a alguien que conoce en profundidad un tema de interés. En ella la personalidad del entrevistado y sus opiniones adquieren el máximo relieve*. Así también, Armentia y Caminos (2003: 26) ponen énfasis en la opinión del entrevistado y no en su personalidad. La atención se centra en quien hace las declaraciones, pero sobre todo a lo que dice. Estas entrevistas generalmente se hacen a personas que son expertas o dominan ciertos temas, los mismos que no deben ser estrictamente de actualidad.

Como podemos ver este es un género de menor complejidad y uno de los más usados en los diferentes medios de comunicación, donde la opinión del entrevistado o invitado quien es un experto en determinado tema, es el que genera la atención del entrevistador como del televidente, quienes aguardan un análisis profundo, científico, hipotético y las consecuencias a futuro que conllevaran el hecho expuesto.

Aquí la información noticiosa pasa a un segundo plano ya que el entrevistado puede tocar un tema que no sea de actualidad pero sí de interés para el público, por lo que ni el invitado y ni el tema deberán ser relegados en la calidad informativa.



Gráfico: 16

1.3.5 Entrevista de carácter o de personalidad.

Nos referimos a una entrevista de personalidad cuando la atención se centra en el entrevistado, el cual dará a conocer sus gustos, sus visiones, carácter y forma de ver el mundo (García. V, Gutiérrez. L, 2011: 82).

Según Muñoz, Pérez y David (2012: 164) este tipo de entrevista, describe la vida diaria y de actuar de la persona, a través de una serie de preguntas que realiza el entrevistador.

Con una concepción similar a las anteriores Palacio (2013) señala que esta entrevista *se realiza para captar el carácter, las costumbres, el modo de pensar, los datos biográficos y las anécdotas de un personaje: para hacer de él un retrato escrito*. La entrevista de personalidad o semblanza puede ser aplicada a los medios impresos, radio y televisión.

La entrevista de semblanza busca conocer al ser humano que está detrás de todo lo anterior. El hombre de carne y hueso con sus virtudes y defectos, sus éxitos y fracasos, sus momentos felices y sus desgracias, sus circunstancias: cómo es, qué piensa, por qué razona de esa forma y no de otra, cuál es la influencia del medio en el cual se desenvuelve, su experiencia, cuál su estado de ánimo? (Mira. S, s/f: 01)(citado por (Zepeda. J,: 1993)

En general podemos decir que la entrevista de carácter o personalidad, busca revelar la personalidad del entrevistado, conocer al ser humano que está detrás de la figura pública o autoridad, con preguntas sobre su forma de vivir, anécdotas, momentos alegres y tristes etc. Este tipo de entrevistas son frecuentemente aplicadas en los medios escritos, radiales y televisivos. Los tipos de entrevistas presentadas son las más conocidas y utilizadas en todos los medios sean prensa, radio y televisión, aseguran García y Gutiérrez (2011: 82).

Podemos señalar a modo de conclusión que la entrevista es uno de los géneros más importantes del periodismo interpretativo, el cual busca recabar información de una forma profunda con el objetivo de que el entrevistador pueda analizar, sacar una hipótesis, formarse un criterio y finalmente una conclusión del hecho, sea este en presente o hacia el futuro, es por esto que en la entrevista de personalidad no es necesario tocar un solo tema.

Cabe mencionar que una de las bondades de la entrevista es la generación de diálogo entre dos o más personas, es multifacética; es decir, nos permite ir de un hecho serio hasta una anécdota del entrevistado, lo que nos da la facilidad de poder escoger los temas ya sea para opinión o para saber más de una persona, y en base a eso dividir las de acuerdo a entrevista informativa, de opinión y de carácter o de personalidad. Por eso, se dice que la entrevista ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, si bien ha sufrido cambios en su forma **-dinámica-** no lo ha hecho en su fondo **-objetivo-**.



Gráfico: 17

1.3.6 Etapas para la realización de una entrevista.

Como se expuso anteriormente la entrevista es uno de los principales pilares del periodismo. Los testimonios y comentarios de la gente nos permite tener una idea clara de lo que está pasando en realidad, y al utilizar esos testimonios nos ayuda a que la noticia o entrevista cobre vida o importancia, por lo que es indispensable elegir bien al personaje que consideramos tiene información relevante y que nos puede dar diferentes perspectivas, de acuerdo a la experticia que maneja sobre un tema en particular (Lajas. J, 2009).

Marrero asegura que no existe una técnica acertada que certifique una buena entrevista, para esto es necesario seguir una serie de pasos que nos permita acceder hacia la persona que genera noticia o que es capaz de realizar un análisis profundo. *Todo dependerá de la habilidad del periodista y del estado de ánimo del entrevistado. Puede*

ser que un entrevistado provea una entrevista hoy y que dentro de dos semanas, cuando se requiera darle seguimiento, la persona no quiere hablar y se limite a contestar en monosílabas. (Marrero, O., 2012: 106). El autor, asegura además que existen algunos pasos que se deben tomar en consideración para el buen término de una entrevista:

- a) Determinar tipo de entrevista.
- b) Documentarse antes del diálogo.
- c) Preparar una guía de preguntas.
- d) Coordinar la entrevista.
- e) Preparar herramientas de trabajo.
- f) Hacer la entrevista con diplomacia.

Por su parte García y Gutiérrez (2011: 81) señalan que el secreto para que una entrevista salga de acuerdo a lo planificado es respetar tres etapas que se determinan en el antes, durante y después de la entrevista. Para tener una idea clara nos apoyamos en el siguiente gráfico.

Antes del encuentro con el entrevistado	Durante el encuentro con el entrevistado	Después del encuentro con el entrevistado
<ul style="list-style-type: none"> • Definir el tema y el tipo de entrevista que se realizara. • Elegir al entrevistado y conseguir una cita para celebrar el encuentro. • Documentarse sobre el tema y el personaje. • Delimitar el objetivo de la entrevista. • Elaborar el cuestionario o guión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la entrevista previa. • Aplicar el cuestionario. • Estar atento para hacer contra preguntas y preguntas adicionales. • Tomar apuntes clave. • Grabar la entrevista. 	<ul style="list-style-type: none"> • Editar y producir la entrevista ópara el caso de medios audiovisuales. • Redactar el texto ópara el caso de medios escritos.

Gráfico: 18

Por su parte Mazotte (2013) asegura, que en el quehacer del periodista siempre está la entrevista, la cual es el alma del periodismo y que puede detonar un tema, facilitar la comprensión de un hecho complejo, entre otras. El que la entrevista no sea una ciencia exacta, no le exime de ciertas técnicas que facilitarán el trabajo del comunicador y al momento de dominarlas le podrán convertir en un buen entrevistador:

- **Defina sus objetivos:** saber qué quiere lograr de la entrevista.

- **Prepárese:** Investigue el tema a debatir y a la persona a quien enfrentara en debate.
- **Sepa como preguntar:** a) Evite preguntas cuyas respuestas puedan ser apenas "sí" o "no" (a no ser que quiera confirmar alguna información exacta), y mejor use las del tipo "cómo", "por qué" y "qué". b) Mantenga las preguntas cortas y enfocadas en un solo asunto (uno a la vez). c) Evite hipérbolas o palabras complicadas. d) Mantenga su opinión fuera de las preguntas. e) No intente argumentar con la fuente para convencerla de su versión; en lugar de ello, pídale comentar sobre alguna información que usted sepa que es verdadera. f) Siempre cuestione: ¿cómo sabe usted eso? g) Pregunte sobre temas sensibles sin sonar "combatiivo". h) Pida ejemplos y descripciones, eso ayuda a la fuente a recordar y articular sus respuestas.
- **Conduzca una conversación:** es fundamental mantener una interacción visual y corporal con un entrevistado.
- **Escuche y controle el ritmo:** no cierre la puerta a recibir información más interesante por apresurarse a pasar a la siguiente pregunta. Si hay limitaciones de tiempo, concéntrese en el tema más importante, elija con sabiduría.
- **Haga preguntas a partir de las respuestas:** sea un oyente interesado y perciba cuando las respuestas lo llevan a otras preguntas sobre el tema.
- **Negocie los términos de antemano:** deje claro el propósito y el contexto de la entrevista y procure saber en el inicio las preocupaciones de la fuente.
- **Cara a cara, teléfono, o correo electrónico:** la conversación cara a cara permite que el reportero observe detalles del comportamiento del entrevistado y de la escena que escapan en conversaciones por teléfono o correo.
- Cuando la distancia con la fuente no permite el contacto personal, **use herramientas** como Skype. Al hablar por llamadas online, el uso de webcam tiene la ventaja de permitir que se vea la expresión corporal del entrevistado.

- **La entrevista por e-mail debería ser la última opción.** Pero el medio es válido para agendar la entrevista, hacer preguntas preliminares o verificar informaciones y enviar dudas posteriores.
- **Sea experto pero atreva a ser ignorante:** asegúrese de que entendió lo que significan ciertas expresiones y busque analogías. Si el asunto es complejo y técnico, pida a la fuente que le explique como si estuviera hablándole a un niño.
- **Sea atento después de la entrevista:** de la gracias respectivas al invitado por atender a su petición y siempre es bueno anotar teléfonos, e-mails, direcciones, detalles sobre el local o el entrevistado.

1.3.7 La crónica.

Según Gargurevich (1982: 109) la crónica fue inventada por los historiadores quienes fueron llamados *õcronistasö*, tal como se llaman en muchas oportunidades hoy a los periodistas. La crónica fundamentalmente es un discurso narrativo que cuenta un acontecimiento de una manera cronológica **-del griego, cronos: tiempo-** basada en una serie de recursos de temporalidad, es decir todo lo contrario a como se relatan los hechos en la noticia. (Atorresi. A, s/f: 22)

De acuerdo a la definición de Gargurevich (1982: 116) crónica es *õun relato sobre personas, hechos o cosas reales, con fines informativos, redactados preferentemente de modo cronológico y que, diferencia de la nota informativa, no existe actualidad inmediata pero si vigencia periodística.ö*

Por su parte Hernando (2000: 21) sostiene que la crónica es considerada un género híbrido, debido a que tiene rasgos informativos como interpretativos, pero tiene mayor alcance en el informativo. *õUna información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado.ö*(Vivaldi.M, s/f: 128-129).

Según Edo (citado en Fagoaga, 1982) la crónica *õtiene como fin el análisis y la valoración, es decir, se hace en ella un uso frecuente de datos explicativos y estimativos. Suele dedicarse a un sólo acontecimiento y no profundiza en los hechos.ö*

La crónica como se la conoce hoy, no es un reportaje puro en el que se da información vaga pero tampoco un reportaje interpretativo en profundidad, la interpretación no

es dada el reportero sino los elementos que conforman y dan valor a los hechos. Tampoco se la puede definir como un artículo literario, porque el cronista da la información y el articulista entrega una idea a partir de los acontecimientos, lo valioso es su opinión como autor. En la crónica se entrega el relato noticioso y el juicio del cronista si faltan estos elementos la noticia prácticamente desaparece y la crónica pasa a transformarse en un simple relato histórico. (Edo. C, 2009: 174-175)

Según explica Edo (2009: 175) las crónicas se identifican por tener continuidad, la cual le entrega un vínculo de familiaridad con el espectador, lo cual no existe con otros géneros informativos o existe en menor grado; además este género le permite un vínculo directo con el autor o periodista por que le permite explicar y enjuiciar los hechos.

Para González, López y López(2012: 23) en tanto, el que escribe la crónica tiene una gran libertad a la hora de elaborar su texto ya que puede combinar narración, comentario, diálogo y descripción, por lo que no tiene que someterse a la clásica pirámide invertida y tampoco redactar obligatoriamente una entradilla, excepto que sea la crónica de un corresponsal. La intención de la crónica tiene tres aspectos como es: informar, formar opinión y entretener, puntos que desarrollaremos a continuación.

- **La crónica informa**, a pesar de que este no es su objetivo principal, debido a que los hechos o datos se pueden conocer con antelación. El ingrediente subjetivo de la crónica, significa que el cronista puede desvirtuar los hechos, debido a que a que la veracidad debe presidir siempre cualquier trabajo periodístico.
- La crónica ayuda a los lectores a **formar su propia opinión**, ya que estos suelen hacer suyas las valoraciones de los cronistas, pues, en cierto modo, se identifica con él.
- La crónica **entretiene**, debido a que la variedad estilística, cercana al lenguaje literario, es una de sus características principales.

1.3.8 La estructura de la crónica.

González, López y López (2012: 24) sostienen que *la estructura formal de este género es absolutamente libre; no obstante, en la mayoría de las crónicas podemos distinguir tres partes: el titular, la presentación o entrada y el cuerpo con la conclusión.*

Otra forma de organizar una crónica, de acuerdo a Higuera (2006: 47) es haciendo uso de la pirámide combinada, que consiste en la elaboración de un breve clímax, en el cual presenta lo más importante de la información, a continuación narra los hechos tal como sucedieron y finalmente cerrará con una conclusión.

Otra de las formas que se plantea para la construcción de una crónica es colocar en primer lugar la información de acuerdo al tema de relevancia. Es decir, no debe tener una estructura interna que *"no respete necesariamente el orden cronológico de los hechos ni su secuencia lógica"*. (Clarín, 1997: 30). Entre los elementos que deben constar en la misma se plantea:

La cabeza: contiene lo principal de la información, pero no es un resumen del texto. Debe ser directa, concisa y contundente, debe desarrollar un concepto, a lo sumo dos, por lo que la información debe ser bien enfocada y evaluada, con el objetivo de que la crónica satisfaga las necesidades informativas del público.

El cuerpo: desarrolla la información presentada en la cabeza y puede responder a las seis preguntas (qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué) según la importancia que cada una de ellas tenga en cada caso. Aporta además los antecedentes y los datos necesarios para contextualizar una información. El cuerpo debe articularse como una unidad con principio, desarrollo y fin manteniendo la atención del lector hasta el final.

El remate: debe agregar un elemento informativo atractivo que se articule con la cabeza y puede apoyarse con algunas de las preguntas del (qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué) que lo ayudarán a articular un final original.

1.3.9 Tipos de crónica.

Comparán(2007: 47) señala que existen tres tipos de géneros dentro de la crónica, los cuales se emplean para recrear la atmósfera que produce determinado hecho y son los siguientes:

Crónica informativa: se limita a informar sobre un suceso sin emitir opiniones.

Crónica opinativa: informa y opina simultáneamente

Crónica interpretativa: entrega datos informativos esenciales; pero sobre todo, el autor o periodista interpreta y emite juicios sobre el hecho.

Por su parte Tello (1998: 97) sin alejarse al concepto anterior divide en tres los tipos de crónica, los cuales señalamos a continuación:

Crónica informativa.- hace referencia (a sucesos de la vida cotidiana, policiales, de corresponsables)

Crónica de opinión.- las que transportan narraciones opinativas.

Crónica deportiva.- nos narra con todo lo relacionado al mundo deportivo.

Otros autores, como Bernabeu y González (2011: 51) plantean una mayor diversidad, proponiendo la existencia de varios tipos de crónicas como son: deportivas, políticas, culturales, taurinas, de viajes, de sociedad, entre otras.

Se puede sostener, entonces, que la crónica es un género periodístico muy dúctil; por que le permite al comunicador narrar los hechos de una manera cronológica y le permite a la vez incluir un comentario, diálogo y descripción, por lo que no tiene que someterse siempre a la clásica pirámide invertida.

La crónica es a la vez un género que despierta la creatividad del periodista, debido a que le permite informar, generar en el espectador una propia opinión y finalmente entretener. Para cumplir con estos objetivos la crónica se divide en varios tipos como son: deportivas, políticas, culturales, taurinas, de viajes, de sociedad etc., las cuales buscan suplir las necesidades antes mencionadas por parte del televidente y será éste quien valore el material elaborado por el profesional de la comunicación.

1.4 Géneros de opinión.

Los géneros de opinión se mantienen por lo general dentro del esquema anglosajón, que hace una división binaria entre los textos **story-historia-** y **comment -comentario-**, donde éste último es el predominante por su cualidad de permitir la expresión de una opinión referente a determinado tema o situación. De acuerdo a Edo (2009:65-66) existen dos formatos con personalidad propia como son: el editorial y el artículo o comentario, conocido también en España y otros países como columna. El autor sostiene además que existe otra modalidad, que no es propia del periodismo, pero que tiene un vínculo con las funciones propias de la información de actualidad como es la crítica.

Por su parte Atorresi(s/f: 36) manifiesta que dentro de los géneros de opinión se debe tener en cuenta el punto de vista hacia dónde va dirigida la intencionalidad de la opinión y los define en tres conceptos *ōde opinión propiamente dicha, interpretación y críticaō*, los cuales desarrollaremos brevemente.

Opinión propiamente dicha: se entiende la formulación de un juicio personal y subjetivo sobre un hecho determinado.

Interpretación: Busca relacionar ciertos datos con los hechos, con el objetivo de que el público saque sus propias conclusiones, sin la ayuda del reportero quien manifiesta implícitamente su subjetividad.

Crítica: es la formulación de juicios a través de un experto en el tema desde un análisis aparentemente objetivo, metódico y con fundamentos del acontecimiento.

A raíz de estas perspectivas *ōpueden convivir en cada uno de los géneros de opinión e implican maneras diversas de manifestar la subjetividad.ō*(Atorresi. A, 1995: 36)

A modo de complemento, Llanos (1993: 44) sostiene que el género de opinión también se lo conoce como género formativo, el cual se caracteriza por la difusión de opiniones, puntos de vista, criterios que pueden ser del editor o del periodista. En la mayoría de los medios de comunicación sean estos escritos, radiales o televisivos, se responde a una posición ideológica, doctrinal o política del dueño del medio, que busca generar una reacción del público hacia determinado hecho mediante el mensaje.

La estructura de las noticias de opinión se basa principalmente en el discurso, la exposición con el objetivo de persuadir y de dirección social, se puede encontrar entre los exponentes más importantes de este género: **a)** Editorial (del medio o de responsabilidad personal);**b)** Comentario;**c)** Columna **yd)** Artículo. (Llanos. S, 1993: 44)

De acuerdo a lo planteado por Echazarreta y García (2011: 145) exponemos a continuación de manera concisa una definición de cada uno de los géneros de opinión.

1.4.1 Clasificación de los géneros de opinión.

Editorial.- su contenido es netamente responsabilidad del director y de quienes forman el consejo de redacción. La misma que sabe aparecer sin firma, apoyada en un tema de actualidad y representa la ideología del medio.

Columna.- es un texto casi parecido al de opinión, el mismo que contiene un tema de actualidad, es un comentario firmado. Los columnistas de esta sección generalmente son personas de prestigio y que colaboran siempre para el medio.

Artículo.- aquí el autor del texto desarrolla su punto de vista sobre cualquier tema. El autor siempre firma el mismo y se hace responsable del contenido.

Comentario.- el comunicador cuenta y comenta lo que está sucediendo y es considerado uno de los géneros más delicados por lo que el periodista debe especializarse para analizar profundamente un tema.

Según el manual de estilo de RTVE. (s.f.). *“Directrices para los profesionales”*, en la televisión el género de opinión más utilizado es **el comentario**, considerado *“como interpretación valorativa sobre la actualidad, el comentario se presenta en forma de monólogo breve sin otro complemento sonoro que el texto elaborado por el propio comentarista.”*

1.4.2 Características lingüísticas.

Para que este género y otros géneros de opinión causen el impacto necesario en el público, según explica Echazarreta(2008: 222) los medios de comunicación o el periodista establece ciertas características o formas lingüísticas que veremos a continuación.

Presentación del emisor: utiliza generalmente la primera persona del singular dando mayor subjetividad *“Yo pienso queí ”*; la primera persona del plural, haciendo participe al receptor mediante el razonamiento *“Pensemos queí ”*; o de manera impersonal, para generalizar más reflexión *“Se piensa queí ”*

Interpelar al receptor: se produce cuando el emisor capta la atención del receptor con la ayuda de vocativos *“Piensen, estimados lectores, queí ”*, de las interrogantes retóricas *“¿Acaso es posible definir la literatura?”* y de las exclamaciones *“¡Magnífica revelación!”*.

Presencia de la opinión del emisor: busca justificar la presencia de adjetivos valorativos o explicativos, de adverbios y narraciones que introducen manifiestos de duda o probabilidad a través de la opinión *“Tal vez debemos reflexionar acerca deí ”*, y con el uso de palabras con una fuerte carga de valor connotativa.

Presencia de opiniones opuestas: la inserción de ideas contrapuestas permite el uso de marcadores textuales que revelen oposición o contraste (*No obstante, por el contrario*) y de oraciones disyuntivas, concesivas y condicionales (*pero, aunque, si*)

A raíz de lo expuesto, podemos sostener que los géneros de opinión se caracterizan por la exposición y la argumentación del pensamiento de una persona o medio de comunicación con el objetivo de persuadir al público o la sociedad y generar una reacción hacia determinado hecho mediante el mensaje. Para esto los medios cuentan con diferentes herramientas como son la editorial, el comentario, la columna y el artículo. La opinión de la mayoría de los medios de comunicación sean escritos, radiales o televisivos, responden a una posición ideológica o política del dueño del medio y para llegar a la opinión de los receptores se utilizan diferentes tipos lingüísticos como, interpelar al receptor, la presencia de la opinión del emisor y la presencia de opiniones opuestas, que buscan despertar el razonamiento del público.



Gráfico: 19

Capítulo 2

LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA

2.1 El jefe de información.

Los espacios informativos de un medio de comunicación son el soporte de las opiniones ofrecidas por una empresa especializada en comunicación, la cual determinará el público, el lugar y el momento. *Las ediciones o emisiones de los medios constituyen, pues, productos que se fabrican pensando en satisfacer necesidades que la empresa ha detectado en la sociedad que actúa.* (Manfredi. J, 2000: 29)

Los lectores, oyentes, televidentes se convierten en público y consumidores de las empresas que le ofrecen el servicio de noticias, opinión e información, géneros que conforman el mercado informativo, cabe considerar que el término mercado hace referencia al entorno en donde se desenvuelven compradores y vendedores de servicios. Es así, que para que este mercado funcione se necesitan de tres factores: demográfico (lugar donde se desenvuelven las personas), económico (poder adquisitivo) y finalmente el psicológico (deseo de comprar). (Manfredi. J, 2000: 29)

Para que la empresa cumpla con estas expectativas, de acuerdo a lo planteado por Rincón (2001:89) se debe contar con una serie de personas profesionales que cumplirán diferentes funciones como: *el sonido; la imagen, el periodista, la administración de recursos, el arte, el diseño, la informática, la ingeniería entre otros. Todos integran el equipo global del noticiero que consta de directores, jefes de noticias, realizadores, libretistas, presentadores, técnicos, redactores, asistente del estudio, entre otros,* con el fin de elaborar la información o la noticia que será el producto final.

Burgueño (2008: 268) por su parte asegura que para que un medio de comunicación en sus programas noticiosos alcance el prestigio dependerá de la responsabilidad de la figura anglosajónica del editor (que en el español se traduce como director o editor), como señala Sissela Bok, *partiendo de un segundo concepto de la palabra editor totalmente en desuso, que se utilizaba hace dos mil años* (Bok, S., 1998).

Burgueño (2008: 268) además acota que el *õEditorö*, del latín *ex dato* (*õdar fueraö*), es en su primer sentido, aquel que agrupa material, clasifica lo que se va a usar, corrige errores y se ocupa de la presentación del producto final que se va a presentar (o dar hacia fuera)ö.(Burgueño. J, 2008: 268)

De acuerdo a Manfredi(2000: 117) en el medio televisivo el editor es el responsable del noticiario, función similar al que cumple el director de un medio impreso. El director no cumple funciones de gestión, sino de ordenar el trabajo en el tema de la redacción.

Así, la importancia de la dirección de un programa informativo según Manfredi (2000: 117) quien cita a Tallón.(1981), radica en que *õno se trata de un director técnico al uso, ni mucho menos del responsable de una planta de fabricación. A un participando de las notas profesionales de estos sujetos, la ley le confiere un poder típico de representación de la empresa periodística a al que sirve, cuya extensión no viene determinada por la voluntad del empresario, si no por el propio ministerio de la leyö*, es decir, que el director es el responsable de lo que saca y si existe alguna violación al derecho de alguna persona o institución será él quien dé la cara ante cualquier situación legal o moral. Es por esto que el director debe ser el principal *õguardabarreras* o filtroö de la noticia y opinión que presentara en su nota periodística.

Esto no significa que el director de noticias deba trabajar de manera aislada, si bien sabe lo que quiere presentar y dar a conocer al público, también es una persona que necesita administrar los recursos y recibir ideas por parte de su equipo, por lo que es recomendable que siempre se lleve a cabo la reunión de consejo de redacción, espacio en el cual se seleccionan las noticias que componen la actualidad y que marcarán la pauta del noticiario. En esta reunión participan el director del informativo, jefes de área, editores, productores y el equipo de reporteros quienes al final de la misma se les distribuirá las coberturas necesarias para sacar adelante el noticiario sin descuidar su calidad, a la vez se distribuye el trabajo para el resto de equipos quienes conformaron la reunión de consejo para su apoyo en la elaboración de la información que será el producto final de un noticiero. (Fombona. J, 1997: 188)

Los jefes de las diferentes aéreas de la información están conscientes que deben negociar entre ellos para seleccionar qué informaciones se darán a conocer y formarán parte del guion. El editor, por su parte, tiene que ir más allá de los intereses particulares y de la defensa de la información que hace cada equipo, por lo que él, con un criterio

amplio y pensando siempre en lo que realmente le interesa a la audiencia, le corresponderá definir el formato que adoptarán las noticias en el telediario, como directos, leídas, notas etc. (Pérez. G, 2010: 171)



Gráfico: 20 (Consejo de redacción ultima detalles de sus coberturas.)

Según Vázquez (2009: 124) los jefes de información, deciden lo que sale a la luz y lo que no, deciden también el orden y la dimensión de la noticia, reportaje o cuál será el género. Este tipo de selección lo convierte en el gatekeeper o reportero, figura encargada de vigilar y coordinar los diferentes procesos de la producción de noticias, iniciando desde la distribución de los equipos de trabajo (reportero y camarógrafo), hasta el momento de dar la valoración final la cual indicará el orden de publicación en noticiero.

El gatekeeper, también tiene que saber lidiar con las políticas del medio, sean estas ideológicas como estructurales; cuando hablamos de estructurales hacemos referencia a las limitaciones de recursos tanto técnicos como humanos y el inexorable factor tiempo. Generalmente el director de noticias decide la noche anterior o a primera hora las coberturas que se van a realizar y los lugares donde se movilizarán los reporteros por lo que es necesario una planificación adecuada para optimizar los recursos y contar con el material noticioso. (Vázquez. M, 2009: 125)

El gatekeeper debe tener presente, además, que existen tres tipos de fuentes de información los cuales dan inicio a la elaboración de la noticia y debe finalizar con la transmisión las mismas que son: la realidad como fuente de explosiones, noticias naturales el contexto social de la noticia y la agenda-setting o agenda de medios. De igual manera el gatekeeper analiza la información recabada con el objetivo de convertirlo en noticia según los cuatro tipos de eventos susceptibles de serlo (Gomis, 1991); eventos explosivos (sucesos únicos, catástrofes, etc.); eventos apariciones, que son sólo noticia en el momento de su difusión mediática (declaraciones, conferencias,

actos culturales y deportivos, etc.); eventos resultados, cualquier otro evento noticioso (ruedas de prensa); eventos desplazamiento (reacciones políticas, llegadas de jugadores al aeropuerto, etc.). A partir de esta clasificación el gatekeeper debe decidir por qué evento puede generar noticia. (Francés. M, Gavaldá. J 2014)

Para Estremadoyro(2004: 87) por su parte los jefes de informaciones deben realizar un cuadro de comisiones el cual utilizarán como guía de lo que deben realizar los equipos de cobertura, esto con el objetivo de cubrir los diferentes frentes noticiosos de acuerdo a los recursos humanos (personas) y técnicos (cámaras, micrófonos, entre otros) con los que cuenta el medio. Este cuadro de comisiones debe ser conciso y preciso, de tal manera que el editor de turno sepa lo que tienen que realizar con el equipo de reporteros y las coberturas más importantes del día, las cuales se basan en dos tipos de cobertura.

Las esperadas, planeadas o programadas: son las coberturas programadas, los seguimientos informativos, y la búsqueda de información por iniciativa propia. Este tipo de actividades se las realiza en la noche anterior mediante un precuadro, el cual servirá como base para la elaboración del cuadro definitivo.

Las inesperadas: estas ponen a prueba la inmediatez del equipo para dar la cobertura al acontecimiento y obligan a alterar el cuadro de comisiones. Estas llegan al conocimiento del jefe de información mediante **a)** por aportes ajenos o colaboración del público; **b)** por rastreo o escaneo de frecuencias radiales (policía, bomberos); **c)** por noticias del exterior que pueden tener repercusión local; **d)** por emisiones de medios radiales y televisivos. Para la cobertura de este hecho se necesita la verificación de la misma, decisiones y búsquedas complementarias.

Según Fombona (1997: 179), en los equipos encargados de la narrativa de la televisión se encuentran:

- Los referentes sujetos / actores aludidos por los hechos del discurso de la noticia.
- Los realizadores de formas audiovisuales y redactores del contenido textual narrado.

Para este estudio nos enfocaremos en el segundo equipo, en el cual se ubica el Redactor-jefe, el mismo que puede asumir las funciones de la dirección del equipo técnico para la elaboración de un programa informativo. Entre sus responsabilidades esta dirigir y

coordinar su redacción literaria y gráfica, con el objetivo de orientar la noticia, además tiene la facultad de distribuir o designar las coberturas a cada uno del personal que tiene a su cargo sin descuidar los resultados, presupuestos y la evaluación de su equipo.

2.1.1 Funciones del jefe de Información.

De acuerdo a lo señalado por Fombona (1997: 182), el redactor como jefe del equipo de noticias, es la autoridad responsable del trabajo. Por tal situación le compete:

- Explicarle al camarógrafo sobre la información y los aspectos más sobresalientes de la misma.
- Hacer las indicaciones que considere oportunas cuando se está desarrollando el hecho noticioso.
- Cualquier tipo de puntualización pertinente de acuerdo a las circunstancias de tiempo que se disponga.

Por su parte Hersh(1998: 181), sostiene que el director o productor de noticias tiene las siguientes funciones:

- Encargar al reportero el o los acontecimientos que debe cubrir.
- Realizar las llamadas necesarias (autoridades, dirigentes, testigos, entre otros.) para obtener toda la información necesaria.
- Determinar las fuentes que van a ser entrevistadas para recabar la información que se está buscando.
- Cuando no se cuenta con un productor de campo o un asistente de noticias: el reportero decide la manera como se graficará la historia y coordina con el resto del equipo.
- Realiza el proceso de investigación antes de salir a la cobertura y grabarla.
- Sugiere las locaciones para grabar la entrevista, pero generalmente el que decide esto es el camarógrafo y el técnico de sonido.
- Realiza el guion.
- Revisa las grabaciones con el editor y camarógrafo.
- Colabora con el editor, si cuenta con el tiempo necesario, para elaborar el reportaje.

El "Manual de Recursos Humanos" emitido por la Universidad de Panamá (2012), asigna el cumplimiento de las siguientes tareas al Director de Noticias:

1. Selecciona diariamente el material noticioso que cubrieron los reporteros en los distintos eventos.

- Revisa todo el material que ha sido cubierto por los reporteros.
- Selecciona la noticia a difundir de acuerdo a su importancia, actualidad, tema, beneficios para la institución, entre otras.
- Edita el material noticioso de manera que la información sea ágil y efectiva.

2. Coordina diariamente la transmisión de eventos de relevancia dentro o fuera de la institución.

- Efectúa reunión con los técnicos y autoridades para lograr la efectividad y eficiencia de la transmisión.

3. Prepara semanalmente informe al Director de la emisora sobre la producción noticiosa.

- Revisa todas las noticias que fueron difundidas.
- Selecciona aquellas que se consideran más relevantes.
- Prepara el informe.

4. Coordina mensualmente con el director del medio la confección del presupuesto de la televisora para cubrir las necesidades de los noticieros.

- Reuniones con el director del medio.
- Calcula los gastos en un período determinado (gastos de personal, movilización, útiles, equipo, etc.).
- Prepara el presupuesto.

Para que el trabajo se desarrolle con normalidad el director de informativos debe mantener un contacto cercano con su reportero en el momento que desarrolla una tarea específica, en donde examinarán el propósito que cumplirá la nota antes de realizarse (fuentes de información, duración del reportaje, perspectivas como serán presentados los hechos, etc.), el mismo que será supervisado constantemente durante su desarrollo, según sostienen Lavine y Wackman(1992: 215-216), Ante esto se presentan las siguientes sugerencias:

- Cuando se cuenta con un reportero con poca experiencia, el director de informativos utilizará la táctica anteriormente mencionada y a corto plazo

centrándose en pequeñas unidades de acción deberá estar constantemente informado de su evolución con el objetivo de conseguir una incorporación rápida a los cambios y necesidades de la empresa.

- Si se tiene a un reportero que cuenta con la suficiente experiencia, el director de informativos analizará la posibilidad de que se encargue de otros reportajes en lugar de enfocarse en una sola noticia. *öEl director formulará sugerencias y críticas sobre la perspectiva general del encargo asumido por el reportero, en lugar de controlar y comentar acciones específicas.ö*



Gráfico: 21 (Luis Carlos Vélez, (D).Director de Noticias de Caracol Televisión ó Colombia.)

A raíz de lo planteado anteriormente, podemos señalar que el Director de Noticias, el Jefe de Información, el Productor de Noticias o el Gatekeeper, tiene el compromiso de sacar adelante a la empresa de comunicación a la que se debe, ya que sobre él recae una serie de responsabilidades como la producción diaria de diferentes tipos de materiales noticiosos e informativos. Para esto tiene a su cargo un numeroso equipo de trabajo con el que deberá coordinar diferentes actividades con el objetivo de sacar un noticiario. Además, es deber del director de noticias lograr generar credibilidad entre el público, pues son ellos los consumidores del producto final.

El Director de Noticias es la persona responsable de buscar la información, generar la agenda de coberturas, seleccionar las noticias, coordinar los presupuestos para las coberturas, mantener un estrecho contacto con sus reporteros, seleccionar lo que aparece en pantalla durante un informativo, entre otras tareas. Generalmente este personaje tiene un alto nivel de conocimiento en el ámbito periodístico y es el representante de su equipo de trabajo; es decir, es responsable por cada miembro de su equipo frente a la empresa de comunicación, con la cual también debe cumplir de acuerdo a la ideología y política de la empresa.

2.2 Criterio periodístico.

Para definir el criterio periodístico partamos primero por entender el trabajo del periodista, Cuesta y Cárdenas (2011: 22) aseguran que es el profesional que tiene la capacidad de contar la realidad, pues son los medios quienes brindan la posibilidad de conocer lo que sucede en el mundo al cual los espectadores no pueden acceder de una manera directa; esta información recabada y transmitida permite a las personas conocerse y conocer el medio donde se desenvuelven y de esta manera organizar su vida en el ámbito privado y participar en la vida pública, los medios de comunicación en ese orden forman el lugar de verificación de los mensajes recibidos.

La Real Academia Española define periodista como *la persona que tiene por oficio escribir los periódicos*, conceptualización que no abarca la realidad del quehacer del periodista ya que no sólo busca, sino que construye, busca y genera la información de acuerdo a su estilo con el que pretende generar sensibilidad, sensaciones y reflexión en el receptor generando de esta manera opinión pública. (Cuesta. O, Cárdenas. G, 2011: 22)

De acuerdo a Iñigo y Belén (s/f: 02) el periodista se transforma en el emisor y el público pasa a ser el receptor, pudiendo darse que el mensaje se vuelva repetido, impersonal y con poca retroalimentación. Sin embargo, la comunicación presenta algo de la realidad, y entre esa realidad y el receptor están los medios, por tal motivo a los comunicadores o periodistas se los conoce como mediadores, debido a que seleccionan parte de la realidad, procesan la noticia y la presentan al receptor.

Con el pasar del tiempo el criterio periodístico ha evidenciado la jerarquización ineludible de las noticias en el escaparate de la actualidad que es la presentación de un medio de comunicación. Cuestiones de espacio y de tiempo han sostenido una realidad fragmentada y han generado un código paralingüístico-elementos que acompañan a las emisiones lingüísticas y que constituyen señales e indicios, normalmente no verbales - que ha servido para oír, ver o escuchar el mundo en un ejercicio de abstracción - prescindir de, dejar aparte - de los vacíos de información. *Instrumentos como las secciones y los titulares en la prensa, las cortinillas en el telediario o las ráfagas en la radio, han servido para recomponer el discurso mediático y reducir la complejidad que supone el atrevimiento de simplificar la realidad para decirle a ese lector objetivado*

qué es lo más importante que debe saber para tener una visión global de la actualidad. (Lara. T, 2010: 88).

En este proceso de poder presentar la realidad se debe considerar los criterios de noticiabilidad periodística, que según Ortells, podrían definirse *como una serie de criterios, valores, recursos y estrategias de producción informativo que establecen si un hecho puede convertirse en noticia o no* (Ortells citado en Casero, 2008: 193), es decir; un conjunto de pautas que siguen los medios de comunicación para realizar una adecuada selección de la información con el objetivo de economizar tiempo y recursos. Los criterios han ido evolucionando con el tiempo para adaptarse a las actuales necesidades del público y de los propios medios de comunicación.

Por otro lado, están quienes plantean que la noticia es el resultado de un proceso discursivo que elaboran los medios a partir de la información recopilada por el periodista con sus diferentes fuentes, con el objetivo de entregar un producto a su público mediante el género elegido para esa información. (Amado. A, 2010: 44). Sin embargo, cabe considerar que no todas las noticias son publicables.

Los periodistas saben que la noticia es el objetivo en el trabajo informativo de los medios de comunicación. En la actualidad, sin embargo, la creciente información que se genera día a día hace que ésta tenga que ser segmentada pensando en los intereses del público, quien es el receptor del producto final. Por esto sostenemos que no toda información es noticia y es el periodista, o el jefe de información, quienes frente a esta situación debe considerar ciertos criterios periodísticos a más de ciertos valores de noticiabilidad como son: novedad, oportunidad, proximidad, prominencia, correspondencia, entre otros, para definir lo que se transmitirá como noticia. (Villamizar. G, 2005: 85).

Según Pérez (2010: 171) los criterios de inclusión de noticias en el informativo son ligeramente distintos de los de su selección, en las diferentes aéreas informativas donde se elabora el material noticioso se valoran las informaciones recopiladas por los reporteros de acuerdo con criterios estrictamente profesionales, mientras que en la reunión editorial se tiene en cuenta otros criterios relacionados al ritmo del programa como oportunidad política, competencia con otras cadenas informativas, posible incidencia comercial, en fin, varios aspectos que pueden afectar la línea editorial del medio.

Como podemos ver el criterio periodístico es una cualidad que el jefe de información, el periodista, los jefes de redacción entre otros, van desarrollando o reforzando en el tiempo, pero que también se encuentra ligado al denominado newsmaking-construcción de la noticia- relacionado con el estudio de cómo producir la noticia, *“suprime la simplificación de las explicaciones de una tarea compleja y permite herramientas útiles para analizar la relación entre la imagen y la realidad social que construyen los medios, la organización y la producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales. La elaboración técnica que da cuenta el newsmaking es fruto de profundos trabajos de investigación etnográfica, con técnicas de observación participante, que incluye la descripción, interpretación y sistematización de la tarea periodística en el interior de los propios medios.”* (Martini. S, 2000: 77)

Según Oliveira (2009: 141), el newsmaking se encarga de la noticiabilidad, recoge un conjunto de criterios, operaciones e instrumentos para seleccionar unos cuantos hechos de la gran variedad de material informativo con el que cuenta para transformarlo en noticia. Su aplicación se fundamenta en los valores de la noticia, el cual sistematiza el trabajo en la redacción. Se contextualiza en el proceso productivo, adquieren significado y función, y se convierten en datos evidentes para los profesionales que están en el proceso: el llamado sentido común de las redacciones. *“Es decir, cualquier periodista sabe decir qué es noticia y que no lo es de acuerdo al sentido común.”*

2.2.1 Argumentos del criterio periodístico.

Peralta (2012: 131-132) plantea que la noticia tiene su razón de ser y en este marco los profesionales han desarrollado una serie de argumentos a base de criterios periodísticos y otros factores ajenos al hecho noticioso que influyen en el producto comunicacional. Una aproximación a los criterios y factores pasan por las siguientes premisas:

- Criterios y factores se complementan; no deben entenderse de forma individualizada. No hay un sólo criterio y factor que condicione la noticiabilidad, si no que en el proceso de construcción de la noticia intervienen varios factores, elementos y circunstancias. En función de si predominan unos más estrictamente periodísticos u otros de distinto tipo la información será de mayor o menor calidad.
- Los criterios periodísticos no son invariables, si no que estos han evolucionado en el tiempo. Es verdad que algunos son intrínsecos -esenciales-, debido al hecho

informativo, novedoso, conflictivo, etc. Pero el uso de ellos varía de acuerdo al periodista. Por ejemplo, el concepto de inmediatez en la actualidad es muy distinto al de hace 25 años, cuando las redes sociales y el internet estaban en proceso de formación. Hoy están totalmente desarrolladas en nuestro medio, todo es inmediato y por ende la noticia también, sin importar el lugar geográfico.

El autor sostiene además que los criterios periodísticos son los más utilizados y garantizan la calidad de la noticia del medio de comunicación; además, estos deben predominar en cualquier proceso comunicativo o género informativo, siendo los más utilizados en televisión los siguientes:

- La novedad
- El conflicto
- El impacto y la trascendencia social
- La calidad periodística visual
- Accesibilidad a las noticias: fuentes de información y redes sociales.

Así también existen los criterios extra periodísticos, que influyen en la elaboración de la noticia en televisión, si bien no afectan de una forma decisiva en los criterios periodísticos debido a que son de orden técnico, formal y más alejado al hecho periodístico, pero su práctica rutinaria obliga a tenerlos en cuenta:

- Factor empresa: la noticia es el producto final de la institución por lo que el factor económico y laboral de la empresa será determinante en el resultado.
- Línea editorial: la mayoría de medios disponen de códigos deontológicos o de ética que tienen que ser respetados para no violar derechos a más de tener presente la ideología y política del medio los cuales pueden también determinar el producto final.
- La noticia en el marco del teleinformativo: la noticia es un fragmento de la realidad social, por ende un programa informativo tiende a buscar cierto equilibrio en los contenidos como en las expresiones de su noticia. El acceso a la información es plural y diversa por ende el noticiero debe presentar noticias variadas no solo los grandes accidentes o catástrofes conforman la noticia, sino también el ámbito cultural que aporta al conocimiento y a la reflexión de nuestro entorno.(Peralta. M, 2012: 151)

Por otro lado, Amado (2010: 46-47) sostiene que cuando un suceso es informado al medio de comunicación o directamente al periodista, él deberá evaluar de acuerdo a su criterio si el hecho se ajusta a su rutina periodística. A continuación, señalaremos algunos de los criterios a utilizar.

Por su calidad periodística:

- **Contenido de la noticia:** aquí se encuentran los valores de la noticia de importancia e interés: grado y jerarquía de los personajes implicados en el acontecimiento noticiable; impacto sobre la nación y el interés nacional, cantidad de personas implicadas en el hecho; importancia y significación del acontecimiento respecto de la evolución futura de una determinada situación.
- **Cualidad del producto informativo:** tiene que ver con la importancia de las cuestiones formales. Incluye disponibilidad del material y accesibilidad técnica del periodista al material informativo, respondiendo además a la exigencia de brevedad, novedad y calidad, equilibrio que debe tener toda noticia.
- **Adecuación al medio:** la posibilidad de contar con un material que se ajuste a las necesidades del medio en que va a ser transmitida puede ser más relevante que su argumento a la hora de decidir su publicación: buen material visual; excelente coordinación entre el acontecimiento y los tiempos del medio; formato adecuado a la secuencia narrativa que solicita el medio; oportunidad de envío (tiempos de cierre).

Por su competencia entre medios: dentro de este criterio se encuentran las primicias o las exclusivas. Las primeras son las noticias que presenta con antelación al resto de medios. Las exclusivas son las informaciones que únicamente se dan a un medio.

Por el interés que pueda tener para el público: La noticia es valiosa cuando se informa de asuntos de interés para las audiencias, como son el caso de las llamadas noticias de servicio o comunitarias, por ejemplo: problemas en el tránsito, horarios, novedades barriales. Éstas entran en la categoría de ñotas de colorö, las mismas que ocupan temas menores o anécdotas, ya que descomprimen la tensión que se ha creado a lo largo del informativo.

De acuerdo a Clauso(2007: 83-84) para que el jefe de información pueda dar su visto bueno a una noticia y la misma forme parte del minutaje -guion- tiene que evaluar la

presencia de ciertos criterios periodísticos y de noticiabilidad, los cuales no se alejand el criterio del periodista o reportero anunciados anteriormente.

El periodista no labora solo en la redacción, debe existir un consenso entre el jefe de información y el periodista para que la información recolectada se convierta en noticia, así, se debe definir su extensión y la profundidad de tratamiento del tema de acuerdo a los siguientes criterios que nos presenta Ortells(2008: 05-04).

- **Novedad:** si el hecho no ha sido emitido en otros medios tiene más posibilidades de convertirse en noticia. En este se contemplan las exclusivas y las noticias de última hora.
- **Conflicto:** al público le interesan las confrontaciones y los conflictos en los que se perfila un vencedor y un perdedor, aquí se suele dar las noticias políticas para hacerlas más apetecibles. Las noticias que afecten a los ciudadanos de manera negativa generalmente son informaciones de primer orden en los telediarios.
- **Noticias con interés humano:** busca la emotividad del televidente.
- **Notoriedad:** aquellas personas que son conocidas públicamente, mientras más famosas son tienen mayor posibilidad de protagonizar una noticia. En estos casos los periodistas se basan en el poder, el reconocimiento profesional y en la popularidad para determinar el grado de popularidad.
- **Proximidad:** no sólo se refiere a la proximidad geográfica, sino también a la ideológica y la política. Será prioritario cubrir aquellos hechos que afectan directamente al público objetivo de los diferentes medios.
- **Impacto y trascendencia social:** mide la intensidad del efecto que produce la noticia en la sociedad y las posibles consecuencias. Son noticias de interés público que afectan directamente a todos los miembros de la sociedad, por ejemplo, cifras de desempleo. Por tanto, los atentados y los accidentes se convierten en noticia.
- **Calidad del material audiovisual:** este criterio cambió en los últimos años. En televisión la imagen es un factor indispensable para poder contar cualquier tipo de información, sin imagen es casi imposible que un hecho pueda llegar a convertirse en noticia. Pero si trata de un hecho de última hora, las televisoras buscan alternativas para poder exponer esa información. Ahora, la tecnología puede ofrecer imágenes de un hecho noticioso casi al instante aunque se haya producido al otro lado del mundo. YouTube y otras redes sociales se

convirtieron en un aliado valioso para los medios audiovisuales. Ahora bien, la calidad de la imagen, que hasta la fecha siempre fue un factor importante para determinar si una noticia podía emitirse o no, ya no es condición imprescindible para ser emitida. Se privilegia el testimonio en primera persona, los vídeos hechos con un teléfono móvil o una cámara doméstica también se convierten en material muy preciado para confeccionar una pieza informativa.

- **Accesibilidad:** todo lo que suceda dentro de los límites de desplazamiento del medio podrá convertirse en noticia con mayor facilidad.
- **Continuidad del hecho:** son las llamadas «developing news» o noticias en secuencia, que generarán piezas informativas en los días sucesivos que irán perdiendo posiciones dentro del guion en comparación de las informaciones nuevas.
- **Equilibrio temático:** una vez realizada la selección de temas, el jefe informativo realizará una segunda clasificación en la que noticias de una misma sección competirán entre ellas, el fin es conseguir un equilibrio temático dentro de la escaleta «guion».
- **Dimensión del hecho:** cuanto más espectacular es el hecho más posibilidades de convertirse en noticia, especialmente si se trata de desastres naturales, accidentes que implican a muchas víctimas.
- **La idea de progreso:** noticias en las que se muestran avances que beneficien a la humanidad.

En conclusión, podemos decir que el criterio periodístico, es el juicio que tiene el informador para discernir, clasificar o relacionar una cosa a partir de la cobertura e investigación de temas de interés público los mismos que deben ser contrastados, sintetizados, jerarquizados y publicarlos con el objetivo de informar y constituir una opinión pública.

Si bien el criterio periodístico ha ido evolucionando con el pasar del tiempo y a la vez ha jerarquizado en el proceso de construcción o la elaboración de las noticias que formarán parte del escaparate noticioso de cualquier medio de comunicación, el periodista como el jefe de información tienen la obligación de desarrollar este sentido además de respetar ciertas reglas y normas del periodismo el cual les permitirá clasificar y desarrollar lo que es noticia e información, objetivo fundamental al que apuesta toda empresa de comunicación.



Gráfico: 22 (Jefe de información y reporteros durante la selección de Noticias.)

2.3 Las fuentes de información.

Los periodistas hoy en día tienen la capacidad de especializarse en diferentes aspectos que ofrece la rama de la comunicación, lo que le permite adquirir jornada a jornada, una mayor experiencia y a la vez un dominio total de la materia que manejan. Esta especialización le permite familiarizarse con todo lo que le rodea, aumentando además el vínculo con la gente, quienes serán de mucha ayuda para poder desarrollar sus actividades y se convertirán en fuentes de información. Por otro lado, puede darse el caso que sin buscar la noticia, ésta llegue a él. Para lograr obtener la noticia, el periodista debe acudir a todas las personas, recurrir a los diferentes lugares donde le suministren, adicione o completen la información para elaborar la noticia. *La labor periodística es de investigación, de observación, de análisis, de evaluación y, gracias a ello, encuentra en todo momento situaciones propicias para lograr las noticias que busca.* (García. J, 1980: 332-333)

Otras circunstancias como la pérdida de la agenda de contactos, según Clauso (2007: 201), puede ser un verdadero problema para mucha gente, pero en el caso del periodista suele ser una pesadilla. La agenda va más allá de una simple guía telefónica, la agenda representa el contacto metódico y de confianza de las fuentes. Pero esta es sólo una parte que los medios utilizan para acceder a la información. Cuando un periodista se refiere a las fuentes, generalmente habla de las personas que pueden entregar datos reveladores de acontecimientos. Pero esta no es la única manera de obtener información; las notas periodísticas son igual de importantes y nutridas sea el canal por el que viajen, por lo que reciben también la denominación de fuentes de información.

Hemos revisado anteriormente que el primer paso para la producción de la noticia es la recepción y recopilación de la información, la cual debe contener algún acontecimiento

que el medio conoce con anticipación o sobre el que obtiene detalles por intermedio de alguna persona cercana con el acontecimiento. En este sentido las fuentes de información son fundamentales en el desarrollo del acontecimiento para dar paso a la noticia. No es muy común ver que los periodistas sean testigos directos del o de los hechos y, por tanto, necesitan recurrir a otras personas o instituciones para acceder a la información, la misma que le permitirá construir su relato periodístico. *La fuente informativa es el canal personal o institucional que suministrara datos sustanciales o complementarios por ser protagonista o conocedor de los entresijos-oculto- del acontecimiento.* (Vázquez. M, 2009: 89). Ante esto, el periodista debe tener la capacidad de explicar la realidad del suceso a través de la observación directa y de la indagación de fuentes reales, las cuales les proporcionará información sobre las causas y consecuencias, con este contenido procederá a la redacción de la información que le dará paso a la obtención de una noticia que debe ser clara, interesante y actual. (Vázquez. M, citado en Mencher, 2000: 42)

Según Alsina (1991: 50) las fuentes son fundamentales para la producción de noticias, transformado al discurso periodístico como en un ámbito **polifónico-conjunto, armonía**-donde confluyen diferentes fuentes, permitiendo descubrir una estrategia de producción discursiva. Al presentar más fuentes en el material noticioso, estamos entregando mayor legitimidad en la información y a la vez permitimos ampliar el criterio del público para que saque sus propias conclusiones sobre el hecho que se ha presentado.

Aun así hay que considerar, como señala Josu, (citado en Gisbert. V, 2012: 82-83) que *el periodismo no consiste en reproducir lo que digan las fuentes, si no en valerse de ellas para averiguar la verdad y hacerlas llegar al público.* En este mismo sentido, Juan Pedro Valentín (citado en Gisbert. V, 2012: 82-83) sostiene que *los testigos no hacen periodismo, porque pueden mentir.* Ante esto, se puede correr el riesgo, como se sostiene en la actualidad que los periodistas al hacer un mínimo esfuerzo para buscar las fuentes y recabar información presenten noticias incompletas.

En la producción informativa el periodista es la figura destacada, pero no es el único en el proceso de producción, las fuentes, que son las que entregan los datos e información, son parte fundamental en la actividad periodística. Existe un dicho que señala *que el mejor medio es el que está mejor informado, y el mejor informado es el que dispone de*

una buena agenda y de mejores fuentes de información (Martínez (2002:43)). Las fuentes de información juegan un papel trascendental que incluso pueden detener el proceso de producción en cualquiera de sus fases y en muchos casos cambiar la dirección en la obtención de la noticia. (Martínez. M, 2002: 43)

Por su parte Vázquez (2009: 87), asegura que una vez enfocado el hecho, el periodista inicia el proceso de producción de la noticia mediante una serie de operaciones y decisiones que conforman la realidad social relevante a partir de tres pasos que detallamos a continuación:

- Captar el acontecimiento o recibir información sobre él.
- Elegir los hechos más relevantes, es decir la inclusión de unos y la exclusión de otros.
- Jerarquizar: valorar la noticia.

En cambio, para Guevara (2009: 282) para la realización de su trabajo, los periodistas utilizan datos proporcionados por personas que son protagonistas o testigos de los hechos. De esta manera aparecen las fuentes de información, que son personas, instituciones, organismos de toda índole que entregan la información que requieren los medios para realizar sus noticias. (Guevara, citado en Fontcuberta, 1993:58)

Podemos sostener así, que las fuentes de información son la esencia misma de la noticia y que sin ella los periodistas no tendrían hechos o historias que contar a través de los medios de comunicación. Por este motivo, el comunicador debe desarrollar su criterio periodístico para identificar estas fuentes que pueden ser: los poderes públicos (cargos electos, instituciones), las organizaciones (económicas, políticas, sociales, entre otras), documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información, entre otras.

Como hemos expresado el trabajo del periodista no es fácil, debe lidiar día a día para seleccionar las fuentes de información más adecuadas para realizar el proceso informativo o investigativo que posteriormente pueda transformar en noticia.

2.3.1 Intermediarios entre las fuentes y los periodistas.

Según señala Amado (2010: 55) con el pasar de los años se ha venido consolidando en nuestro sistema de información actores que se encarga de organizar, producir y distribuir la información de diferentes organizaciones como son:

- Departamentos de prensa de las instituciones, gobiernos y organizaciones.
- Grandes firmas de relaciones públicas.
- Conglomerados internacionales y agencias de comunicación.
- Consultoras de comunicación y relaciones públicas.
- Asociaciones representativas de las relaciones públicas.
- Cámaras y asociaciones de las distintas industrias.
- Organizaciones de la sociedad civil.
- Agencias informativas de la sociedad civil.

2.3.2 Relación entre los periodistas y sus fuentes.

El proceso de producción de la noticia surge de una negociación de acuerdo a las necesidades e intereses de los participantes, Dennis McQuail, (citado en Amado. A, 2010: 52-53) señala *que las relaciones con las fuentes son esenciales para los medios informativos y a menudo constituyen un proceso bilateral muy activo*. Los medios generalmente están en la búsqueda de información y la información busca convertirse en noticia, en este proceso, los medios incluyen la recolección de material informativo y su procesamiento para reestructurarlo de acuerdo a los valores de la noticia, al producto, al formato o al medio (Amado, citado en Wolf, 1986). Los medios de comunicación para presentar sus noticieros están en la obligación de producir una gran variedad de notas, por esto las fuentes institucionales y las agencias de noticias dan prioridad a los canales que satisfacen estas exigencias. (Amado. A, 2010: 53)

En la labor de construcción de la realidad periodística, no se puede dejar de lado la relación que existe entre la fuente y el periodista. Johnson y Gieber (citados en Guevara. M, 2009: 285), realizaron el estudio denominado *“The City Hall beat: a study of reporter and source roles”*. (JournalismQuarterly. 1961:38) en el cual estudiaron los papeles del informador y sus fuentes descubriendo tres tipos de relaciones:

- Puede existir una total independencia entre la fuente y el periodista. Es decir, hay un distanciamiento entre el periodista y la fuente:
- La fuente y el periodista cooperan. Fuente y periodista tiene algunos objetivos comunes: uno necesita que determinada información se publique y el otro necesita conseguir noticias para satisfacer a sus superiores.
- La fuente es la que prácticamente hace la noticia. Como es el caso de los comunicados oficiales.

Por su parte las autoras Ledo yKrohling aseguran que la recolección de la información es un proceso burocratizado, fijado por órdenes externas a la redacción que condicionan las etapas de la producción. La iniciativa del periodista es prácticamente nula siendo las fuentes desde el gobierno o instituciones, partidos políticos y hasta pequeños grupos culturales o movimientos, quienes hacen los contactos con los medios periodísticos. En esta relación entre periodistas y fuentes existe una gran aproximación entre estatus de unos con otros; es decir, periodistas importantes, fuentes importantes o viceversa, mientras que los reporteros que no tienen experiencia se encargan de las fuentes de escaso poder. A pesar de estas circunstancias siempre se logra un vínculo entre la fuente y el periodista, ya que el uno necesita del otro para cumplir con sus objetivos establecidos por cada uno. *Esta vinculación permanente desemboca en una relación casi siempre cordial, inestable unas veces, tensas otras, pero que a todos interesa, y que por tanto, debe estar regida por su carácter negociado.* (Ledo, M. yKrohling, M., 1999: 198).

Para complementar la relación entre fuente y periodista Acosta y Sánchez (2004: 117) señalan que *el ejercicio profesional de la información supone una relación ética con las fuentes de información, bajo el supuesto de la independencia del periodista es el principal bastión de la credibilidad, en tanto le garantizaría cierta autonomía frente a todos los actores económicos, políticos y sociales que pretenden interferir en el procesos de selección y presentación de las informaciones.* En algunas circunstancias la fuente trata de sacar algún tipo de beneficio propio sea de manera directa o indirecta aprovechándose del periodista, por lo que el comunicador debe estar atento ante estas circunstancias para no convertirse en un títere al servicio de los intereses de las fuentes, convirtiéndose solamente en su vocero público.

Como podemos ver el trabajo del periodista no es sencillo al momento de entrar en contacto con las fuentes para obtener la información pues tiene que entrar en un proceso de negociación para conseguir los datos exactos de los hechos que le permitirán producir la noticia. El periodista debe estar preparado y atento ante la información que recibe, debido a que algunas fuentes buscan intereses particulares de una manera directa o indirecta haciendo tropezar al periodista, lo que le conlleva a la pérdida de credibilidad.

Generalmente el encuentro entre las fuentes y el periodista al momento de un hecho no son tensas gracias a la colaboración que existe entre las partes, finalmente se precisan mutuamente para satisfacer sus necesidades informativas, por lo que es recomendable que el comunicador sea una persona abierta y respetuosa.

2.3.3 Identificación de la fuente.

Sin duda, la información que se transmite en un medio de comunicación, tiene que ser viable, veraz, contrastada y comprensible. Para González (2008: 42) una noticia tiene mayor fuerza y validez cuando existe variedad en sus fuentes, la cual es condicionada por su calidad y pluralismo; es decir, fuentes que presentan una variedad de interpretaciones de un mismo hecho. Generalmente el televidente necesita conocer las fuentes consultadas de donde proviene la noticia, aunque éstas no siempre se puedan hacer públicas. En lo relacionado a la identificación de la fuente de información si bien puede ser el mismo periodista testigo del hecho, puede ser otra persona la que vio o participó del hecho y entregó su versión al periodista. También se puede dar el caso de una persona que le contó a otra lo visto o escuchado. En esta línea las noticias se clasificarán de primera, segunda y tercera mano.

Martínez (2002) sostiene que al acudir a la fuente de información se debe saber diferenciar entre lo que es procedencia y fuentes, en varios casos los periodistas al momento de redactar para la elaboración de la noticia se encuentran con datos obtenidos de diferentes procedencias y de diversas fuentes informativas como son: centros territoriales, corresponsables y reporteros, documentación y agenda del medio, fuentes gubernamentales, patronales, sindicatos, partidos políticos, organizaciones sociales, expertos, testimonios, agencias de noticias, otros medios de información. *Generalmente, las fuentes de información no ofrecen siempre informaciones completas, si no que pone datos a disposición de los periodistas para que luego los investiguen, los analicen e interpreten. En este sentido, es preciso realizar también una diferenciación entre confidente y fuente de información. La diferencia entre ambos se puede establecer desde el momento que el periodista ha comprobado que el informante está en lo cierto en un 90% de la información proporcionada.* (Martínez, M. 2002: 43-44).

Por su parte Echevarría, asegura que existen dos tipos de tratamientos que los medios saben dar a las fuentes de información como son: los citables y lo atribuible. *Lo citable*

es la información misma, el conjunto de datos comunicados por la fuente de información y publicados por el medio. Lo atribuible se refiere a la identidad de la fuente de estos datos, su identificación completa o incompleta o su no identificación. (EchevarríaB, 2011: 82). La atribución se refiere al modo o manera en que el periodista revela que la información obtenida proviene de determinadas fuentes. Gran parte de los periodistas sabemos que la identificación de la fuente entrega una mayor credibilidad a la noticia y que el público lo toma como una garantía de la fidelidad de los hechos.

Ahora, cuando la información proceda de otra persona, el periodista se puede encontrar con diversas situaciones para atribuir las citas de las fuentes, según González (2004: 178), las cuales veremos a continuación.

- **Atribución directa (ontheredord):** en que el medio de comunicación identifica a la fuente y se refiere a la información que ha proporcionado. Ejemplo: El Ministro del Interior, José Serrano, anunció que más de cinco mil uniformados serán separados de la policía.
- **Atribución con reservas:** el medio de comunicación no identifica a la fuente, pero la sitúa, y cita la información proporcionada. Ejemplo: voceros del Ministerio de Educación, indicaron que el incremento presupuestal para las universidades públicas no depende de la voluntad del ministerio, sino de la aprobación general del presupuesto por parte de la Asamblea Nacional.
Existen dos tipos de atribuciones con reservas: **a) Onbackground o Notforattribution:** información atribuible con palabras entrecomilladas a una fuente precisa, oficial o particular, pero no una persona determinada. **b) Ondeepbackground:** información no atribuible a una fuente precisa, ni siquiera a una fuente de carácter colectivo. Las fuentes en este caso no son oficiales, son fuentes que han solicitado el anonimato. Ejemplo: un alto funcionario que solicitó no ser identificado.
- **Atribución con reserva obligada:** el medio de comunicación convierte en anónima -ante la audiencia- la fuente que utilizó y publica la información en nombre propio para darle credibilidad. Ejemplo: según pudo establecer Ecuavisa, el presupuesto general para la Universidad Central se reducirá en términos reales.
- **Atribución con reserva total (off the record):** el medio de comunicación no publica ni la información recibida ni por consiguiente la atribuye a alguna

fuentes. Es material no difundible y es de uso interno del periodista o del medio. Es útil porque permite determinar indicios y pistas del posible trabajo del investigador. Por ejemplo: Garganta Profunda, en el caso Watergate, 1974.

2.3.4 La observación directa.

No se puede dejar de lado la participación que pueda tener el periodista en presenciarse un hecho noticioso, según Dallal *la observación directa en la época actual se ha convertido casi en una participación, define al periodista contemporáneo: un especialista que acude al lugar de los hechos para entregarles a los lectores, oyentes o espectadores una relación suficiente y operativa de acontecimientos o personajes concretos. Además la observación directa al momento de la investigación en el lugar de los hechos, implica al reportero como va a efectuar los registros gráficos, visuales auditivos más rápidos, efectivos y sintéticos con el fin de elaborar posteriormente el producto periodístico. Implica saber, asimismo, seleccionar los elementos del suceso o del personaje que expresan suficientemente las características del fenómeno. No se trata solo de saber operar una máquina o un aparato: se trata de sacar el máximo provecho para recrear al personaje o el acontecimiento de la manera más completa y profunda posible.* (Dallal, A, 2007: 79)

En conclusión podemos decir que el periodista cuando se encuentra en el lugar donde sucede, sucedió o sucederían los hechos, la información provendrá de lo que él observa, la misma que será apoyada con entrevistas u otros elementos que conforman la cobertura y el equipo de noticias.

2.3.5 Tipos de fuentes de información.

De acuerdo a Martínez (2002: 45) se pueden establecer tres grandes grupos de fuentes como son: las fuentes personales, las fuentes documentales y las fuentes gubernamentales y no gubernamentales. A continuación detallaremos cada una de ellas.

2.3.6 Fuentes personales.

Estas son personales, privadas y en varios casos son las mismas personas que presencian el hecho y llaman al medio de comunicación a entregar datos del acontecimiento. (Martínez, M, 2002: 45). Albertini, E. Ruiz, A. (s/f: 04) en tanto, hacen las siguientes puntualizaciones respecto a las fuentes:

- Los protagonistas (víctimas, culpables/sospechosos, familiares, autoridades, etc.)

- Los voceros y jefes de prensa (de funcionarios, políticos, empresarios, etc.)
- Los contactos (personas a las que el periodista recurre con cierta frecuencia y con las que mantiene una relación de cierta confianza)
- Las agencias de prensa (equipos de periodistas o licenciados en comunicación que contratan instituciones o empresas de forma permanente o por una actividad determinada)
- Los periodistas de otros medios (colegas de otras ciudades del país o del exterior que son consultados sobre hechos que ocurren en sus áreas de influencia)

2.3.7 Fuentes documentales o escritas.

Según Martínez (2002: 46) son los documentos que tienen información importante para el periodista. Dentro de estas fuentes es indispensable distinguir entre documentos privados o secretos y los documentos públicos. Estos documentos escritos se pueden establecer de la siguiente manera:

- Archivos.
- Textos de libre consulta.
- Documentación varia.
- Banco de datos.

Archivos: cualquier entrevista o elaboración precisa de un reportaje requiere de un minucioso trabajo de consulta documental.

Texto libre consulta: se encuentran a disposición del público y pueden ser útiles para el periodista para documentarse cuando realiza un trabajo de investigación.

Documentación varia: hace referencia a cualquier tipo de escrito que no se encuentra clasificado en los apartados antes mencionados, estos pueden ser folletos, correspondencia y publicidad entre otros.

Banco de datos: sirven como instrumentos documentales y de consulta, estos son utilizados por los periodistas para realizar investigaciones de precisión. Por su parte Borrat (1989), lo diferencia en dos grandes grupos de fuentes como las gubernamentales y no gubernamentales.

2.3.8 Fuentes gubernamentales.

Estas se hacen presentes cuando el gobierno a través de sus comunicadores o representantes de otras instituciones se constituyen en la fuente de información de

primer orden. Estas fuentes ocupan lugares privilegiados en la estructura del poder político, militar, estatal, jurídico, científico o económico. Los medios de comunicación saben dar total cobertura a este tipo de fuentes frente a las opositoras como en el caso de los sindicatos mayoritarios frente a los sindicatos minoritarios. (Martínez. M, 2002: 46)

2.3.9 Fuentes no gubernamentales.

Son fuentes que tiene un amplio abanico. Por un lado se encuentran las fuentes cercanas al gobierno pero que no pertenecen a él, por otro están las fuentes de oposición muy importantes para contrarrestar las informaciones emitidas por el gobierno. También se encuentran las fuentes centrales que son las políticas y económicas que aportan datos relevantes y que se incluirán en las secciones de política nacional, economía y sociedad, entre otras. También existen fuentes de alcance inferior que se les denominan òlocalesö pero entregan información de interés como de hospitales, escuelas, colegios, estaciones de policía, tribunales, fábricas entre otras. Como vemos existe una gran variedad de fuentes y el éxito para recopilar información es saber elegir adecuadamente la fuente. (Martínez. M, 2002: 46-47)

2.3.10 Ética de la fuente de información.

Respecto a la ética de la fuente, cabe considerar lo que señala Etxeberria, respecto del secreto profesional, es *õun derecho del periodista a la vez que un deber que garantiza la confiabilidad de las fuentes de información. Por tanto, el periodista garantizará el derecho de sus fuentes informativas a permanecer en el anonimato, si así ha sido solicitado. No obstante, tal deber profesional podrá ceder excepcionalmente en el supuesto de que conste fehacientemente que la fuente ha falseado de manera consiente la información o cuando el revelar la fuente sea el único medio para evitar un daño grave e inminente a las personas.ö*(Etxeberria. X, 1995: 55).

2.4 La agenda temática.

La producción de revistas y periódicos son labores muy complejas, a veces éstas cuentan con varias páginas similares a un libro, por lo que hay que organizar, redactar, diseñar entre otras actividades de producción, actividad que debe ser realizada en un corto tiempo, agregándole actualidad, que por definición es imprevisible-que no se conoce de antemano lo que va a ocurrir-. Esta situación ocurre de igual manera en los programas informativos de televisión y radio, hechos siempre a contra reloj aunque su

extensión y contenidos requieren más tiempo para su elaboración, por lo que es indispensable una organización estricta para saber qué es lo que se va a dar a conocer o informar, para esto el productor ha elaborado una agenda que le permita organizar los temas y optimizar el tiempo en la producción de noticias.(Manfredi. J, 2000: 17)

Guevara (2009: 220), nos plantea: ¿De qué hablamos al decir "agenda-setting"?, según Alicia Casermeiro (2003), la traducción literal es "fijación de la agenda" y recurre al diccionario de la Real Academia Española para sostener: "este es justamente el origen etimológico del vocablo "agenda", del latín agenda, "cosas que han de hacer", o "de actividades sucesivas que han de ejecutarse"

Al referirnos a la agenda temática Berón (2005: 36-37)(citado por Wimmer y Dominick, 1996: 371-372), asegura que en primer lugar, la agenda hace referencia a los temas periodísticos con los que cuenta el medio de comunicación y que se harán públicos. Por lo que estamos hablando de una agenda periodística o agenda masiva de los medios de comunicación. Esta agenda se compone por todo lo que publican los diferentes medios de comunicación (radio, prensa, televisión, internet etc.). Por otro lado es necesario aclarar que cuando hablamos de agenda, se le vincula con la *agenda setting*, que es originaria de la corriente funcionalista americana. Ya en el año de 1922 Walter Lippmann, señalaba que los medios eran los responsables de *las imágenes formadas en la mente de la gente*.(Wimmer y Dominick, 1996: 372)

Sin embargo ante esto Amado (2010: 51) plantea que *no debe confundirse la agenda mediática propiamente dicha, con la teoría de la "agenda setting" que considera la relación del temario de los medios y su impacto en las audiencias.*

Es necesario considerar que la agenda diaria, o dietario, contará con hechos al que el reportero dio cobertura. Cuando se conoce de antemano que un hecho va a suceder, como las elecciones presidenciales o un mundial de fútbol, estas tendrán un puesto en la agenda del día, más aún estos temas se convertirán en los principales del medio mientras se desarrollan, por ende todo lo que suceda y no tenga relación con el tema del día pasará a un segundo plano. La tematización de acuerdo a Luhman (Monzón, 1996) *"distingue los sucesos temáticos, es decir, los que se ajustan a los temas dominantes en cierto momento, de los acontecimientos, que irrumpen en la agenda mediática por su novedad o su impacto."* Generalmente los informativos prefieren concordar con la planificación realizada en la (agenda diaria) y los hechos

imprevisibles, según su trascendencia e importancia. Una vez que los temas o notas dejen de ser un acontecimiento pueden permanecer en el medio si éste se acopla a la agenda temática. (Amado. A, 2010: 49-50)

De acuerdo a Armentia y Caminos (1998: 228) cuando hablamos de la "agenda temática" nos referimos a la variedad de temas que un medio de comunicación recopila día a día y recepta los aspectos más importantes de cada jornada de trabajo con el fin de planificar su cobertura informativa. *Las noticias que diariamente llegan a un medio de comunicación a través de fuentes de información comunes (agencias de información, gabinetes de prensa e imagen, etc.) y fuentes propias (contactos personales de los periodistas) constituyen el punto de partida para la elaboración de la "agenda temática" y en su configuración diaria intervienen las previsiones informativas de los periodistas del medio de comunicación.* Esta es una actividad compleja porque intervienen varios factores, algunos ajenos al alcance de la información y vinculados con lo que cada medio de comunicación decide como más importante, en función del espacio social que desea ocupar.

2.4.1 La agenda temática y la opinión pública.

Respecto a la influencia o incidencia que tiene en la opinión pública la agenda temática, ésta según Marín (2012: 112) *ha sido definida como la canalización que la mente de los ciudadanos sufre hacia unos repertorios de temas de preocupación pública en detrimento -daño moral o material- de otros que no son mencionados o destacados como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los medios de comunicación.*

Por su parte Lozano (2007:142) sostiene que la agenda temática puede influir en la opinión pública de dos maneras.

- **El enfoque de la agenda:** los medios informativos al seleccionar y jerarquizar la información, influyen de forma indirecta en el público, esto debido a la frecuencia que se da a la cobertura de ciertos temas, así como el tiempo de duración del material al momento de transmitirlo en el noticiario.
- **El efecto de la agenda:** esta se presenta con fuerza sobre el conocimiento del tema que genere opinión sobre sí mismo. Es decir a mayor prominencia en la agenda de los medios existirá mayor conocimiento sobre el tema por parte del público, sin que necesariamente se dé un cambio sobre él.

Lozano (2007:142), también cita a Mc Combs, quien asegura que una amplia cobertura sobre un tema no es señal que generará una buena opinión pública sobre él. *¿Es factible que de una mayor prominencia de un tema resulte un mayor conocimiento del público y opiniones públicas más fuertes sobre el mismo, pero es menos predecible la dirección que tomarán esas opiniones. La dirección que finalmente tome dependerá de las creencias y los valores preexistentes con que cada persona enfrente los mensajes comunicacionales. Así mismo, se basará en la manera en que los temas sean presentados por los medios en término de los intereses y valores de cada grupo, así como las perspectivas que se desarrollen a través de la discusión interpersonal.*

2.4.2 Criterio de selección de la noticia para la agenda.

Según González, A. (2000), los criterios que siguen los periodistas para el establecimiento de la agenda temática se basan en la experiencia y en el dominio de los géneros periodísticos como también en los valores de la noticia, generalmente la obtención de la información se basa en agentes externos y en acontecimientos que ellos mismos no controlan, además de las tradiciones, prácticas y valores del periodismo como profesión.

El primer caso se refiere a personajes que son noticia por ellos mismos o acontecimientos que se imponen por sí solos en la actualidad (presidentes de algún país, ministros, famosos, etc.)

En el segundo caso, nos referimos a noticias que están bajo el dominio del profesional, el cual conforma su propio juicio sobre el uso del material. Para esto el periodismo dispone de instrumentos que forman parte de su quehacer diario, los cuales actúan de filtros con los que tamizar o consolidar los acontecimientos diarios para su posterior presentación en los soportes mediáticos.

2.4.3 Bases de una agenda temática.

Como hemos revisado en capítulos anteriores el periodista no trabaja sólo para la producción de noticias, el jefe de informativos y el consejo de redacción son quienes eligen las noticias que se van a cubrir, elaborando a raíz de esto la agenda temática, la cual estará prevista de cambios si un suceso lo amerita y tras una valoración que realiza el jefe de información. (Peralta. M, 2012: 45).

Para González, A. (2000:08), la elaboración de una correcta agenda temática se asienta en el cumplimiento de diferentes premisas organizativas, por lo que los medios de comunicación deben dotarse de una planificación de dos fases:

- **Fase inicial diaria:** en virtud de las previsiones y noticias que puedan emerger durante el período de producción periodística. Para ello, se tienen en cuenta tanto las previsiones de la plantilla redaccional como las de los colaboradores.
- **Fase a medio plazo:** que prepara el tratamiento de temas anunciados. La misma constituye una operación previa y de carácter estratégico, cuyo fin es garantizar la cobertura de noticias. Además, el establecimiento de la agenda temática se realiza en consonancia con dos superficies específicas: la redaccional y la publicitaria.

La agenda, o compendio de temas a ofrecer al público de la industria de la comunicación, se establece en función de las agendas particulares de reporteros, redactores convencionales y de la agenda global del medio. López, (citado en González, A. 2000:08) sostiene *que en el fondo lo que interesa es establecer la relación entre la agenda de los mass media (formada por temas de actualidad presentes en el medio en cuestión durante un período) y la agenda pública (compuesta por temas que reclaman la atención pública durante un período determinado y expresada a través de la opinión pública).*

Quien verdaderamente selecciona, jerarquiza y además decide popularizar o demonizar personajes e instituciones a través del mantenimiento del tema en la agenda, es el "guardabarreras, vigilante o gatekeepers", quien condiciona el temario informativo. Los periodistas encargados de ese cometido poseen un cargo medio o elevado: director, subdirector, jefe de sección, redactor-jefe, editor y coordinador de área. Así mismo, si nos preguntamos por los responsables del establecimiento de la agenda-setting pública, encontramos en los medios informativos el origen del gran impacto sobre los temas de interés público; aunque no son los únicos promotores. (González, A. 2000:08).

La elaboración de la agenda temática, sin duda, es un proceso de mucha importancia para el medio, es la puerta de la producción de las noticias, además de funcionar como pre organización de la información. Esta agenda la entregará el director de noticias o jefe de información al reportero con las respectivas observaciones y enfoques que tendrá que dar a la información al momento de recabar o buscar el material noticioso.

Generalmente el jefe de información busca que la agenda cumpla con lo planificado, pero ésta se puede alterar en cualquier momento debido a la generación de un suceso de importancia y de última hora, situación que deberá ser valorada por el jefe información, quien dará el visto bueno para la cobertura y por ende el acontecimiento modificará la agenda e incluso el orden de prioridad de los temas.

El cambio del orden de temas se puede dar debido a que existen coberturas planificadas que tienen temas de relevancia pública e interés general, como señalamos en un ejemplo anterior las elecciones presidenciales son acontecimientos que marcan la agenda por su noticiabilidad, pero si existe un suceso grande éste podría relegar las elecciones según el orden de importancia, orden que a su vez también generará una opinión pública sobre el acontecimiento, que es el objetivo de un medio de comunicación.

Capítulo 3

EL EQUIPO TELEVISIVO

3.1 El reportero y periodista

Para conocer el trabajo que desarrollan estos profesionales, es necesario saber la diferencia que existe entre reportero y periodista, que en el imaginario de muchas personas son lo mismo y desempeñan las mismas funciones. Caporaso(2006: 12) señala que ambos cumplen el papel de periodistas, pero que laboran de forma diferente y, en algunos casos, tienen una formación diferente, que describimos a continuación.

- **Periodista:** escritor que habitualmente escribe en un periódico diario; semanario; revista; radio o televisión. Verpraet, (citado en Caporaso. G, 2006: 12) sostiene *que el periodista debe poseer un triple sentido: sentido del tiempo, de la actualidad y del público.* Más aún, según la fórmula clásica de Rivarol, todo el oficio se resume en la siguiente afirmación: ver y saber, hacer ver y saber hacer. Por su parte Ortego Costales, (citado en Caporaso. G, 2006:12-13) ser periodista no es escribir en los periódicos, *son periodistas los que trabajan directa y racionalmente la noticia, quienes la buscan, escriben, seleccionan o titulan, pero no quienes se reducen a una simple manipulación de la misma: el taquígrafo que recibe por teléfono, el que le envía o repite por teletipo, el linotipista que la compone, el corrector de pruebas.*
- **Reportero** (del inglés reporter): periodista que habitualmente escribe reportajes. Es el informador, el que reporta, es decir, el que lleva al medio todo lo que pueda tener interés periodístico. En sentido estricto equivale a ser un redactor de la calle. Para Verpraet (citado en Caporaso. G, 2006) el *Gran reportero* es un periodista de reconocida autoridad profesional, notoriedad adquirida y que se ha destacado en su profesión por el talento y éxitos periodísticos.

Según explica Rincón el reportero o periodista de acuerdo a la UNESCO, es una persona o trabajador que realiza la captación, el procesamiento y definición de informaciones mediante los medios de comunicación sean estos escritos, radiales y televisivos. *Este proceso no es científico, sino que responde a una acción humana (por*

lo tanto, subjetiva), a una práctica de la construcción de la realidad (por lo tanto, política) y a una competencia profesional (por lo tanto, cultural y de formación, académica.) (Rincón. O, 2001: 73). Por ende, el periodista cumple con las funciones de un mediador con la sociedad.

En el medio latinoamericano a los reporteros y reporteras se les conoce de una manera figurada como los hombres y mujeres que viven en la calle, detrás de la noticia. Esfuerzo que en su profesión le puede dar el paso para lograr la denominación del *gran reportero*, es decir periodista de reconocida versación, destacado por su talento y trayectoria. El reportero es la persona encargada y con los conocimientos suficientes para dar cobertura a los acontecimientos que se registran de última hora como son: accidentes, crímenes, incendios, etc. Así también, existen reporteros que se especializan en política, deportes, sucesos, sociales, entre otros. En pocas palabras el reportero es un profesional *comodín* que cubre diferentes aspectos sociales del acontecer noticioso. Otro aspecto que destaca al reportero es la agilidad que tiene para desplazarse a los diferentes lugares geográficos donde se registran los acontecimientos como estación de policía, juzgados, gobernaciones, alcaldías etc. (Valdez. J. 1989: 50-51).

Según señala Hersh. C (1998: 16-17) el reportero no es una persona que se manda sola, sino que se debe a un jefe, por eso cuando el director de noticias le encarga la cobertura de un tema, sea este una rueda de prensa, darle seguimiento a alguna autoridad entre otros, el periodista debe realizar los contactos o las llamadas telefónicas necesarias con sus respectivas fuentes para lograr obtener el material encargado. En el caso de la televisión, el reportero nunca está solo, sino que tiene bajo su mando un equipo integrado por el camarógrafo y el jefe de sonido, en nuestro medio generalmente siempre está compuesto por el reportero y camarógrafo, en este caso el que lleva al mando del equipo es el reportero ya que es él quien dirige las pautas del material que está recopilando y le dará ideas al camarógrafo de lo que necesita para graficar la nota. Logísticamente el reportero dirige a su equipo, pero no todo está bajo el control de él, en el caso del camarógrafo el periodista puede sugerir una ubicación en una oficina o en algún lugar abierto, pero él que tiene la palabra es el camarógrafo ya que él debe medir ciertos factores técnicos como también externos para lograr una buena imagen de lo que se quiere mostrar. Es recomendable que al salir a la calle con el equipo, el reportero tenga una idea de cómo va a desarrollar el relato, el mismo que se irá reforzando con las entrevistas y con la visión del entorno donde se desarrolla el hecho, en este punto el

periodista puede decidir si aparece en cámara para el cierre de la nota o para hacer una introducción del tema. Este proceso de recabar información concluirá con la edición del material y la emisión.

3.1.1 Funciones del reportero o periodista como mediador.

Rincón. O (2001: 73) sostiene que el periodista o reportero es un mediador social; es decir, un sujeto competente en la construcción de escenarios públicos para iniciar un diálogo social, entre sus funciones se pueden identificar:

- Informar a la comunidad de manera transparente, oportuna, veraz, con criterio de exactitud, claridad y respeto a las fuentes y a las imágenes.
- Explicar y otorgar sentido al acontecer social, en la función de descifrar, comprender, explicar, interpretar los hechos sociales.
- Otorgar referentes y contextos informativos para que los ciudadanos participen de la construcción de lo público.
- Presentar modelos de integración y encuentro para la sociedad.
- Poner a un país a discutir sobre su realidad política, social y cultural.
- Vivir una tensión entre la necesidad de vender y la necesidad de proveer una lectura juiciosa de los eventos que suceden en una sociedad.

3.1.2 Equipos de reporteros.

Un medio de comunicación además de contar con el reportero que trabaja como fuente propia del medio, el reportero de calle, cuenta con otros equipos de reporteros, quienes se encuentran en otros puntos geográficos y que están en la búsqueda de información, la cual será enviada al medio para que forme parte del guion. (González. E, 2008: 30). A estos equipos de reporteros se les conoce como:

- **El corresponsal:** su labor periodística de recabar información la desarrolla en un lugar geográfico distinto, es la persona encargada de enviar información exclusiva. Generalmente a los medios televisivos les interesa tener una buena red de corresponsales, esto les garantiza tener el suficiente material informativo y de primera mano.
- **El enviado especial:** es el reportero que acude al lugar de los hechos, en donde se produce un acontecimiento importante y en donde el medio no cuenta con un corresponsal para la cobertura. Si bien existen agencias o medios que pueden ayudar en la obtención de la información, es el director de noticias quien

decide prescindir de ellos al ver que la información proporcionada no cumple las expectativas, por lo que se ve en la obligación de enviar a un equipo. La tarea del enviado especial es apasionante pero a la vez complicada y de alta responsabilidad. En muchos casos se puede encontrar testigos molestos que pueden sacar a la luz información comprometida, como el caso de conflictos étnicos, regímenes autoritarios entre otros.

- **Reportero de guerra:** para Bergés, Pérez y Sabater (2009: 176) dentro de la figura del enviado especial también se puede ubicar al reportero de guerra, reportero que ha recibido una instrucción militar para dar cobertura a estos hechos. *En cualquier situación de guerra será el informador sobre el terreno quien deba tomar las decisiones que considere pertinente, tanto en la forma como realizar la cobertura informativa, como en lo que concierne en su seguridad personal. No obstante, la dirección del medio tiene el derecho y la obligación de realizar las recomendaciones de seguridad que considere más efectivas.*

3.1.3 El reportero multimedia.

En los inicios de la televisión, tanto general como informativa, la producción era un tema complejo al tener que contar con personal especializado para las diferentes áreas del quehacer televisivo. Por ejemplo, antes se necesitaba una persona capacitada en imagen, sonidos, manipulación de las imágenes y en la posterior emisión: cámaras, iluminadores, realizadores, montadores, mezcladores, grafistas, técnicos, entre otros, creándose finalmente una serie de subcategorías. En la actualidad este proceso se ha simplificado y requiere menos personal. (Pérez. G, 2010: 39).

La figura sobresaliente en este proceso de transición, curiosamente por ser ajeno es el reportero. Esto se debe a que con el pasar de los años el reportero ha ido adquiriendo y desempeñando roles que antes estaba destinados a otras personas o profesionales: la captación de imágenes y sonidos, así como la edición empiezan a formar parte de la cultural general del reportero. Al ver que el reportero puede cumplir con estas funciones surge el llamado *video periodista, periodista polivalente -que tiene varios usos-, multitarea o, la expresión que parece haber hecho fortuna de periodista multimedia, capaz de hacer su trabajo como informador, enterándose de los datos necesarios para contar la historia y, al mismo tiempo, captando las imágenes y sonidos que utilizará de soporte para editarlos después en su propio ordenador principal.* (Pérez. G, 2010: 39).

Es decir, el periodista multimedia recoge la información, las imágenes de apoyo, redacta su nota y la sube a la web del medio de comunicación. (Pérez. G, 2010: 40)

3.2 Cobertura de los hechos.

Un periodista debe de ser cuidadoso al momento de categorizar un suceso que se va a convertir en noticia. Según Estremadoyro existe una indebida tendencia a confundir el hecho o suceso con la noticia y su correspondiente información que nos presenta lo acontecido. Es muy común escuchar a reporteros decir que existen noticias malas, buenas, positivas y negativas, confundiendo así estos dos momentos. *Se confunde el suceso y el hecho con el resultado de la cobertura periodística de él. Es decir, con la noticia y su correspondiente información que dan cuenta de lo acontecido. Los hechos pueden ser negativos, positivos o neutros; o también según otra apreciación, buenos o malos. Pero en periodismo los hechos son interesantes o no, y la información sobre ellos puede ser correcta (objetiva, veraz, imparcial, honesta y responsable) o no. En consecuencia, no hay noticias positivas, negativas, buenas o malas; solo hay noticias que interesan y cuya información es correcta.* (Estremadoyro. J, 2004: 37). Como podemos ver los medios de comunicación y los periodistas o reporteros, no crean los sucesos, sino informan sobre ellos, por lo que la información debe ser precisa cumpliendo los siguientes parámetros:

- **Objetiva:** no se debe opinar cuando se da los detalles de los hechos.
- **Veraz:** toda información que se registre debe ser la verdadera, estricta y confirmada.
- **Imparcial:** dar espacio a todas las partes involucradas para que se pronuncien.
- **Honesta:** no se debe magnificar el hecho e insistir sólo en los aspectos negativos, con el objetivo de hacer daño.
- **Responsable:** no atribuir conductas delictivas por simples afirmaciones o versiones sin pruebas y sin sanción judicial.

Estremadoyro(2004: 38) sostiene que la noticia siempre es el resultado de la cobertura que realiza el reportero, si ésta tiene un suceso de interés general siempre despertará la atención de gran parte del público, por ende esta debe ser interesante. En el caso de no serlo, no despertará la atención o el interés del público, sino que pasará como una simple información.

3.2.1 Obtención de la información.

Sin duda, al momento de recabar la información la tarea del reportero es esencial, como sostiene Valdés (1989), una vez que obtenga el material que le han proporcionado las diferentes fuentes, sean estas de manera verbal, escrita, gráfica o visual, el reportero deberá comprobarlos, los hechos que se convertirán en noticia deben ser siempre verificados. *El reportero debe tener la exactitud de la noticia que escribirá primero y divulgará después.* (Valdés. J, 1989: 45-46). La exactitud que busca el periodista será alcanzada mediante el uso de una serie de recursos y precauciones que explicaremos a continuación:

- **Si se puede recurra a la otra versión:** es decir, buscar la fuente contraria o contrastar la información, con esta práctica se puede aclarar dudas y lograr un equilibrio en la noticia además de darle imparcialidad. Mientras más fuentes contengan nuestro material, mayor será el valor noticioso y el público podrá sacar sus propias conclusiones y reconocer un buen trabajo periodístico.
- **Nunca saque sus propias conclusiones:** Si el reportero cae en este punto será subjetivo, por ende la noticia será parcial cuando no tendenciosa -inclinación determinada-. Aunque la intención del reportero no haya sido esa, pero el público lo interpretará así. Hay que recordar que el televidente no estuvo en el lugar de los hechos y ni en la mente del redactor; por lo que al ver una información donde figuren opiniones personales, encasillará al reportero o al medio de comunicación a una línea o tendencia ideológica.
- **Siempre trate de verificar:** en caso de existir alguna duda sobre un nombre, fecha, cifra, entre otras, es obligación del reportero verificar o comprobar inmediatamente estos datos, en el caso que no se llegase a determinar estos datos es preferible que la nota no salga a la luz. Pero si la nota tiene que ser divulgada es necesario que se tomen las salvedades necesarias como el caso de la presunción, aunque no es recomendable, lo óptimo sería dejarla fuera de la pauta -guion-.
- **Nunca se da por satisfecho:** Dar seguimiento a un hecho siempre aportará nuevos datos, en algunos casos ayudará a complementar la información, enriqueciéndola. Todo tipo de fuente siempre será bienvenida y no debe descartarse ninguna a priori-con anterioridad-. De la búsqueda constante siempre

saldrá algo nuevo que puede ser el corazón de la noticia y a partir de ese núcleo se irán aportando nuevos datos.

3.2.2 El arte de tomar notas.

De acuerdo a Gargurevich cada periodista desarrolla una técnica que le permita recolectar la información de manera rápida y precisa, ésta generalmente se resume en el invento de abreviaturas, que se va reforzando y teniendo más agilidad según pasa el tiempo. Una de las complicaciones que puede enfrentar un reportero al recoger información en su libreta se da en casos como las ruedas de prensa o conferencias, donde el profesional no contará con la información o el boletín por parte de la institución que generalmente se entrega varias horas después, y el tiempo es oro para el reportero. *La información que redacte, deberá reflejar ya sea literalmente o en una interpretación, el sentido exacto de lo que quiso decir el conferenciante. Si la nota informativa no cumple el requisito, se corre el riesgo de una justificada rectificación.* (Gargurevich. J, 1982: 57)

Para mejorar nuestra forma de tomar apuntes (Gargurevich. J, 1982: 58) nos presenta los siguientes consejos:

- Tomar notas en estilo telegráfico (sin artículos).
- Invente sus propias abreviaturas para palabras largas.
- No confíe en su memoria. Y si lo hace anote todo lo que recuerde apenas termine la conferencia, el discurso entre otros. (El tiempo puede desdibujar los recuerdos).
- Una vez terminada la conferencia revise siempre sus apuntes y ordene según su importancia. Esta tarea le facilitará redactar el lead.
- Divida las notas en tres partes bien definidas: **a)** Hechos o anécdotas de la conferencia o discurso, obtenidas de la observación personal. **b)** La conferencia misma; y **c)** Reflexiones personales sobre el discurso, incluyendo una síntesis que le serviría como base para el titular.

3.2.3 Tipos de textos periodísticos.

Dentro de la producción de una noticia un paso fundamental es la elaboración de textos periodístico. Echazarreta y García (2012: 140) clasifican los textos según tres criterios: la forma de elocución, el contenido del mensaje y la finalidad comunicativa, si bien los tres no son excluyentes, la recepción e interpretación del mensaje textual se debe

realizar considerándolos paralelamente. Así, un texto puede ser expositivo, humanístico y periodístico a la vez o por ejemplo, argumentativo, literario y persuasivo.

A continuación Echazarreta y García (2012) nos presenta un cuadro donde se presenta las clases de texto de acuerdo a la finalidad comunicativa.

TIPOS DE TEXTOS	FINALIDAD COMUNICATIVA	MODALIDAD TEXTUAL
Informativos	Transmitir sucesos, información general o específica, datos o conocimientos	Textos humanísticos, científicos, administrativos, instructivos y periodísticos.
Prescriptivos	Dirigir, ordenar, aconsejar, instruir o prescribir	Algunas modalidades jurídicas y administrativas; textos instructivos.
Persuasivos	Convencer, persuadir al receptor para que modifique su conducta.	Algunas modalidades humanísticas y jurídicas; textos periodísticos y publicitarios.
Retóricos	Tienen una finalidad estética: captar la atención del receptor a través de la belleza, el asombro, el ingenio, la sorpresa o el humor.	Algunas modalidades humorísticas y periodísticas; textos publicitarios y especialmente literarios.

Gráfico: 23

3.3 La objetividad, honestidad intelectual del periodista.

Una de las características que más recurrentemente se saca a la luz es la objetividad del periodista. De acuerdo a Valdés (1989) existen varios factores que juegan en contra de la objetividad absoluta, sin embargo, lo que resta como factor válido y de esencia es la honradez profesional del reportero, al actuar bajo estas normas de sano juicio y bajo las normas deontológicas -códigos de ética- que rigen en su tarea llevarían al reportero al valor de la objetividad. (Valdés. J, 1989: 129-130). Por lo tanto, el periodista, debe ejercitar su honradez teniendo en cuenta los valores primarios y vigentes de la sociedad en la que se desenvuelve, en función de sus hábitos y costumbres, sus leyes y su moral. A continuación veremos las normas básicas para la actuación profesional.

- Servicio a la verdad, es decir respeto a la justicia y a la rectitud de intención.
- Exactitud, el periodista rechazará cualquier pretensión para alterar o condicionamiento para alterar los hechos.
- Imparcialidad, rechazar cualquier pretensión ajena de alterar su juicio u opinión rectamente expresados.

- Verdad informativa, el periodista tiene la obligación estricta de respetar la dignidad, intimidad, el honor, la fama y la reputación de las personas. El derecho y deber a la verdad informativa.

Al analizar todos estos aspectos podemos sostener que el trabajo del reportero es sumamente importante para la producción de noticias. Es el profesional llamado a buscar la información, de hacer contactos con las fuentes, de valorar los hechos, interpretar los acontecimientos, de contrastar la información, de actuar con ética, de redactar la historia, entre otras actividades, sin duda, el trabajo del reportero es arduo y de precisión.

Si bien es cierto, en las universidades las carreras de comunicación nos dan pautas para tomar notas de los hechos, en el ámbito laboral esta realidad cambia en la práctica, e incluso cada periodista busca o saca su propia manera de tomar apuntes.

Es que el reportero no sólo trabaja en las calles, si no que puede hacer las labores de corresponsal y de enviado especial con el fin de dar seguimientos a hechos de sumo interés e importancia, por lo que la recolección de información en este sentido debe ser minuciosa y de alta calidad para que pueda formar parte de la parrilla y su información cause el impacto y la atención del público, quien finalmente será el que valore el trabajo del periodista y que mantenga la expectativa informativa que le presenta el medio de comunicación.



Gráfico: 24 (Equipo periodístico de televisión durante una cobertura.)

3.4 El camarógrafo la televisión se hace en equipo.

El trabajo de producción para televisión se hace en equipo por lo que Rincón señala que el equipo principal para la cobertura de noticias es el reportero, el camarógrafo y el editor audiovisual. El reportero y el camarógrafo forman el equipo de grabación, cada

uno con su respectiva especialidad y tarea encomendada. El reportero tiene la función de recabar datos para lograr su material noticioso, mientras que el camarógrafo realiza las tomas necesarias y cuenta la historia a través de las imágenes; es decir, se convierte en un reportero audiovisual. En el canal, el editor audiovisual es la tercera persona que conforma el equipo de noticias, cerrando así el círculo del proceso de la producción de noticias del equipo. (Rincón. O, 2001: 89)

El autor acota, además que uno de los principales problemas en las coberturas de las noticias, es el trabajo por separado que realizan el camarógrafo y el reportero. En esta situación el camarógrafo sin tener una idea clara de lo que el reportero necesita graba lo que a él considera que servirá para graficar la noticia, es decir, no tiene claro ¿qué se quiere informar?, ¿qué historia se quiere contar?, ¿cuál es el enfoque que se le quiere dar al informe?. (Rincón. O, 2001: 90) Es decir, trabajan como dos extraños y esta falta de comunicación influye totalmente en el resultado final del producto, presentando textos sin conexión con las imágenes e imágenes que no narran nada. Para evitar este tipo de inconvenientes es necesario que el reportero y el camarógrafo hablen con antelación sobre lo que van a buscar, con el objetivo de que las imágenes y la narración del periodista puedan encajar en la historia dándole mayor credibilidad al producto.

3.5 La noticia para televisión.

En la televisión el control y la interacción con el público es más restringido, en este caso el televidente tiene la opción de ver y entender la noticia por una sola vez, por lo que el mensaje con sus respectivas imágenes deben ser claras y encadenadas para que el público capte sin dificultad el mensaje. Los telenoticiarios tienen una fortaleza superior para seducir a la audiencia a comparación del resto de medios de comunicación como son: las imágenes, secuencias de imágenes y los sonidos que hacen referencia del hecho. Más aún, la televisión tiene el plus de dar a conocer al televidente, a través de sus imágenes, un hecho en tiempo real mediante una salida en vivo. (Rincón. O, 2001: 86)

3.6 La televisión es imagen.

De acuerdo a lo planteado por Rincón la base de la noticia en la televisión es la imagen, pero es una de las más olvidadas por parte del reportero y camarógrafo, sin duda situación que no debe darse, pues si una noticia no cuenta con imágenes impactantes o que llamen la atención del televidente pasará desapercibida, sin importar la buena

redacción que tenga el material. Ante esta situación es necesario que tanto el camarógrafo como el reportero le dediquen más tiempo a la selección de las imágenes con su respectivo sonido, equilibrándolo con el tiempo dedicado a la redacción, *El trabajo televisivo narra de múltiples maneras, mientras las imágenes y los sonidos se relacionan efectivamente, las palabras y entrevistas agregan, refuerzan y anclan la información. Si la televisión narra por imágenes se logrará una mayor riqueza informativa y comunicativa.* (Rincón. O, 2001: 87)

3.7 El camarógrafo.

El camarógrafo de campo según Hersh es el responsable de captar buenas imágenes, las que serán de mucha ayuda para el reportero. El camarógrafo tiene a su mando a otros miembros del cuerpo técnico que le acompaña, como el jefe de sonido y en algunos casos con el iluminador, esto si es que el medio así lo considera para la cobertura. Según el autor, el camarógrafo *debe darse perfecta cuenta de las necesidades editoriales del reportero. Tiene que adaptar su filmación y realizar tomas que apoyen al relato de aquel.* (Hersh. C, 1998: 18-20)

Para Felipe Ixpata, J. (2011: 27) *el camarógrafo es un profesional que ha recibido el entrenamiento para operar la cámara de televisión, bien sea en estudio o exteriores, incluyendo las videograbaciones de aficionado. Esta posición exige una mezcla de habilidad técnica y sensibilidad artística; debe tener un buen sentido estético y un concepto plástico de lo que significa una imagen.* El camarógrafo debe manejar los códigos de lenguaje implícitos en los encuadres y movimientos de la cámara, esto es básico para lo que definiremos como encuadre, composición, balance. El trabajo deberá ser realizado con arte y precisión, ya sea en la calma de un estudio o en la naturaleza. También se aplica en los eventos sociales y trabajos no profesionales, formatos de aficionados, etc.

El simple hecho de operar con habilidad una cámara de televisión no hace a nadie camarógrafo. La formación profesional, es factor indispensable en un buen camarógrafo. (Felipe Ixpata, J. 2011)



Gráfico: 25 (Camarógrafo de Tv Chile en cobertura periodística.)

3.7.1 Criterios noticiosos del camarógrafo.

Sohr(1998: 246) nos señala que el camarógrafo es el encargado de la imagen, por ende debe privilegiar la rapidez y la precisión sobre las consideraciones estéticas, pues el material que el entregará es de carácter noticioso y debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La cámara debe captar sin errores los anuncios decisivos de un entrevistado.
- En circunstancias normales (ruedas de prensa, entrevistas coordinadas) el camarógrafo debe captar lo justo.
- Debe hacer tomas con la precisión de un francotirador y no emplear la cámara como una metralleta, es decir, con movimientos involuntarios.
- La profusión -abundancia o cantidad- de tomas es un signo inequívoco de inseguridad.
- Los camarógrafos suelen sufrir del síndrome del camarógrafo, que ha costado muchas vidas. La fascinación de mirar la realidad a través de la cámara puede conllevar a un acto imprudente. Cuando está grabando, muchas veces puede sentirse invulnerable a las balas y actúan en consecuencia. Estos peligros generalmente se dan en incidentes violentos como protestas sociales, hechos policiales entre otros.
- Evitar las relaciones ásperas con el reportero, a veces el camarógrafo cree que sabe todo, por lo que no le gusta recibir recomendaciones del reportero.
- El trabajo en equipo da buenos resultados, lo que es importante para conseguir un buen reportaje.
- A falta de acuerdo entre el reportero y camarógrafo, el criterio que prevalecerá es el del reportero.

3.7.2 Responsabilidad de un camarógrafo.

El camarógrafo antes de salir de cobertura para realizar las tareas de búsqueda de información encomendada por el director o jefe, debe revisar su equipo y tener presente las siguientes recomendaciones que hace Felipe Ixpata, J. (2011):

- Revisar su equipo conformado por: cámara, micrófonos, baterías, video cassette, etc., cuidando de su buen estado de funcionamiento, no es fácil reemplazarlo en caso de averiarse.
- Realizar una lista del equipo y así asegurarse de que no olvida nada.
- El camarógrafo debe tener en cuenta el tiempo disponible para su grabación y estar en capacidad de adaptar su toma en determinada situación, considerando que la escena pueda ser desarrollada de inmediato o, en el peor de los casos, que no se pueda realizar.
- Estar consciente de no perder el tiempo en detalles y que sus tomas tendrán que remitirse a lo esencial; así mismo, conocer el enfoque que el director o jefe pretende para la realización de la tarea encomendada.

3.7.3 Clasificación de los camarógrafos.

Rangel, A. (2009), manifiesta que la televisión con el paso del tiempo ha ido evolucionando de una manera rápida y en la actualidad es un producto de la conjunción tecnológica de varios inventos, dentro de esta conjugación se encuentran las diferentes categorías de camarógrafos u operadores de cámara que desempeñan diferentes funciones de acuerdo a su especialidad, aunque todos están o deben estar preparados para actuar en cualquiera de los campos que anunciamos a continuación.

3.7.4 Camarógrafo de estudio.

Son dirigidos desde una cabina, operan cámaras cuya agilidad es limitada por su tamaño y sus tomas se guían según un libreto o ritmo del evento a grabar, el trabajo de ellos tienen gran similitud con los camarógrafos de cine que trabajan en los grandes escenarios filmando películas, su lugar de trabajo son los estudios de grabación y otros lugares donde se efectúan eventos de gran magnitud. (Rangel, A. 2009: 66)



Gráfico: 26 (Camarógrafos de estudio en una transmisión en vivo)

3.7.5 Camarógrafos de Exteriores o Producción.

Los camarógrafos de exterior cumplen la función de grabar con equipos de menor tamaño que permiten una mayor movilidad, las escenas y exteriores complementarios para los diferentes programas. Están bajo la jefatura de producción por lo que su labor está coordinada con el productor quien define las posiciones de las cámaras, el tipo de encuadre y el movimiento. Aquí prima la estética de los encuadres que componen la imagen y la mayor parte de este trabajo luego es adecuado en un proceso de post producción. *Con la versatilidad de las nuevas cámaras esta función incluso llega hasta los departamentos de prensa para producir programas especiales con carácter noticioso.* (Rangel, A. 2009: 67)



Gráfico: 27 (Camarógrafo de exteriores en una transmisión de tenis.)

3.7.6 Camarógrafos de Prensa.

Es quien opera las cámaras, define el encuadre, la iluminación, dirige, guía al momento de registrar los hechos noticiosos, prácticamente no necesita de un director como en los casos antes señalados. El registro de información para la noticia se da inicio con él y el reportero, su trabajo se desarrolla generalmente en las fuentes noticiosas, con los escenarios de la vida real en momentos inesperados. En este tipo de trabajo las imágenes no se centran en su totalidad en la estética, sobre la técnica de filmación o

grabación, el sentido de la oportunidad, la sensibilidad y otros elementos siempre deben estar en función de la noticia. (Rangel, A. 2009)

Más allá de los camarógrafos que trabajan profesionalmente en los medios de comunicación, existe como señala Felipe Ixpata, J. (2011) otra clasificación de camarógrafos.

3.7.7 Camarógrafo casero.

Es aquel que simplemente ha comprado su Handy Cam y dispara sus planos o tiros a diestra y siniestra. Sus movimientos son desordenados, rápidos y sin ningún arte.



Gráfico: 28 (Camarógrafo casero o vídeo aficionado.)

3.7.8 Camarógrafo documental.

Al igual que otros camarógrafos trabaja con guion, pero tiene libertad de poner en juego su calidad técnica y estética. Es un artista que define su propio tiempo, a veces puede demorar horas para conseguir su propósito. Obedece a un director y realizador; generalmente, trabaja sin compañía de otra persona y su producto final puede obtenerse en periodos largos.



Gráfico: 29 (Camarógrafo documental durante una producción.)

3.7.9 Camarógrafo técnico.

Es aquel que cumple su deber, limita su preocupación a ofrecernos la toma de una escena desde el punto de vista técnico, que es igual a que la imagen tenga correcto foco, buena definición y nada más

3.7.10 Camarógrafo mecánico.

Este tipo de camarógrafo sólo se limita a obedecer las órdenes del director, sin preocuparse en lo más mínimo si la toma o plano es la correcta, o si el aspecto artístico de la toma es la mejor estéticamente, es incapaz de hacer cualquier sugerencia para obtener mejores resultados.

3.7.11 Camarógrafo artista.

Se preocupa de que todas las tomas que le son dictadas sean logradas con la calidad técnica y estética justificada por los códigos y formas establecidas, (composición, armonía, ritmo, etc.) Este artista siempre está a la búsqueda de nuevas propuestas, de acuerdo con el guion y el interés del director, su imaginación e inquietud artística lo destaca como el camarógrafo ideal.

3.8 Operación de la cámara.

Cárdenas. E y Guillermo. H, (1996) sostienen que el camarógrafo debe tomar en cuenta ciertos aspectos técnicos en el manejo de la cámara y la composición de la imagen. Según los autores, antes de comenzar a filmar hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Alimentación de corriente:** ver que la alimentación de corriente a la cámara funciona correctamente, esto se puede realizar mediante el uso de la batería o por la fuente de corriente directa.
- **Ajustar el visor:** el mismo debe estar ajustado al alcance de la visión del camarógrafo ya que aquí la cámara tiene ciertos indicadores que le guían como se está desarrollando el registro de la imagen.
- **Filtros de corrección incorporados:** generalmente las cámaras modernas regulan automáticamente el grado de luz del escenario. En el caso de no tener una cámara automática, este proceso se lo realizara manualmente y de acuerdo al criterio del camarógrafo, quien manipulara los filtros para que la imagen se adapte de acuerdo al tipo de iluminación del ambiente en donde se realiza la grabación.

- **El diafragma (iris) automático o manual:** las cámaras en la actualidad también se encuentran provistas de este dispositivo de graduación de manera automática la cual regula la cantidad de luz que ingresa al objetivo de la cámara. En el caso de que se utilice el dispositivo manual, el camarógrafo moverá el anillo del diafragma que se encuentra en la parte posterior del lente y valorará la cantidad de luz que necesita que ingrese en la cámara para registrar la imagen.
- **Balance del color Blanco (White balance):** El ojo humano puede ver con normalidad el color blanco sea cual sea el ambiente de luz, mientras que las cámaras de video pueden hacer que estos objetos se vean azulados, rojizos, etc., esto de acuerdo a la fuente de luz. Estos ajustes se pueden realizar de forma automática como manual, pero es imprescindible hacerlo para evitar el que la imagen se distorsione y pierda calidad e incluso esta falla puede hacer que se desechen un material importante.
- **Enfoque:** en la mayoría de cámaras esta función es automática, lo que asegura que la cámara este enfocada sobre cualquier cosa sin distorsionar el objeto que estamos grabando. En el caso de ser manual el camarógrafo tendrá que ajustar el anillo hasta que la imagen enfocada este nítida para iniciar el registro con la cámara.

3.9 Composición de la imagen.

La composición de la imagen es fundamental para poder transmitir el mensaje, por esto se debe lograr una composición sobria que permita que logremos nuestro objetivo, por esto, de acuerdo a Cárdenas y Guillermo (1996: 14-18) hay que tener en cuenta los siguientes detalles:

- **Regla de los tercios:** la pantalla se la divide en tres partes tanto horizontal como vertical y los puntos que se sitúan en esa intersección de las líneas son los puntos de fuerza de la imagen. Esto significa que el camarógrafo situará los elementos importantes en esos puntos los cuales llamarán la atención visual del televidente y creará a la vez un equilibrio en la imagen.
- **Posición del sujeto en la cámara:** el camarógrafo debe tener cuidado en el plano que realiza a una persona; es decir que los márgenes del plano en la cámara tanto superior como inferior y de izquierda a derecha, la imagen debe estar estable y bien distribuida para evitar la distorsión de la persona en el plano.

- **Líneas dominantes de la imagen:** a) **Horizontales:** calma, paz, equilibrio, reposo y estabilidad. b) **Verticales:** solidez, rectitud, rigidez y permanencia. c) **Diagonales:** inspira tensión, inseguridad e inestabilidad. d) **Curvas:** ligereza, movimiento, cambio y libertad.
- **Claridad de la composición:** cuando el camarógrafo graba las imágenes deben transmitir su mensaje de forma clara, rápida y sin confusión.
- **Tonos y colores:** a) **Tonos pálidos:** inspiran sentimientos vinculados a la alegría, a la ligereza; el entorno parecerá vasto, libre. b) **Imagen predominante oscura:** creará un sentimiento dramático, pesado, misterioso y sórdido.

3.10 Tipos de planos.

Una vez comprendidas las funciones del camarógrafo y avanzando en la composición de la imagen, se debe tener en cuenta otro factor que corresponde a los tipos de planos y la diferencia entre éste y una toma. Cárdenas y Guillermo (1996: 18-21), plantean esta diferencia de la siguiente manera:

La toma: comprende desde el momento que se diplay, o se accionó el interruptor de la cámara para capturar la imagen, hasta que se interrumpe su funcionamiento.

Plano: se conoce al conjunto de imágenes grabadas en un mismo ángulo y distancia de la cámara. Si bien esta diversidad de planos es extensa, recogeremos las más utilizadas por el camarógrafo de prensa, que como hemos explicado no predomina con gran interés la estética de la grabación sino da prioridad a captar la noticia.

- **Planos de ubicación y reubicación:** sitúan visualmente al espectador en el lugar donde se desarrolla el hecho, para ello se utilizan los a) Planos generales o plano medio. b) Panorámicas.
- **Planos de acción:** se utilizan para el desarrollo de las acciones de los personajes y elementos narrativos. Un camarógrafo atento filmará los gestos, movimientos y actitudes del individuo.
- **Planos de corte:** son utilizados para disimular la falta de continuidad entre los planos y dar la impresión de que el acontecimiento se desarrolla con normalidad. Además, estos planos tienen el objetivo de mantener el interés y captar la atención sobre la escena o en la nota general.

3.11 Movimientos de cámara.

Según Cárdenas y Guillermo en nuestra vida cotidiana, los hechos, las actitudes siempre se acompañan de gestos y movimientos. Caminar, correr, darse la vuelta, agacharse entre otros movimientos físicos, son asociados a sensaciones diferentes y estados psíquicos, por eso para lograr una *ócorrelación con esta realidad, la cámara ejecuta similares movimientos* (Cárdenas. E, Guillermo. H, 1996: 31). De acuerdo a los autores estos movimientos se agrupan en tres tipos, siendo los más utilizados por el camarógrafo de campo.

- Panorámicas (horizontales y verticales.)
- Travellings (atrás, adelante, lateral y circular.)
- Zooms (o travellings ópticos.)

3.12 Sujeción de la cámara.

Si bien cada camarógrafo buscará la forma más cómoda para él al momento de sujetar la cámara, sabiendo que no existe una norma única, Cárdenas y Guillermo (1996: 08) sostienen que el camarógrafo debe adaptarse de acuerdo a las circunstancias del momento y a la toma que va a realizar para captar la imagen. Cuando vamos a sujetar la cámara se debe hacer con un buen procedimiento para evitar los movimientos excesivos y el cansancio del camarógrafo al sujetar la cámara, sea en trípode o con la mano. A continuación veremos las posiciones más frecuentes que realiza el reportero de prensa para la sujeción de la cámara.

- **Posición básica:** Cuando realizamos la grabación de algún evento a pie y sin la necesidad de apoyarnos en algo. Para mantener el equilibrio es necesario mantener las piernas ligeramente separadas, apoyar el codo derecho contra el cuerpo y el antebrazo izquierdo cerca del pecho.
- **Posición tendido:** se utiliza cuando el ángulo de grabación es bajo, por lo que el camarógrafo debe tenderse en el piso, apoyar el cuerpo con los codos sujetando la cámara con la mano derecha.
- **Posición arrodillado:** el camarógrafo apoya su codo, en cualquiera de las dos rodillas, que a la vez está apoyada en el piso.
- **Apoyo contra un muro:** se puede utilizar en posición de pie o sentado, el camarógrafo se apoyara contra el muro el cual le dará estabilidad al momento de captar la imagen.

- **Apoyo en una silla:** el camarógrafo utiliza el espaldar de la silla para apoyar la cámara y el espaldar a la vez quedara en la mitad de las piernas dándole de esta manera estabilidad en las tomas.
- **Apoyo sobre un automóvil:** el camarógrafo hace uso del techo de un carro, en donde apoya los codos dándole así fijación y estabilidad a la cámara.

Como se puede observar, el camarógrafo juega un papel importante en la construcción de la noticia a través de la captación de imágenes, ya sabemos que éstas servirán para contar la historia, reforzando y dando credibilidad a la narración del reportero. Por esto es importante también que el camarógrafo conozca la estructura de su cámara y estar capacitado para operarla de forma correcta, sin ocasionar daños a esta delicada pieza de equipo que se pone en sus manos.

3.13 Producción de noticias.

El noticiario de televisión, en varios aspectos es comparado con un periódico. Las noticias que se trabajan en el diario son parecidas a las historias que se presentan en el noticiario, por ejemplo contiene noticias locales, nacionales, internacionales, deportes etc., segmentos similares a los que contiene un periódico. En la televisión los titulares tienen como objetivo llamar la atención y guiar al televidente por los sucesos más destacados del día, de igual forma ocurre en un periódico, donde podemos encontrar la primera plana, que constará de una nota que contenga los valores noticiosos para ser noticiay que serán considerados para la elección de la noticia que abrirá el noticiario.

La idea de que un noticiario es igual a un periódico es algo relativo, una diferencia trascendental es que el receptor al leer el medio escrito puede revisar la nota principal o buscar notas de su interés a través de las páginas, en la televisión en cambio, no existe esa interacción ya que el televidente tiene la opción de ver la noticia más importante sólo una vez y en caso de no encontrar información de su interés en el noticiero puede cambiar de canal, restando importancia o perdiendo el interés en el resto de notas, por esto es indispensable que el material informativo que se entregue sea de calidad y que provoque el interés del público. (Hersh. C, 1998: 132)

Gordillo (2009) por su parte, sostiene que generalmente los contenidos de los teleinformativos están compuestos por información de actualidad sobre personas, objetos, situaciones y comportamientos que tienen que ver con los hechos denominados serios como son la política, sucesos, economía, cultura deportes, medio ambiente

sociedad, información meteorológica etc. Estas noticias tienen una frecuencia de emisión diaria, ubicadas en una franja u horario (medio día o noche) pudiendo ser además de carácter local, nacional e internacional. El noticiero se caracteriza por sus diferentes géneros que puede presentar durante la transmisión del espacio informativo, como un directo en vivo y otro grabado, dejando una sensación entre simultaneidad temporal y pasado muy reciente. *El noticiero, tanto los personajes como los espacios son reales y la organización narrativa es de carácter fragmentario, es decir, sabe combinar el subgénero del informativo como la crónica, el editorial y -en ocasiones- la entrevista.* (Gordillo. I, 2009: 50),

Para algunos autores, como Fombona, la información televisiva nace como síntesis del periodismo radiofónico y del noticiero de las actualidades cinematográficas. *Como parte de esta herencia radiofónica, y fundamentalmente por razones tecnológicas, su característica principal fue la brevedad de las informaciones y del propio espacio informativo que desde un principio no duraba más de 15 minutos, para luego estabilizarlo en 30 minutos. Este desarrollo es una paulatina separación de sus raíces en la prensa y la radio, y conlleva todo un proceso de elaboración y adaptación a un nuevo lenguaje audiovisual que se diferencia del estilo escrito y de la locución radiofónica: poco a poco se va desterrando la locución en óbusto parlante en favor de la ilustración con imágenes, se va adecuando la cadencia de locución a la narrativa televisiva y se valora la expresividad del total de los aspectos sonoros.* (Fombona. J, 1997: 66)

Si bien las raíces de los noticieros televisivos pueden asociarse a los géneros señalados, Gordillo (2009: 55) sostiene que la principal característica de los noticieros en comparación de otros medios de comunicación es su distintiva narrativa, la cual gira o se organiza alrededor de diferentes núcleos narrativos y orquestados en dos planos diferentes:

Trama enunciativa, formada por dos universos distintos.

- a) Trama enunciativa principal: todo lo que acontece en el set principal de grabación, es decir el lugar donde se ubican los presentadores con vista a la cámara y dirigiéndose al público, dando paso a los reporteros o leyendo los leads que dan paso a las noticias. *Gracias a ella se consigue la unidad narrativa del noticiero, se instaura el aquí- ahora de la enunciación que otorga*

el carácter de inmediatez con los sucesos narrados, se contextualizan y se relacionan las distintas noticias ofrecidas. (Gordillo. I, 2009: 55)

- b) Trama enunciativa secundaria: es el espacio y el tiempo donde se sitúan los diferentes redactores o periodistas que a su vez también miran a la cámara estas pueden ser elaborando pantallazos de las noticias y que son previamente anunciadas por el presentador

Trama subordinadas: hace referencia a las distintas noticias elaboradas por el reportero con antelación a la emisión del informativo. Estas están compuestas por voz en off y se complementa con la información entregada por el presentador pudiendo ser principal o secundario. *•Muestran un espacio variable, y una organización temporal donde momentos del pasado o incluso del futuro son más importantes que el mismo presente, que se reserva para la trama enunciativa.* (Gordillo. I, 2009: 56)

El autor señala además que estas tramas ofrecen otras, por ejemplo las de peculiaridades importantes para el noticiario como es la disgregación de elementos narrativos o fragmentación discursiva (Gordillo. I, 2009: 56). Más allá del contenido temático los noticieros están íntimamente ligados con la actualidad, por lo que la televisión tiene que buscar los medios para entregar esta información de una manera simple y ofrecerla de forma fragmentaria y dispersa. Estas características se recogen en varios niveles como: temático, formal, transversal, genérico o en relación a la producción y recepción, las cuales desarrollamos a continuación.

Fragmentación temática: los noticieros se componen por diferentes bloques de contenidos marcados por el ámbito argumental de las noticias pudiendo ser nacionales, locales e internacionales, sucesos, deportes, entre otros, todos ellos estructurados de acuerdo a la actualidad de cada día. Cada uno de estos bloques posteriormente se fragmenta temáticamente, pues se componen de pequeños núcleos argumentativos que son los encargados de organizar la noticia.

Fragmentación formal: organiza el contenido y el discurso, este es el caso por ejemplo del número de presentadores en el set, quienes irán alternando la narración, las ráfagas o cortinillas que separaran los bloques temáticos. También incluye la organización interna del relato de los hechos como la microonda en vivo, la nota informativa, el directo, la leída, entre otros.

Fragmentación transversal: esta podemos encontrarla en la *contemplación de más de un noticiero o de otros programas televisivos que cubren de forma discontinua, un mismo contenido informativo. El desarrollo de un hecho real se ofrece de forma fragmentada en distintos informativos -sobre todo si es una noticia cuyo alcance se extiende más de una jornada- y en otros programas de televisión. Noticias en distintas ediciones del telediario o durante varios días, entrevistas, reportajes, debates, organizan una información fragmentada de los acontecimientos de la realidad.* (Gordillo. I, 2009: 57)

Fragmentación genérica de los telediarios: es propia de la neotelevisión, anteriormente la información de los telediarios solían ser ajenos a otros géneros que no fuesen informativos, sin embargo ahora *con la hipertelevisión la publicidad comienza a colarse con el cuerpo de la noticia, en forma de patrocinios, bartering-trueque-, incluso de brandplacement-colocación de la marca- en el contenido de ciertas noticias.* (Gordillo(2009: 57). Dentro de los subgéneros del noticiero también encontramos diferentes variedades, por ejemplo, la combinación de la noticia, noticias, reportaje, editoriales, entrevistas, crónicas, entre otras.

Fragmentación en relación con los procesos de producción: de acuerdo a varios estudios del **newsmasking-elaboración de noticias-**, se ha comprobado el establecimiento de una rutina en la búsqueda y recolección de la información con el objetivo de formar la noticia con la ayuda de las agencias de noticias, corresponsales, declaraciones de protagonistas, consultas de fuentes, periódicos digitales, etc., consiguiendo fomentar así la fragmentación de los contenidos.

No se puede dejar de lado, como señala Pérez, que en la actualidad los sistemas multimedia han instaurado nuevos soportes para la transmisión y recepción de información noticiosa que dan prioridad al audio y video (Pérez. M, 1994: 282). Aun así, la radio y la televisión continúan siendo los principales medios en lo que concierne a la producción audiovisual, existiendo varias maneras de clasificar los noticieros:

- Por su cobertura geográfica: locales, nacionales e internacionales.
- Por su periodicidad: horarios, diarios y semanales.
- Por sus contenidos: generales y especializados.
- Por su duración: flash informativo, cápsula y noticiero.

- Por su horario de programación: matutinos, vespertinos, nocturnos y continuos o permanentes.
- Por sus recursos de producción: dependientes, mixtos y autosuficientes.
- Por la estructura económica de su organización productora: comerciales y no comerciales.

El manejo de la estructura informativa -de la misma manera que en el de la prensa escrita- varía de acuerdo a las características particulares de cada noticiero. La longitud y la profundidad de la estructura informativa, así como los géneros utilizados y el estilo del noticiero son aspectos relacionados con la estructura informativa que se ven afectados por la combinación de estas características. (Pérez. M, 1994: 282). Según Gargurevich(citado en Pérez, M. 1994: 282), lo más común para que la construcción de un noticiero es la utilización de una combinación de géneros periodísticos entre los que podemos encontrar:

- Noticia informativa
- Entrevista.
- Reportaje.
- Crónica.
- Comentario (pertenece a la columna o al artículo.)
- Reseña.
- Crítica.
- Gráficos (en televisión.)

Pérez (1994: 283) a su vez nos presenta una estructura informativa, que nos permite hacer una configuración macro de la elaboración de un noticiero:

- Entrada: **a)** bienvenida institucional, un texto no mayor de 30 segundos donde está la identificación del noticiero, nombre del programa, presentadores etc. **b)** bienvenida diaria: expresada de manera cordial por el presentador con el objetivo de invitar al público a ver el informativo.
- Cabezas: presentación de titulares con la información más relevante del día.
- Bloques informativos: sección del noticiero en la que se presenta la información combinando con los géneros periodísticos.

- Resumen: antes de culminar el noticiero se presenta un resumen de las noticias más destacadas.
- Salida: hay dos tipos de salidas. **a)** salida diaria: es la despedida cordial por parte de los presentadores. **b)** Salida institucional: es la presentación de los créditos de producción del noticiero.

Entre otras de las diferencias que se dan entre una noticia televisiva y una noticia de otro tipo de medio de comunicación, es la entrega de la cantidad de noticias, como señala Estremadoyro (2004), los periodistas televisivos no pueden entregar el mismo volumen de información que nos entrega un diario. Ante esta situación lo que hace un noticiero es seleccionar y condensar las noticias. El televidente no tiene la oportunidad de escoger las informaciones que le interesan como lo hace con un periódico, sino que tiene que aceptar lo que le ofrecen. *Los editores del noticiero, por lo tanto, deben pensar en los límites de la atención que puede prestarle su teleaudiencia. De ahí que deba acudir a los recursos del <<espectáculo televisivo>>* (Estremadoyro. A, 2004: 151).

Ante estos aspectos se puede concluir que un noticiero televisivo es un discurso fragmentario iniciando desde su configuración estructural, sus contenidos temáticos y de adscripción genérica, así como por los elementos expresivos que lo conforman, sin olvidar la producción y recepción.

El espectáculo televisivo en un noticiero no es más que el juego de la información que contiene cada bloque que se emite por televisión, por esto se debe tener un buen criterio periodístico para seleccionar de forma correcta la información en función del interés de la mayoría de televidentes.

3.14 Imagen y estilo.

Cuando una persona ve un noticiero siente que existe un cierto feeling -sentimiento o emoción- hacia el reportero o presentador, sin embargo este nexo no es coincidencia sino que es el fruto de una imagen cuidada creada por el medio, imagen que determina el estilo del noticiero, *un profesor universitario o médico pueden proyectar el aspecto de un profesional competente. El dependiente de una tienda puede acercarse al comprador con un aire de interés sincero. Cada uno de nosotros tiene una imagen de sí mismo que proyecta al público* (Hersh. C, 1998: 132). De igual manera un noticiero proyecta una determinada imagen a su público, por esto el medio debe tener claro

qué imagen va a proyectar, debe encontrar un estilo apropiado y los medios técnicos para comunicarlo. Mientras que un noticiero que desea presentar todo su profesionalismo y poderío podría utilizar un escenario con varias pantallas y en ellas proyectar diferentes gráficas del medio o tomas de noticias internacionales que dará la sensación que el medio está conectado con el resto del mundo. De la misma forma ocurre con los reporteros y otros personajes de pantalla. Todos estos detalles y observaciones son sumamente importantes a tener en cuenta, debido a que reflejarán la credibilidad de cada uno de sus comunicadores, como también del medio y de sus programas informativos. (Hersh. C, 1998: 132)

3.15 La naturaleza del lenguaje televisivo.

Al analizar el lenguaje televisivo se debe considerar en primer lugar que el canal de televisión, el medio, por el cual se emite el mensaje es un canal acústico e icónico, por el cual imagen y sonido viajan al mismo tiempo, según explican Gimeno, Jauset y Peralta. Además, cabe considerar que el estilo lingüístico que predomina es el modo oral, el del habla. Es necesario considerar, sin embargo, algunas condicionantes que se dan en el caso de un teleinformativo *o concurren unas condiciones que no se dan así, juntas, en otras situaciones comunicativas. Estas condiciones son planificación, la unidireccionalidad, la polifonía y el uso restringido de la gestualidad.* (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 15).

- **Planificación:** detrás de cada programa informativo que se emite existe un trabajo meticuloso por parte del equipo que saca adelante el teleinformativo. Todo lo que se dice alguien lo escribió con anterioridad, con excepción de las salidas en directo y los diálogos entre presentadores.
- **Unidireccionalidad:** hace referencia al momento de la redacción de la noticia, como ya sabemos ésta debe ser clara, precisa, contrastada sin ambigüedad, considerando que el discurso de un informativo de televisión no espera una respuesta inmediata del telespectador pues no pueden intervenir.
- **Polifonía:** El discurso de un noticiero es polifónico; es decir existen varias voces, como de los presentadores, de los redactores que narran la noticia, las voces de los entrevistados, el sonido ambiente, etc. Entre éstas predominan las voces de los periodistas, del presentador y de los enviados especiales o que locutan un off.

- **Uso restringido de la gestualidad:** la gestualidad es una condición espontánea del habla donde transmitimos mensajes no sólo con palabras sino también con los movimientos del cuerpo o con rasgos extralingüísticos y paralingüísticos; por rasgos extralingüísticos consideramos los gestos, la postura, facciones del rostro etc., mientras que paralingüísticos hacemos referencia a una carcajada o resoplido, un suspiro etc. Todos estos rasgos en un noticiero televisivo son controlados por el periodista o presentador, con el fin de mantener una imagen.

3.16 Formatos de la información.

Se consideran formatos de información a los productos comunicacionales que han sido producidos por el medio, esto principalmente se da gracias a labor del reportero que ha recopilado la información encomendada por el jefe de información, este material saldrá al aire como noticia o información en sus diferentes formatos como los que veremos a continuación. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 16)

3.16.1 Conexión en directo o microonda.

Una conexión en directo es un enlace en tiempo real entre dos o más lugares. Esta es una de las herramientas más utilizadas por los profesionales porque le permite narrar o contar los hechos desde el lugar y al mismo tiempo entrega un plus de credibilidad tanto al noticiero como al reportero. Las conexiones en directo entregan el valor de la inmediatez informativa, el acortar la distancia temporal o geográfica entre el medio y el receptor es todo un reto y más aún cuando son noticias previsible que contienen información de relevancia pública y de interés general, como por ejemplo un incendio de gran escala, embotellamientos en el tráfico, accidentes de tránsito, inundaciones por lluvias, entre otros eventos, que el jefe de información valorará para su transmisión. Dentro de las conexiones en directo caben también las retransmisiones de acontecimientos de actualidad como los Juegos Olímpicos o una cumbre internacional. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 16)



Gráfico: 30 (Reportero de televisión española en un reporte en vivo.)

3.16.2 Pieza, video o VTR.

Es uno de los productos más comunes y completos ya que puede incluir todos los ingredientes como: imagen, texto informativo redactado por el reportero o periodista u off locutado, declaraciones o fragmentos de la entrevista, sonido ambiental importante para contextualizar el entorno, las presentaciones a cámaras de los reporteros o conocidos también como pantallazos, la infografía, fragmentos de imágenes y audio sin off. La noticia en este formato es grabada y editada antes de la emisión del informativo. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 22)



Gráfico: 31 (Operador de vtr rodando la nota informativa.)

3.16.3 Colas o leídas.

Es el texto leído directamente por el presentador, presentadora o enviados especiales. Este tipo de noticias tiene dos partes que se diferencian: la imagen y el audio por un lado y el texto informativo por el otro. Este formato se presenta o inicia con la lectura del presentador sea desde el teleprompter u hojas con referencia a la cámara y luego de unos segundos la pantalla es cubierta por imágenes las cuales hacen referencia al texto, al terminar la lectura luego de unos pocos segundos el presentador regresa a la cámara y continua con otras noticias. Este es un formato dinámico, vistoso y utilizado generalmente para las noticias de última hora o dispuestos a cambios. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 22)



Gráfico: 32(Presentadora leyendo el texto informativo.)

3.16.4 Entradilla o lead.

La mayoría de las notas o videos tienen una introducción que es leída por el presentador o anchor que aparece en la cámara, el fin de estos pequeños textos es despertar el interés del espectador, dar paso a las noticias y finalmente dotan de personalidad al informativo. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 22)



Gráfico: 33 (Presentadora leyendo el lead de la noticia.)

3.16.5 Total, corte de voz o directo.

Un total es considerado como la declaración de una persona o un fragmento de esta declaración. Cuando una persona expresa o piensa lo que siente a un periodista es una declaración, posteriormente el periodista con su criterio valorativo elegirá ciertos fragmentos de las declaraciones y mediante la edición sacará lo más importante para transmitirlo por el medio de comunicación. A estos fragmentos se les conoce como totales o directos, este último más conocido en nuestro día a día periodístico. Esta práctica de los directos o totales se le denomina *periodismo de declaraciones* una práctica poco informativa y utilizada con frecuencia para políticos y deportistas.(Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 28)

Podemos sostener entonces, que los formatos de la información son ejes muy importantes que determinan la funcionalidad y agilidad que tienen los noticiarios al momento de presentar las noticias. Estos formatos buscan informar, digerir la información y mantener la atención de los televidentes en las diferentes emisiones informativas.

La inmediatez de la noticia y la selección adecuada del formato a utilizar será pieza clave de los informativos, lo que el público sabrá valorar al momento de decidir que noticiario seguir o no y a la vez reforzará la credibilidad que tiene hacia el medio.

3.17 Etapas de la producción televisiva.

Para Prado (2011: 13) la producción de televisión no es el trabajo de una sola persona, sino que es el trabajo de varias personas que se mueven de manera organizada conformando un equipo. Al ser un amplio grupo de trabajadores la planeación y la precisión jugaran un papel importante entre las partes involucradas; el equipo deberá combinar sus conocimientos, talentos, habilidades, creatividad y disciplina para cumplir el objetivo general: la producción de televisión con calidad. ¿Pero quiénes intervienen en la producción?

3.17.1 Elementos que participan de la producción.

Sin duda en la producción de un programa televisivo intervienen varias personas o profesionales que desempeñan trabajos específicos. De acuerdo a Herbert(2010: 41), según sus funciones y al orden de intervención de los expertos en una producción televisiva, pueden dividirse en:

- Personal administrativo.
- Personal de producción.
- Personal técnico(s).
- Elementos de contenido.

3.17.2 Elementos administrativos.

Esta puede ser considerada como la etapa inicial, el personal administrativo del canal, de la agencia de publicidad o el cliente, intervienen en esta primera etapa con la firma de contratos de servicios, tanto técnicos como de producción. Una vez firmado el contrato, se puede elaborar el presupuesto para el producto que se quiere realizar (serie, programa, noticiero, etc.) En esta firma intervienen.

- Jefe de producción del canal.
- Cliente anunciante.
- Jefe de presupuesto de la televisora.
- Contador encargado de la producción en particular.
- Director de nóminas (si lo hay).
- Jefe de trámite de pagos.
- Cajero.

3.17.3 Elementos de producción.

Los elementos de acuerdo a sus funciones en la producción son:

- Escritor del programa.
- Productor.
- Director o los directores, de acuerdo al tipo de programa.
- Escenógrafo.
- Carpinteros, decoradores, tramoyistas, entre otros.
- Encargado del vestuario.
- Diseñador de la producción.
- Director artístico (si lo hay)
- Maquillista.
- Peluquero.
- Utilero.
- Coordinador de estudio o floor-mananger.
- Apuntador.
- Rotulista o el diseñador de créditos.
- Secretarias.
- Lector o script (asistente del director en la cabina).
- Coordinador o jefe de producción.
- Editor.

3.17.4 Elementos técnicos.

Todo el equipo participa en la producción del programa, sea este en el estudio o en un control remoto -manipulación de equipos- y son los siguientes:

- Director técnico del estudio.
- Operador de video.
- Operador de audio.
- Iluminador.
- Microfonista.
- Ayudantes de cámaras.
- Camarógrafos.
- Operador del boom.

- Operador de la grabadora de audio.
- Operador de la maquina videograbadora.
- Apuntador electrónico.
- Asistentes de iluminación.
- Encargados de las microondas.
- Operador de telecine, si se usa.
- Operador central de video.
- Operador de control maestro.
- Operador del transmisor.
- Encargado de estaciones repetidoras o satélites.

3.17.5 Elementos de contenido.

Estos elementos corresponden a aquellos que son preparados por personas que trabajan frente a la cámara y aportan el contenido del programa, estos pueden ser informativos, deportivos, entretenimiento, educativo o cualquier clase de evento especial. Es lo que el televidente va a ver en su pantalla y que se ha generado en diferentes localidades y en espacios internos o externos. (Herbert. Z, 2010: 43)

De acuerdo a lo señalado por Herbert, cada uno de estos elementos está al mando de un jefe, pero en términos administrativos estarán bajo el mando del productor del programa. En cuanto al elemento artístico y a las personas que participarán en el programa son dirigidos por el director y tendrán que acatar sus decisiones como autoridad máxima, *õya que el productor o el ente productor lo han contratado para dirigir y hacer el programa, y para responder a los resultados. Lo mismo deberán hacer los técnicos. No se puede exigir responsabilidad sin autoridadö.* (Herbert. Z, 2010: 43-44).

3.18 Tipos de programas.

Las producciones televisivas pueden diferenciarse entre sí de acuerdo al contenido que presenten, Herbert (2010: 127), señala que los programas televisivos se realizan de acuerdo a las características, contenidos y metas que el medio quiere conseguir al producir un programa, pudiendo clasificarse de la siguiente manera:

- De entretenimiento o diversión.
- Informativos.

- Didácticos.
- Culturales.

3.18.1 Programas de entretenimiento o diversión.

Estos programas tienen como fin divertir y entretener a los televidentes, brindándole espacios de ocio a toda la familia. En estos programas se puede encontrar distintos tipos de géneros como: las revistas musicales, las revistas familiares, programas cómicos musicales, telenovelas, programas de concurso, películas, reality show, series etc. Aquí también caben algunos programas deportivos como el box, fútbol, lucha libre, entre otros.

3.18.2 Programas didácticos.

Tienen como objetivo enseñar al televidente alguna disciplina, arte, oficio o algún tipo de ocupación. Dentro de este tipo pueden encontrarse los programas académicos de las diferentes etapas de la educación como escolar, colegial y universitaria, existen programas de idiomas, de costura, cocina, gimnasia, belleza personal, artes manuales, economía para el hogar, entre otras actividades. Estos programas también cumplen con el propósito de dar un servicio al televidente y a la comunidad para elevar de esta manera sus conocimientos sobre diferentes prácticas, es por esto que este tipo de programas han ido ganando espacios dentro de las producciones televisivas.

3.18.3 Programas culturales.

Elevar el nivel cultural del televidente es uno de sus objetivos presentando programas especializados sobre arte y cultura. El éxito de estos programas se encuentra en que sean dinámicos para que el receptor no pierda el interés. En este grupo se enmarcan: los debates, la danza, la ópera, el ballet, los programas científicos y tecnológicos, los conciertos, entre otros. Un programa bien producido, con imágenes claras y un texto ágil y claro, evitará que el televidente pierda el interés, por el contrario agradecerá el tipo de información que recibió al descubrir algo nuevo. (Herbert. Z, 2010: 129-130)

3.18.4 Programas informativos.

Estos programas cumplen uno de los roles más importantes de la televisión que es informar y comunicar. Tienen la responsabilidad, además, de informar con honestidad y oportunamente, evitando caer en el amarillismo, por esto exige un manejo serio y delicado de la información teniendo en cuenta las consecuencias y efectos que puede provocar. El programa informativo ha ido en crecimiento en todos los medios de

comunicación, tiene a su favor el uso de las tecnologías como las microondas y el satélite, que permite estar en los lugares donde se desarrollan los hechos importantes manteniendo así a los ciudadanos informados. En este género se enmarcan los noticieros, los programas de opinión, editorial y reportaje, programas de análisis políticos y gubernamentales, los debates, las mesas redondas. También encontramos los flashes informativos, las cápsulas, las crónicas, entre otros elementos que conforman la larga lista de la información. (Herbert. Z, 2010: 128)

3.19 Las etapas de la producción.

La producción de un programa es un trabajo arduo que implica la ayuda de un conjunto de especialistas, con el objetivo de alcanzar el producto deseado, según Prado (2011: 16), para que esto se haga realidad hay que seguir tres etapas de la producción:

- Etapa de preproducción.
- Etapa de producción.
- Etapa de postproducción o emisión directa.

3.19.1 Etapa de preproducción.

Para Molina. C, (2012), en esta etapa el director de noticias o jefe de información, planifica la cobertura de eventos y revisa las diferentes fuentes noticiosas a buscar, se organiza la información, en el caso de tener notas que no pierden actualidad se revisarán y seleccionarán para que salgan al aire, y se prevén cada uno de elementos que darán cuerpo al noticiero como: enlaces en vivo, llamadas telefónicas, gráficas especiales, entre otras. Posterior a esto se realizará la reunión del consejo de redacción, que de acuerdo a Botero y Restrepo (citados en Molina, C. 2012) es el espacio en el cual los editores, los jefes de redacción, los reporteros y el director deciden la agenda de noticias que se cubrirá ese día, además de examinar los aciertos y errores del día anterior. Una vez definido los temas se proceden al reparto de temas, a cada reportero se le asigna una o varias noticias con las indicaciones sobre el tratamiento de la información y el enfoque que se les darán.

Este tipo de reuniones *permite coordinar los esfuerzos del equipo y les permite discutir y analizar las propuestas para los temas del día y que deberán trabajarse en la jornada.* (Molina, C., 2012: 13)

3.19.2 Etapa de producción.

La etapa de producción se inicia cuando los reporteros ya disponen de las imágenes y sonido correspondiente a cada noticia, por lo que corresponde es la redacción y edición de la información. De acuerdo a Molina (2012) en este proceso se añade la locución del redactor, se monta la imagen y el sonido para crear las notas o géneros acordados en la mesa de redacción y se seleccionan los bites o los videos sin locución. Fernández (citado en Molina, C., 2012) señala que al volver a la estación o al canal, el reportero prepara un informe sobre la cobertura, destaca los hechos más importantes y visualiza el material gráfico.

Mientras se realiza la revisión y redacción de noticias se irá conformando el guion, que contendrá el orden en que pasarán las notas con sus respectivos géneros, posterior a esto se organizarán los leads que leerá el presentador y se elaborará la escaleta. *õA medida que se aproxima la hora de emisión deben finalizarse los elementos que van a componer el noticiario. Se preparan los rótulos que serán emitidos para cada elemento. Antes del comienzo del informativo deben estar terminadas de montar la mayor parte de los vídeos pero es posible que algunos se terminen de preparar después de iniciada la emisión del informativo.õ*Molina. C, (2012)

3.19.3 Etapa de postproducción o emisión directa.

De acuerdo a Molina (2012), en esta etapa el noticiero sale al aire y se presentará todo el material recopilado por los reporteros. Durante la emisión en directo se efectúan los siguientes procesos:

- Coordinación de cámaras, sonido e iluminación en el plató o set.
- Lanzar los videos.
- Insertar rótulos.
- Mezcla de imagen
- Mezcla de sonido:
- Micrófonos
- Vídeos
- Directos
- Sintonías (discos compactos, mini disc u ordenador)
- Seleccionan los encuadres de las cámaras
- Fin de la emisión

3.20 Estructura de un informativo.

Según Suárez (2009: 50) los informativos generalmente tienen la siguiente estructura:

3.20.1 Cabecera.

Pieza audiovisual que contiene los rasgos icónico-sonoros del programa, en el caso de los informativos es breve y adquiere fuerte carga institucional.

3.20.2 Saludo de los conductores.

Apelación directa del conductor al espectador en forma de prólogo o preámbulo.

3.20.3 Sumario titulares.

Segmento que anticipa los contenidos más relevantes de la emisión.

3.20.4 Noticias.

El grueso del informativo, está formado por un conjunto de noticias relacionadas temáticamente en forma de bloques de contenido.

3.20.5 Deportes.

Segmento que contiene varias notas con lo último del acontecer deportivo.

3.20.6 Despedida.

Saludo al inicio del informativo y despedida al final por parte de los presentadores, apoyan la defensa del informativo como discurso unitario y estructurado narrativamente.

A modo de conclusión de este apartado, podemos sostener que la producción televisiva es uno de los momentos más importantes de un medio de comunicación, la generación de un producto comunicacional es una gran responsabilidad y un reto para los profesionales que laboran en la empresa.

Como vimos anteriormente generar un programa educativo, de entretenimiento o cultural, conlleva la movilización de varios profesionales que van desde el personal de producción hasta los profesionales de contenido, juntándolos forman un grupo numeroso, por lo que la organización y la disciplina, sin duda, son un punto fundamental que permite la producción marche de la mejor manera y alcance los objetivos planteados

En el caso de un programa informativo las etapas de preproducción, producción y postproducción o emisión directa, deben ser totalmente respetadas, éstos son los pasos seguros para producir la información y para la producción del noticiero. Por tal motivo una buena organización acompañada de una correcta agenda temática y un personal periodístico dispuesto a colaborar, lograrán que el noticiero llame la atención del público por la calidad del material informativo lo que le da credibilidad al medio de comunicación.

Sin desmerecer a la prensa escrita y a las estaciones de radio, cabe señalar que uno de los aspectos positivos de los medios televisivos es la gran audiencia que generan, estos programas generalmente cuentan con auditorios más numerosos y analíticos.(Molina. 2012).

Capítulo 4

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE INFORMACIÓN EN UN CANAL DE TELEVISIÓN.

4.1 Preproducción del manual.

El objetivo del siguiente manual es dar a conocer las funciones que cumple un jefe de información en un canal de televisión. Este material busca ser un apoyo para los estudiantes, comunicadores, periodistas o profesionales de la comunicación que van a incursionar en el mundo de la producción teleanformativa, que por sí misma es un reto si no se tiene claras las funciones de cada uno de los equipos que componen la producción.

Si bien en las aulas de las universidades nos enseñan las pautas de cómo se debe hacer un noticiero en la vida real esta situación varía, en mayor o menor medida para unos y para otros dependiendo de diversos factores que determinan que logremos la realización de un buen producto final.

Es en este marco, en base a una realidad que si bien es conocida para algunas personas, para otras es totalmente desconocida, que se presenta este manual que esperamos sea un apoyo para quienes se inicien en esta labor. Este material se compone por la revisión y presentación de fuentes bibliográficas, que evitará caer en la subjetividad de los temas expuestos y será reforzado con la experiencia vivida en la producción y emisión de diferentes noticieros tanto locales como nacionales.

4.2 Temática del manual.

Este manual contendrá diferentes temas dirigidos a la producción de noticias como son: la noticia, dominio de los géneros periodísticos, el criterio periodístico, fuentes de información, elaboración de la agenda temática, la función del reportero, camarógrafo, editor, etc. Además, tendrá formatos de la información, etapas de la producción de un noticiero, estructura del informativo, personal que trabaja en una emisión del noticiero en vivo, entre otros. Temas que son de total dominio del jefe de información o director de noticias y que se encuentran dentro de sus funciones principales como cabeza de un programa informativo.

4.3 Orientación del manual.

El siguiente manual está orientado para los profesionales de la comunicación, como también a los estudiantes que les servirá como una fuente de información y al público en general quien por cultura general desea saber las funciones de un jefe de información.

4.4 Objetivo.

Elaborar un manual sobre el trabajo que desempeña el Jefe de información de noticias de un medio de comunicación televisivo, que sea una guía para estudiantes y/o profesionales que se insertan a trabajar en el medio televisivo.

4.5 Justificación.

El manual de funciones del Jefe de Información de un Canal de Televisión, se justifica, por ser un material que presenta los procedimientos paso a paso que el profesional de la comunicación debe seguir para obtener el producto informativo. Es un material que no existe en la universidad, por lo que servirá de guía para que otros estudiantes de la esta casa de estudios continúen reforzando los conocimientos sobre la figura del Jefe de Información, que si bien es un personaje que muchas veces pasa desapercibido, cumple un rol sumamente importante como es la generación de la información en los medios de comunicación televisivos.

4.6 ESQUEMA.

Como su nombre lo dice el esquema es una estructura o principio que constituye la base o la condición de algo. Los contenidos que se presentarán en nuestro manual son los siguientes:

Qué es noticia: la noticia es el resultado de establecer la importancia de un evento, se basa en dos aspectos: su acontecimiento reciente en el tiempo y su relación con el público o audiencia. La noticia establece su relación con la audiencia a partir de un valor determinado por el sistema: como es la relevancia, valor que define el grado de importancia que se otorga a una información, con base en su estimación de los intereses del público o audiencia. (Maximiliano citado en Gargurevich, 1982: 25)

Dominio de los géneros periodísticos: la evolución de los medios de comunicación plantea nuevos estilos en el uso y empleo de los géneros periodísticos. Charles

Prestwich Scott, editor del diario británico The Manchester Guardian en 1921, escribió: *“El comentario es libre, pero los hechos son sagrados”*, una observación que entró en debate y que incluso para algunos académicos es una formulación ingenua y engañosa.

Para Hernando(2000: 16) *“actualmente, en la sociedad de la información, los dos polos entorno a los cuales se suelen agrupar los géneros periodísticos son la información y la opinión. En la prensa anglosajónica es clásica la distinción entre dos grandes géneros, la noticia y los comentarios. En los países latinos se desarrolla entre ambos extremos.”*
El autor distingue los siguientes géneros:

Géneros informativos: los géneros informativos utilizan diferentes formatos y soportes comunicativos dependiendo de la finalidad que tenga, Sabés(2009: 32) manifiesta que el objetivo principal es informar a la audiencia, sin interpretación ni opinión por parte del periodista, se caracterizan, esencialmente, por ser narrativos y descriptivos, pudiendo separarse los siguientes tipos: noticia, reportaje y entrevista.

- **La Noticia.** Es la publicación de un suceso, en el cual se reconstruye los acontecimientos registrados en las 24 horas del día, siendo el producto del trabajo periodístico y el fin de los medios informativos, donde se conjugan las tareas de investigación, búsqueda de fuentes, verificación de datos, selección y aplicación de criterios de noticiabilidad, armado del contexto, modalidades discursivas, procedimientos de clasificación y al final su valoración se mide en términos de primicia y de espectacularidad. (Stella Martini, 2004: 107)
- **Reportaje informativo:** presenta un hecho noticioso que contiene declaraciones de personas, descripción de ambientes o del lugar entre otras, todo esto desde una perspectiva descriptiva y objetiva. Generalmente este género está compuesto por datos numéricos obtenidos por informes especiales, el uso de infografías e incluso se utilizan algunos artículos valorativos sobre datos que ofrecen. En todo este trámite no debe haber opiniones personales o valorativas. (González. E, 2012: 30)
- **Entrevista informativa:** es utilizada para profundizar en la noticias sobre determinado tema, el periodista busca datos precisos y concretos mediante el testimonio de una persona que ha observado el hecho teniendo así información de primera mano. Este género posee un lenguaje objetivo y en algunos casos

resulta frío por la falta de la interpretación de los hechos. (González. E, 2012: 19)

Géneros Interpretativos: buscan ubicar los hechos en su contextualización, para que la interpretación del periodista sea explicativa, mediante hipótesis o entrevistas hacia algún personaje o personajes que a través de la noticia logran que prevalezca su opinión. Este género busca despejar las dudas del público mediante las preguntas cómo, por qué y para qué. A través de su criterio nos dará a conocer las consecuencias presentes y futuras de los hechos, pasando a segundo plano la información de actualidad. Los géneros que lo representan son: reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica. (Salvatierra. R, 2009:165)

- **Reportaje interpretativo:** Este género surge en los años sesenta rompiendo grandes esquemas definidos hasta ese momento, según Sergio Fernández, el reportaje interpretativo *“pretende informar sobre un hecho de actualidad, como lo hace también el reportaje objetivo, pero con la diferencia de que incorpora valoraciones subjetivas.”* (Fernández. S, 2007: 123)
- **Entrevista interpretativa:** la entrevista es un diálogo entre dos o más personas, donde uno de ellos prepara las preguntas con anterioridad mientras otra responde estas preguntas, en este caso es el entrevistado. Además, de acuerdo a Echazarreta, *“mediante la entrevista, podemos conocer a una persona, cuáles son sus opiniones, sus preocupaciones, su carácter, anécdotas de su vida, por lo que se puede establecer fundamentalmente tres formas diferentes de entrevistas: de declaración, de personalidad y de fórmulas establecidas.”* (Echazarreta. J, García. A, 2002:294),
- **La crónica:** Según Hernando (2000: 21) la crónica es considerada un género híbrido, ya que tiene rasgos tanto informativos como interpretativos, pero que finalmente tiene un mayor alcance informativo, de acuerdo a lo que plantea Vivaldi (s/f: 128-129) es *“una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado.”*

Géneros de opinión: El género de opinión es también conocido género formativo, caracterizándose por la por la difusión de opiniones, puntos de vista y criterios que

pueden ser del editor o del periodista. (Llanos. S, 1993: 44). En la mayoría de los medios de comunicación, sean escritos, radiales y televisivos, se responde a una posición ideológica, doctrinal o política del dueño del medio que busca generar una reacción del público hacia determinado hecho mediante el mensaje. Los autores Echazarreta y García (2012: 145) nos detallan de una manera concisa cada uno de los géneros de opinión.

- **Editorial.-** su contenido es netamente responsabilidad del director y de quienes forman el consejo de redacción. Aparece sin firma tratando algún tema de actualidad y presentando la ideología del medio.
- **Columna.-** es un texto parecido al de opinión, es un comentario sobre un tema de actualidad que es firmado. Los columnistas de esta sección generalmente son personas de prestigio y que colaboran siempre para el medio.
- **Artículo.-** aquí el autor del texto desarrolla su punto de vista sobre cualquier tema. El autor siempre firma el mismo y se hace responsable del contenido.
- **Comentario.-** el comunicador cuenta y comenta lo que está sucediendo y es considerado uno de los géneros más delicados por lo que el periodista debe especializarse para analizar a profundidad un tema.

El criterio periodístico: Es el juicio que tiene el informador para discernir, clasificar o relacionar una cosa a partir de la cobertura e investigación de temas de interés público, estos deben ser contrastados, sintetizados, jerarquizados para publicarlos con el objetivo de informar y constituir una opinión pública. Si bien el criterio periodístico ha ido evolucionando con el pasar del tiempo y se ha jerarquizado en el proceso de construcción o la elaboración de las noticias, tanto el periodista como el jefe de información tienen la obligación, además de desarrollar este sentido, de respetar ciertas reglas y normas del periodismo que les permitirá clasificar y desarrollar lo que es noticia e información.

Fuentes de información: las fuentes de información son fundamentales en el desarrollo del acontecimiento para dar paso a la noticia. No es común que los periodistas sean testigos directos del o de los hechos, por lo que necesitan recurrir a otras personas o instituciones para acceder a la información que le permitirá construir su relato periodístico. *La fuente informativa es el canal personal o institucional que*

suministrará datos sustanciales o complementarios por ser protagonista o conocedor de los entresijos-oculto- del acontecimiento. (Vázquez. M, 2009: 89). Por su parte Martínez (2002: 45) nos dice que se pueden establecer tres grandes grupos de fuentes como:

Fuentes personales: Estas según Martínez (2002) son personales, privadas. De acuerdo a Orión (2006) dentro de este tipo de fuentes se pueden encontrar:

- Los protagonistas (víctimas, culpables/sospechosos, familiares, autoridades, etc.)
- Los voceros y jefes de prensa (de funcionarios, políticos, empresarios, etc.)
- Los contactos (personas a las que el periodista recurre con cierta frecuencia y con las que mantiene una relación de cierta confianza)
- Las agencias de prensa (equipos de periodistas o licenciados en comunicación que contratan instituciones o empresas de forma permanente o por una actividad determinada)
- Los periodistas de otros medios (colegas de otras ciudades del país o del exterior que son consultados sobre hechos que ocurren en sus áreas de influencia)

Fuentes documentales o escritas. Documentos que tienen información importante para el periodista. Dentro de estas fuentes es indispensable distinguir entre documentos privados o secretos y los documentos públicos (Martínez. M, 2002: 46). Estos documentos se establecen de la siguiente manera:

- **Archivos:** cualquier entrevista o elaboración precisa de un reportaje, requiere de un minucioso trabajo de consulta documental.
- **Texto libre consulta:** se encuentran a disposición del público y pueden ser utilizados por el periodista para documentarse cuando realiza un trabajo de investigación.
- **Documentación varia:** hace referencia a cualquier tipo de escrito que no se encuentra clasificado en los apartados antes mencionados, estos pueden ser folletos, correspondencia y publicidad entre otros.
- **Banco de datos:** sirven como instrumentos documentales y de consulta, son utilizados por los periodistas para realizar investigaciones de precisión. Borrat, lo diferencia en dos grandes grupos de fuentes como las gubernamentales y no gubernamentales.

Fuentes gubernamentales: Estas se hacen presentes cuando el gobierno a través de sus comunicadores o representantes de otras instituciones, se constituyen en la fuente de información de primer orden. Estas fuentes ocupan lugares privilegiados en la estructura del poder político, militar, estatal, jurídico, científico o económico. Los medios de comunicación suelen dar total cobertura a este tipo de fuentes frente a las opositoras, como en el caso de los sindicatos mayoritarios frente a los sindicatos minoritarios. (Martínez. M, 2002: 46)

Fuentes no gubernamentales: Son fuentes que se componen por un amplio abanico. Por un lado estarían las fuentes cercanas al gobierno pero que no pertenecen a él, y al otro lado están las fuentes de oposición muy importantes para contrarrestar las informaciones emitidas por el gobierno. También se encuentran las fuentes centrales que son las políticas y económicas que aportan datos relevantes y que se incluirán en las secciones de política nacional, economía y sociedad, entre otras. Existen además, fuentes de alcance inferior que se les denominan "locales" que entregan información de interés para la comunidad como de hospitales, escuelas, entre otras. (Martínez. M, 2002: 46-47)

Identificación de la fuente.

De acuerdo a Echevarría existen dos tipos de tratamientos que los medios dan a las fuentes de información: los citables y lo atribuible. *Lo citable es la información misma, el conjunto de datos comunicados por la fuente de información y publicados por el medio. Lo atribuible se refiere a la identidad de la fuente de estos datos, su identificación completa o incompleta o su no identificación.* (Echevarría. B, 2011: 82). La atribución se refiere a la forma en la que el periodista revela que la información obtenida proviene de determinada fuente. Gran parte de los periodistas sabemos que la identificación de la fuente entrega una mayor credibilidad a la noticia y que el público lo toma como una garantía de la fidelidad de los hechos.

Cuando la información procede de otra persona, el periodista se puede encontrar con diversas situaciones a partir de las cuales podrá atribuir las citas a las fuentes. (González. J, 2004: 178). Así podemos encontrar:

- **Atribución directa (ontheredord):** el medio de comunicación identifica a la fuente y se refiere a la información que ha proporcionado. Ejemplo: El Ministro

del Interior, José Serrano, anunció que más de cinco mil uniformados serán separados de la policía.

- **Atribución con reservas:** el medio de comunicación no identifica a la fuente, pero la sitúa y cita la información proporcionada. Ejemplo: voceros del Ministerio de Educación, indicaron que el incremento presupuestal para las universidades públicas no depende de la voluntad del ministerio, sino de la aprobación general del presupuesto por parte de la Asamblea Nacional.
- Habría dos tipos de atribuciones con reservas: **a) Onbackground o Notforattribution:** información atribuible con palabras entrecomilladas a una fuente precisa, oficial o particular, pero no una persona determinada. Y **b) Ondeepbackground:** información no atribuible a una fuente precisa, ni siquiera a una fuente de carácter colectivo. Las fuentes en este caso no son oficiales, son fuentes que han solicitado el anonimato. Ejemplo: un alto funcionario que solicitó no ser identificado.
- **Atribución con reserva obligada:** el medio de comunicación convierte en anónima -ante la audiencia- la fuente que utilizó y publica la información en nombre propio para darle credibilidad. Ejemplo: según pudo establecer Ecuavisa, el presupuesto general para la Universidad Central se reducirá en términos reales.
- **Atribución con reserva total (off the record):** el medio de comunicación no publica la información recibida, por lo que tampoco la atribuye a alguna fuente. Es material no difundible y es de uso interno del periodista o del medio. Es útil porque permite determinar indicios y pistas del posible trabajo del investigador. Por ejemplo: Garganta Profunda, en el caso Watergate, 1974.

La agenda temática.

El periodista no trabaja solo para la producción de noticias. Peralta (2012: 45), sostiene que el jefe de informativos y el consejo de redacción son los que eligen las noticias que se van a cubrir y por tanto, son los responsables de elaborar la agenda temática, que deberá prever posibles cambios si el hecho o acontecimiento lo amerita y tras una valoración realizada por el jefe de información.

Para González, A. (2000), la elaboración de una correcta agenda temática se asienta en el cumplimiento de diferentes premisas organizativas. Para esto los medios de comunicación deben dotarse de una planificación en dos fases:

- **Fase inicial diaria:** en virtud de las previsiones y noticias que puedan emerger durante el período de producción periodística. Para ello, se tienen en cuenta tanto las previsiones de la plantilla redaccional como las de los colaboradores.
- **Fase a medio plazo:** que prepara el tratamiento de temas anunciados. La misma constituye una operación previa y de carácter estratégico, cuyo fin es garantizar la cobertura de noticias. Además, el establecimiento de la agenda temática se realiza en consonancia con dos superficies específicas: la redaccional y la publicitaria.

El reportero.

De acuerdo a la UNESCO, (Rincón, 2001) el periodista o reportero es una persona o trabajador que realiza la captación, el procesamiento y definición de informaciones mediante los medios de comunicación, pudiendo desarrollar en medios escritos, radiales y/o televisivos. *Este proceso no es científico, sino que responde a una acción humana (por lo tanto, subjetiva), a una práctica de la construcción de la realidad (por lo tanto, política) y a una competencia profesional (por lo tanto, cultural y de formación, académica.)* (Rincón, O, 2001: 73).

Equipos de reporteros.

Según señala González (2008: 30) además del reportero que es la persona que trabaja como fuente propia de un medio de comunicación, conocido también como reportero de calle, el medio cuenta con equipos de reporteros que se encuentran en otros puntos geográficos y que están en la búsqueda de información. Dentro de este grupo se puede identificar:

- **El corresponsal:** su labor periodística de recabar información la desarrolla en un lugar geográfico distinto, es la persona encargada de enviar información exclusiva. Generalmente a los medios televisivos les interesa tener una buena red de corresponsales, esto les garantiza tener el suficiente material informativo y de primera mano.

- **El enviado especial:** es el reportero que acude al lugar de los hechos, en donde se produce un acontecimiento importante y en donde el medio no cuenta con un corresponsal para la cobertura. Si bien existen agencias o medios que pueden ayudar en la obtención de la información, es el director de noticias quien decide prescindir de ellos al ver que la información proporcionada no cumple las expectativas, por lo que se ve en la obligación de enviar a un equipo. La tarea del enviado especial es apasionante pero a la vez complicada y de alta responsabilidad. En muchos casos se puede encontrar testigos molestos que pueden sacar a la luz información comprometida, como el caso de conflictos étnicos, regímenes autoritarios entre otros.
- **Reportero de guerra:** para Bergés, Pérez y Sabater (2009: 176) dentro de la figura del enviado especial también se puede ubicar al reportero de guerra, reportero que ha recibido una instrucción militar para dar cobertura a estos hechos. *“En cualquier situación de guerra será el informador sobre el terreno quien deba tomar las decisiones que considere pertinente, tanto en la forma como realizar la cobertura informativa, como en lo que concierne en su seguridad personal. No obstante, la dirección del medio tiene el derecho y la obligación de realizar las recomendaciones de seguridad que considere más efectivas.”*

Obtención de la información.

De acuerdo a lo que plantea Valdés, en el momento de recabar la información la tarea del reportero es esencial. Una vez que obtenga el material que le han proporcionado las diferentes fuentes, ya sea de forma verbal, escrita, grafica o visual, deberá comprobar la información que se transformará en noticia, pues los hechos deben ser siempre verificados. *“El reportero debe tener la exactitud de la noticia que escribirá primero y divulgará después.”* (Valdés. J, 1989: 45-46). La exactitud que busca el periodista será alcanzada mediante el uso de una serie de recursos y precauciones que explicaremos a continuación.

- **Si se puede recurrir a la otra versión:** es decir, buscar la fuente contraria o contrastar la información, con esta práctica se puede aclarar dudas y lograr un equilibrio en la noticia además de darle imparcialidad. Mientras más fuentes

contengan nuestro material, mayor será el valor noticioso y el público podrá sacar sus propias conclusiones y reconocer un buen trabajo periodístico.

- **Nunca saque sus propias conclusiones:** Si el reportero cae en este punto será subjetivo, por ende la noticia será parcial cuando no tendenciosa -inclinación determinada-. Aunque la intención del reportero no haya sido esa, pero el público lo interpretara así. Hay que recordar que el televidente no estuvo en el lugar de los hechos y ni en la mente del redactor; por lo que al ver una información donde figuren opiniones personales, encasillará al reportero o al medio de comunicación a una línea o tendencia ideológica.
- **Siempre trate de verificar:** en caso de existir alguna duda sobre un nombre, fecha, cifra, entre otras, es obligación del reportero verificar o comprobar inmediatamente estos datos, en el caso que no se llegase a determinar estos datos es preferible que la nota no salga a la luz. Pero si la nota tiene que ser divulgada es necesario que se tomen las salvedades necesarias como el caso de la presunción, aunque no es recomendable, lo óptimo sería dejarla fuera de la pauta -guion-.
- **Nunca se da por satisfecho:** Dar seguimiento a un hecho siempre aportará nuevos datos, en algunos casos ayudará a complementar la información, enriqueciéndola. Todo tipo de fuente siempre será bienvenida y no debe descartarse ninguna a priori -con anterioridad-. De la búsqueda constante siempre saldrá algo nuevo que puede ser el corazón de la noticia y a partir de ese núcleo se irán aportando nuevos datos.

Camarógrafo.

El camarógrafo de campo para Hersh es la persona responsable de captar buenas imágenes, que serán de mucha ayuda para el reportero. El camarógrafo tiene bajo su responsabilidad a otros miembros del cuerpo técnico que le acompaña, como es el jefe de sonido y en algunos casos el iluminador, la presencia del cuerpo técnico dependerá de la consideración del medio frente a la cobertura. El camarógrafo *debe darse perfecta cuenta de las necesidades editoriales del reportero. Tiene que adaptar su filmación y realizar tomas que apoyen al relato de aquel.* (Hersh, C, 1998: 18-20)

Sohr (1998: 246) nos señala que el camarógrafo es el encargado de la imagen, por ende debe privilegiar la rapidez y la precisión sobre las consideraciones estéticas, pues el

material que el entregará es de carácter noticioso y debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La cámara debe captar sin errores los anuncios decisivos de un entrevistado.
- En circunstancias normales (ruedas de prensa, entrevistas coordinadas) el camarógrafo debe captar lo justo.
- Debe hacer tomas con la precisión de un francotirador y no emplear la cámara como una metralleta, es decir, con movimientos involuntarios.
- La profusión -abundancia o cantidad- de tomas es un signo inequívoco de inseguridad.
- Los camarógrafos suelen sufrir del *ōsíndrome del camarógrafoö*, que ha costado muchas vidas. La fascinación de mirar la realidad a través de la cámara puede conllevar a un acto imprudente. Cuando está grabando, muchas veces puede sentirse invulnerable a las balas y actúan en consecuencia. Estos peligros generalmente se dan en incidentes violentos como protestas sociales, hechos policiales entre otros.
- Evitar las relaciones ásperas con el reportero, a veces el camarógrafo cree que sabe todo, por lo que no le gusta recibir recomendaciones del reportero.
- El trabajo en equipo da buenos resultados, lo que es importante para conseguir un buen reportaje.
- A falta de acuerdo entre el reportero y camarógrafo, el criterio que prevalecerá es el del reportero.

Responsabilidad de un camarógrafo.

El camarógrafo antes de salir de cobertura para realizar las tareas de búsqueda de información encomendada por el director o jefe, debe revisar su equipo y tener presente las siguientes recomendaciones que hace Felipe Ixpata, J. (2011):

- Revisar su equipo conformado por: cámara, micrófonos, baterías, video cassette, etc., cuidando de su buen estado de funcionamiento, no es fácil reemplazarlo en caso de averiarse.
- Realizar una lista del equipo y así asegurarse de que no olvida nada.
- El camarógrafo debe tener en cuenta el tiempo disponible para su grabación y estar en capacidad de adaptar su toma en determinada situación, considerando

que la escena pueda ser desarrollada de inmediato o, en el peor de los casos, que no se pueda realizar.

- Estar consciente de no perder el tiempo en detalles y que sus tomas tendrán que remitirse a lo esencial; así mismo, conocer el enfoque que el director o jefe pretende para la realización de la tarea encomendada.

Clasificación de los camarógrafos.

Rangel, A. (2009), manifiesta que la televisión con el paso del tiempo ha ido evolucionando de una manera rápida y en la actualidad es un producto de la conjunción tecnológica de varios inventos, dentro de esta conjugación se encuentran las diferentes categorías de camarógrafos u operadores de cámara que desempeñan diferentes funciones de acuerdo a su especialidad, aunque todos están o deben estar preparados para actuar en cualquiera de los campos que anunciamos a continuación.

Camarógrafo de estudio.

Son dirigidos desde una cabina, operan cámaras cuya agilidad es limitada por su tamaño y sus tomas se guían según un libreto o ritmo del evento a grabar, el trabajo de ellos tienen gran similitud con los camarógrafos de cine que trabajan en los grandes escenarios filmando películas, su lugar de trabajo son los estudios de grabación y otros lugares donde se efectúan eventos de gran magnitud. (Rangel, A. 2009:66)

Camarógrafos de Exteriores o Producción.

Los camarógrafos de exterior cumplen la función de grabar con equipos de menor tamaño que permiten una mayor movilidad, las escenas y exteriores complementarios para los diferentes programas. Están bajo la jefatura de producción por lo que su labor está coordinada con el productor quien define las posiciones de las cámaras, el tipo de encuadre y el movimiento. Aquí prima la estética de los encuadres que componen la imagen y la mayor parte de este trabajo luego es adecuado en un proceso de post producción. *Con la versatilidad de las nuevas cámaras esta función incluso llega hasta los departamentos de prensa para producir programas especiales con carácter noticioso.* (Rangel, A. 2009: 67)

Camarógrafos de Prensa.

Es quien opera las cámaras, define el encuadre, la iluminación, dirige, guía al momento de registrar los hechos noticiosos, prácticamente no necesita de un director como en los

casos antes señalados. El registro de información para la noticia se da inicio con él y el reportero, su trabajo se desarrolla generalmente en las fuentes noticiosas, con los escenarios de la vida real en momentos inesperados. En este tipo de trabajo las imágenes no se centran en su totalidad en la estética, sobre la técnica de filmación o grabación, el sentido de la oportunidad, la sensibilidad y otros elementos siempre deben estar en función de la noticia. (Rangel, A. 2009)

Otros autores plantean la existencia de otra clasificación de camarógrafos, así lo hace Felipe Ixpata, J. (2011), a continuación presentamos su categorización:

Camarógrafo casero.

Es aquel que simplemente ha comprado su Handy Cam y dispara sus planos o tiros a diestra y siniestra. Sus movimientos son desordenados, rápidos y sin ningún arte. (Ixpata, F., 2011)

Camarógrafo documental.

Al igual que otros camarógrafos trabaja con guion, pero tiene libertad de poner en juego su calidad técnica y estética. Es un artista que define su propio tiempo, a veces puede demorar horas para conseguir su propósito. Obedece a un director y realizador; generalmente, trabaja sin compañía de otra persona y su producto final puede obtenerse en periodos largos. (Ixpata, F., 2011)

Camarógrafo técnico.

Es aquel que cumple su deber, limita su preocupación a ofrecernos la toma de una escena desde el punto de vista técnico, que es igual a que la imagen tenga correcto foco, buena definición y nada más. (Ixpata, F., 2011)

Camarógrafo mecánico.

Este tipo de camarógrafo solo se limita a obedecer las órdenes del director, sin preocuparse en lo más mínimo si la toma o plano es la correcta, o si el aspecto artístico de la toma es la mejor estéticamente, es incapaz de hacer cualquier sugerencia para obtener mejores resultados. (Ixpata, F., 2011)

Camarógrafo artista.

Es el que lleva dentro, la preocupación de que todas las tomas que le son dictadas, sean con la calidad técnica y estéticamente justificada por los códigos y formas establecidas, (composición, armonía, ritmo, etc.) Este artista siempre está a la búsqueda de nuevas propuestas, de acuerdo con el guión y el interés del director, su imaginación e inquietud artística lo destaca como el camarógrafo ideal. (Ixpata, F., 2011)

Tipos de planos.

Una vez comprendidas las funciones del camarógrafo y avanzando en la composición de la imagen, se debe tener en cuenta otro factor que corresponde a los tipos de planos y la diferencia entre éste y una toma. Cárdenas y Guillermo (1996: 18-21), plantean esta diferencia de la siguiente manera: **La toma**, comprende desde el momento que se dio play, o se accionó el interruptor de la cámara para capturar la imagen, hasta que se interrumpe su funcionamiento. Se conoce como **Plano**, en tanto, al conjunto de imágenes grabadas en un mismo ángulo y distancia de la cámara. Si bien esta diversidad de planos es extensa, recogeremos las más utilizadas por el camarógrafo de prensa, que como hemos explicado no predomina con gran interés la estética de la grabación sino da prioridad a captar la noticia.

- **Planos de ubicación y reubicación:** sitúan visualmente al espectador en el lugar donde se desarrolla el hecho, para ello se utilizan los a) Planos generales o plano medio. b) Panorámicas.
- **Planos de acción:** se utilizan para el desarrollo de las acciones de los personajes y elementos narrativos. Un camarógrafo atento filmará los gestos, movimientos y actitudes del individuo.
- **Planos de corte:** son utilizados para disimular la falta de continuidad entre los planos y dar la impresión de que el acontecimiento se desarrolla con normalidad.

Movimientos de cámara.

Según Cárdenas y Guillermo en nuestra vida cotidiana, los hechos, las actitudes siempre se acompañan de gestos y movimientos. Caminar, correr, darse la vuelta, agacharse entre otros movimientos físicos, son asociados a sensaciones diferentes y estados psíquicos, por eso para lograr una *correlación con esta realidad, la cámara ejecuta similares movimientos* (Cárdenas. E, Guillermo. H, 1996: 31). De acuerdo a los

autores estos movimientos se agrupan en tres tipos, siendo los más utilizados por el camarógrafo de campo.

- Panorámicas (horizontales y verticales.)
- Travellings (atrás, adelante, lateral y circular.)
- Zooms (o travellings ópticos.)

Sujeción de la cámara.

Si bien cada camarógrafo buscará la forma más cómoda para él al momento de sujetar la cámara, sabiendo que no existe una norma única, Cárdenas y Guillermo (1996: 08) sostienen que el camarógrafo debe adaptarse de acuerdo a las circunstancias del momento y a la toma que va a realizar para captar la imagen. Cuando vamos a sujetar la cámara se debe hacer con un buen procedimiento para evitar los movimientos excesivos y el cansancio del camarógrafo al sujetar la cámara, sea en trípode o con la mano. A continuación veremos las posiciones más frecuentes que realiza el reportero de prensa para la sujeción de la cámara.

- **Posición básica:** Cuando realizamos la grabación de algún evento a pie y sin la necesidad de apoyarnos en algo. Para mantener el equilibrio es necesario mantener las piernas ligeramente separadas, apoyar el codo derecho contra el cuerpo y el antebrazo izquierdo cerca del pecho.
- **Posición tendido:** se utiliza cuando el ángulo de grabación es bajo, por lo que el camarógrafo debe tenderse en el piso, apoyar el cuerpo con los codos sujetando la cámara con la mano derecha.
- **Posición arrodillado:** el camarógrafo apoya su codo, en cualquiera de las dos rodillas, que a la vez está apoyada en el piso.
- **Apoyo contra un muro:** se puede utilizar en posición de pie o sentado, el camarógrafo se apoyara contra el muro el cual le dará estabilidad al momento de captar la imagen.
- **Apoyo en una silla:** el camarógrafo utiliza el espaldar de la silla para apoyar la cámara y el espaldar a la vez quedara en la mitad de las piernas dándole de esta manera estabilidad en las tomas.
- **Apoyo sobre un automóvil:** el camarógrafo hace uso del techo de un carro, en donde apoya los codos dándole así fijación y estabilidad a la cámara.

Noticiero de televisión.

Muchas veces el noticiero de televisión, es comparado con un periódico. Las noticias que se trabajan en el diario son parecidas a las historias que se presentan en el noticiero por ejemplo ambos contienen segmentos similares como noticias locales, nacionales, internacionales, deportes etc. En la televisión los titulares tienen como objetivo llamar la atención y guiar al televidente de los sucesos más destacados del día, de igual forma ocurre en un periódico donde podemos encontrar la primera plana, que constará de una nota que contenga los valores noticiosos necesarios para ser noticia, y que serán considerados para la elección de la noticia que abrirá el noticiero.

Formatos de la información.

Se consideran formatos de información a los productos comunicacionales que han sido producidos por el medio, esto principalmente se da gracias a labor del reportero que ha recopilado la información encomendada por el jefe de información, este material saldrá al aire como noticia o información en sus diferentes formatos como los que veremos a continuación. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 16)

Conexión en directo o microonda: una conexión en directo es un enlace en tiempo real entre dos o más lugares. Esta es una de las herramientas más utilizadas por los profesionales, porque permite narrar o contar los hechos desde el lugar y al mismo tiempo le entrega un plus de credibilidad tanto al noticiero como al reportero.

Pieza, video o vtr.

Es uno de los productos más comunes y completos ya que puede incluir todos los ingredientes como: imagen, texto informativo redactado por el reportero o periodista u off locutado, declaraciones o fragmentos de la entrevista, sonido ambiental importante para contextualizar el entorno, las presentaciones a cámaras de los reporteros o conocidos también como pantallazos, la infografía, fragmentos de imágenes y audio sin off. La noticia en este formato es grabada y editada antes de la emisión del informativo. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 22)

Colas o leídas.

Es el texto leído directamente por el presentador, presentadora o enviados especiales. Este tipo de noticias tiene dos partes que se diferencian: la imagen y el audio por un lado y el texto informativo por el otro. Este formato se presenta o inicia con la lectura

del presentador sea desde el teleprompter u hojas con referencia a la cámara y luego de unos segundos la pantalla es cubierta por imágenes las cuales hacen referencia al texto, al terminar la lectura luego de unos pocos segundos el presentador regresa a la cámara y continua con otras noticias. Este es un formato dinámico, vistoso y utilizado generalmente para las noticias de última hora o dispuestos a cambios. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 22)

Entradilla o lead.

La mayoría de las notas o videos tienen una introducción que es leída por el presentador o anchor que aparece en la cámara, el fin de estos pequeños textos es despertar el interés del espectador, dar paso a las noticias y finalmente dotan de personalidad al informativo. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 22)

Total, corte de voz o directo.

Un total es considerado como la declaración de una persona o un fragmento de esta declaración. Cuando una persona expresa o piensa lo que siente a un periodista es una declaración, posteriormente el periodista con su criterio valorativo elegirá ciertos fragmentos de las declaraciones y mediante la edición sacará lo más importante para transmitirlo por el medio de comunicación. A estos fragmentos se les conoce como totales o directos, este último más conocido en nuestro día a día periodístico. Esta práctica de los directos o totales se le denomina *periodismo de declaraciones* una práctica poco informativa y utilizada con frecuencia para políticos y deportistas. (Gimeno. G, Jauset. J, Peralta. M, 2008: 28).

Leída más directo: en este formato, el presentador parte leyendo un texto y segundos después muestran algunas tomas, al finalizar la lectura el presentador no regresa a pantalla sino se da pase al directo, este se conforma generalmente por la declaración de una o más personas, al finalizar las declaraciones el audio se va y se poncha de nuevo al presentador quien continuará con más información o enviará al corte.

Locutada: es el material grabado anteriormente por el reportero, contiene imágenes del hecho y voz en off, este material carece de entrevista por lo que durante la locución únicamente pasan imágenes del hecho acorde a lo que señale el texto.

Leída más doble directo: aquí se da el mismo formato que en la leída más directo, pero se aumenta con directo en el cual interviene otro entrevistado.

Micro falsa: es el material grabado por el reportero y camarógrafo que buscan dar la impresión de que el reportero está en el lugar de los hechos en vivo, cuando en realidad es un material grabado con antelación. Al finalizar, el reportero da paso al presentador para que continúe con las noticias.

Micro falsa más directo: se repite el formato de micro falsa, pero se añade un directo en el medio de la micro, así, al finalizar el directo el reportero continúa con la información y al terminar da paso al presentador.

Micro sánduche: es una micro falsa que tiene la peculiaridad que en el medio de su transmisión se pasa una nota o VC producido por el reportero que da paso a la nota, al finalizar este material (nota o VC), regresa el reportero y éste da paso al presentador.

La entrevista.

Como ya hemos revisado en capítulos anteriores la entrevista es el diálogo entre dos o más personas que tiene como objetivo indagar o profundizar sobre un tema o conocer mejor a un personaje. Este tipo de entrevistas pueden ser informativas, de opinión y de semblanza. (González. E, López. R, López. B, 2009: 11)

El reportaje.

Según el manual de estilo de RTVE, *“Directrices para los profesionales”* (2006). *“Podemos hablar de reportaje cuando un hecho noticioso es desarrollado con amplitud, incorporando a los datos el relato y las opiniones de los protagonistas a fin de profundizar en sus causas, modos o consecuencias. Por tanto, el reportaje es una información ampliada en cualquiera de sus aspectos y vinculada bien a la inmediatez informativa o bien, de un modo temporal más amplio, a la actualidad.”*

La crónica.

Como hemos revisado anteriormente, la crónica es la narración de un hecho de actualidad, en donde el periodista añade su interpretación de los hechos, este tipo de género tiene como objetivo informar, formar y entretener. Es un género que tiene una gran aceptación entre los televidentes. (González. E, López. R, López. B, 2009: 22)

Estructura del informativo.

Según plantea Suárez (2009: 50), los informativos televisivos generalmente tienen la siguiente estructura:

Cabecera.

Pieza audiovisual que contiene los rasgos icónico-sonoros del programa, en el caso de los informativos es breve y adquiere fuerte carga institucional.

Saludo de los conductores.

Apelación directa del conductor al espectador, en forma de prólogo o preámbulo.

Sumario titulares.

Segmento que anticipa los contenidos más relevantes de la emisión.

Noticias.

El grueso del informativo, está formado por un conjunto de noticias relacionadas temáticamente en forma de bloques de contenido.

Deportes.

Segmento que contiene varias notas con lo último del acontecer deportivo.

Despedida.

Saludo al inicio del informativo y despedida al final por parte de los presentadores, apoyan la defensa del informativo como discurso unitario y estructurado narrativamente.

Las etapas de la producción.

Como revisamos anteriormente para Prado(2011: 16) la producción de un programa televisivo es un trabajo arduo que implica la ayuda de un conjunto de especialistas, con el objetivo de alcanzar el producto deseado, para que esto se haga realidad hay que seguir tres etapas de la producción que son muy importantes y que revisaremos a continuación:

Etapas de preproducción.

Para Molina. C, (2012), en esta etapa el director de noticias o jefe de información, planifica la cobertura de eventos y revisa las diferentes fuentes noticiosas a buscar, se organiza la información, en el caso de tener notas que no pierden actualidad se revisarán y seleccionarán para que salgan al aire, y se prevén cada uno de elementos que darán cuerpo al noticiero como: enlaces en vivo, llamadas telefónicas, gráficas especiales,

entre otras. Posterior a esto se realizará la reunión del consejo de redacción, que de acuerdo a Botero y Restrepo (citados en Molina, C. 2012) es el espacio en el cual los editores, los jefes de redacción, los reporteros y el director deciden la agenda de noticias que se cubrirá ese día.

Etapa de producción.

La etapa de producción se inicia cuando los reporteros ya disponen de las imágenes y sonido correspondiente a cada noticia, por lo que corresponde es la redacción y edición de la información. De acuerdo a Molina (2012) en este proceso se añade la locución del redactor, se monta la imagen y el sonido para crear las notas o géneros acordados en la mesa de redacción y se seleccionan los bites o los videos sin locución. Fernández (citado en Molina, C., 2012) señala que al volver a la estación o al canal, el reportero prepara un informe sobre la cobertura, destaca los hechos más importantes y visualiza el material gráfico.

Etapa de postproducción o emisión directa.

De acuerdo a Molina (2012), en esta etapa el noticiero sale al aire y se presentará todo el material recopilado por los reporteros. Durante la emisión en directo se efectúan los siguientes procesos:

- Coordinación de cámaras, sonido e iluminación en el plató o set.
- Lanzar los videos.
- Insertar rótulos.
- Mezcla de imagen
- Mezcla de sonido:
- Micrófonos
- Vídeos
- Directos
- Sintonías (discos compactos, mini disc u ordenador)
- Seleccionan los encuadres de las cámaras
- Fin de la emisión

Experiencias: este manual aparte de contener una investigación científica, también estará compuesto y reforzado por experiencias personales recogidas del trabajo en la producción de noticias televisivas.

4.7 MAQUETA

Para Contreras (2013) *“El maquetado es el elemento importante en la composición, el mismo que consiste en distribuir y organizar los elementos del mensaje mediante criterios de jerarquización buscando la funcionalidad del mensaje y manteniendo una estética atractiva, lo cual es importante debido a que el texto y las imágenes son componentes básicos del lenguaje impreso.”* Los nuevos diseñadores suelen tener inconvenientes en el momento de disponer el conjunto de elementos de diseño impresos como texto, titulares, imágenes, etc., dentro de un establecido espacio con el objetivo de conseguir un equilibrio estético entre ellos. Maquetar un diseño, es dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc.

4.7.1 Recolección del material.

Antes de iniciar con el maquetado lo primero es reunir el material o la información, que se compondrá de texto e imágenes, el objetivo es saber cómo se va a realizar la distribución y definir las dimensiones del libro que podrían ser las siguientes.

4.7.2 Formatos de maquetas.

Después de revisar el material recopilado, procedemos a determinar el tipo de documento a utilizar, aquí valoramos su tamaño o formato y la orientación (horizontal o vertical). Existen diferentes formatos de maquetas para la elaboración de un libro y las presentamos a continuación.

- **A4:** 210mm x 297mm.
- 210mm x 210mm.
- 170mm x 240mm.
- **A5:** 148mm x 210mm.
- 120mm x 170mm.
- **A6:** 105mm x 148mm

El formato del papel (tamaño) condiciona el tipo y estilo de la retícula, como también los costos de su producción que pueden variar para la elaboración del libro.

El tamaño que hemos elegido para la elaboración del manual será de 105mm de ancho por 148mm de alto, por lo que el formato a utilizar será A6.

4.7.3 Márgenes.

Los márgenes son los espacios blancos que rodean los bordes de las hojas del libro, el superior se le denomina cabeza, al inferior pie, al del lateral interior lomo y finalmente al lateral exterior corte. Generalmente se utilizan 1,5 a 2,5 centímetros para los formatos pocket-**de bolsillo-**, y de 2 a 3 cm para los formatos comerciales. Los márgenes achicados disminuyen el número de hojas abaratando así el costo de producción. Es recomendable no dejar menos de 1,5 cm en un formato pocket ni menos de 2 cm en un formato comercial. (Zánon. D, 2007: 22)

4.7.4 La retícula.

Según Herrera y López (2008: 114) la función de la retícula es estructurar el diseño, se encuentra ordenada por una serie de divisiones horizontales que dan lugar al campo reticular, éste mantiene de una forma proporcionada la relación con los otros campos, que se crearon a partir de la retícula. El uso de ésta facilita la comprensión y la rapidez de la lectura del diseño manteniendo el contenido de una manera ordenada. Sobre el uso de la retícula se plantean las siguientes recomendaciones.

- Que las divisiones tengan, aproximadamente el alto y el ancho de la mayoría de las imágenes que se van a incluir.
- Que la altura de los campos creados sea múltiplo del interlineado del texto base.

4.7.5 Columnas de la maqueta.

La maqueta para libros parte de características generales como es su tamaño y estructura, llevando por lo general sólo una columna de texto. *Esta columna no necesariamente ocupa el ancho del espacio de la mancha a imprimir, el resto del espacio puede llevar a otra falsa columna, más pequeña, para añadir anotaciones o pequeñas ilustraciones* (Borrego, M, 2012).

4.7.6 El tipo de fuente o letra.

Por lo general tanto para el texto en como para los títulos, subtítulos etc. se utilizan fuentes como "Arial", "Times New Roman" o "Tahoma", que son las fuentes más legibles y reconocibles por los lectores. La elección de cualquiera de estas u otras fuentes va en el gusto del autor o editor, sin embargo recomendamos tener mucho cuidado al elegir "fuentes raras" o no muy convencionales porque pueden provocar inconvenientes al impresor si no está bien generado el PDF o si no se revisa bien que

tenga todos los caracteres necesarios, así recomienda el Manual de la Imprenta Digital SRL. (2014)

4.7.7 El tamaño de fuente o letra.

El tamaño de fuente que se utiliza comúnmente, ya sea para el texto en general como de los títulos, subtítulos etc., va de 8 a 12 puntos. La elección de esto dependerá sobre todo de la definición del público al que está dirigido (considerando por ejemplo problemas de vista en personas mayores) y por supuesto del presupuesto. Según el Manual de la Imprenta Digital SRL (2014), si necesitamos achicar un poco las páginas para ahorrar en el costo de producción el tamaño de letra es la primera variable a estudiar. Manual de la Imprenta Digital SRL (2014)

4.8 Diseño del Manual.

El diseño editorial para la publicación de revistas, libros, periódicos, catálogos, folletos y manuales se desarrolla en un área del diseño gráfico especializado, que corresponde a la maquetación y composición. Esta sección se encarga de la organización de textos, imágenes y en algunos casos de multimedia para sistemas electrónicos. *Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y espacios. La presentación del diseño editorial es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de una tipografía, colores, formas, y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente.* (Zanón. A, 2007: 09).

4.9 Diagramación.

Es necesario comprender que existe una diferencia entre diseño y diagramación, que radica en que cada uno cumplen diferentes papeles en durante una edición. El diseñador establece las pautas de la diagramación es decir: párrafos, sangrías, formato, cajas de diagramación, tipografía, tamaño, estilo, color corporativo para los textos, tratamiento de la imagen, criterios compositivos, entre otros elementos que componen los detalles de una publicación; mientras que el diagramador los aplica en cada una de las ediciones posteriores. Como podemos ver, el diagramador resuelve la organización de las páginas de acuerdo a lo establecido por el diseñador. (Cumpa. L, 2002: 13)

4.10 Programa utilizado para la diagramación.

Uno de los programas más utilizados, de fácil acceso y manejo es Adobe InDesign. Este es un programa informático utilizado para el diseño de documentos que eventualmente

se van a imprimir de manera estándar, o bien que van a ser visualizados en línea. Comúnmente se usa para diagramar periódicos, revistas y otros materiales de publicación. Se puede realizar una gran variedad de trabajos con InDesign, dando como resultado un producto terminado de aspecto profesional, según señala McCoy (s/f)

4.11 Pre prensa.

Esta es la parte final del proceso de elaboración del manual, la misma que es la entrega del producto.



Manual de funciones que cumple "El Jefe de Información de un Canal de Televisión"

Denis Pesántez Chalco



MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

01

02

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

INTRODUCCIÓN

El siguiente manual tiene como objetivo dar a conocer el rol que cumple el jefe de información en su vida diaria de sus funciones, como es el manejo de la información en sus diferentes géneros periodísticos en la televisión y la puesta a punto del producto para su respectiva transmisión.

Este manual además busca ser una guía para los comunicadores, periodistas o reporteros, camarógrafos, editores, estudiantes de comunicación, entre otros, ligados a la comunicación y que desean abordar el mundo de las noticias televisivas. Por lo que este material les será de mucha ayuda y podrán encontrar aquí los procedimientos a seguir para la elaboración de un noticiario.

EL JEFE DE INFORMACIÓN

(Burgueño, J. 2008: 268) asegura que, para que un medio de comunicación en sus programas noticiosos alcance el prestigio informativo siempre dependerá de la responsabilidad de la figura anglosajónica del editor (que en el español se traduce como director o editor), como señala Sissela Bok, "partiendo de un segundo concepto de la palabra "editor" totalmente en desuso, que se utilizaba hace dos mil años (Bok, S., 1998). "Editor", del latín ex dato ("dar fuera"), es en su primer sentido, aquel que agrupa material, clasifica lo que se va a usar, corrige errores y se ocupa de la presentación del producto final que se va a presentar (o dar hacia fuera)". (Manfredi, J. 2000: 117), además asegura que en el medio televisivo, el editor es el responsable del noticiario, función similar al que cumple el director de un medio impreso. El director no cumple funciones de gestión, si no de ordenar el trabajo en el tema de la redacción.

Manfredi además cita a (Tallón, J. 1981) quien afirma que la dirección de un programa informativo "no se trata de un director técnico al uso, ni mucho menos del responsable de una planta de fabricación. A un participando de las notas profesionales de estos sujetos, la ley le confiere un poder típico de representación de la empresa periodística al que sirve, cuya extensión no viene determinada por la voluntad del empresario, si no por el propio ministerio de la ley", es decir, que el director es el responsable de lo que saca y si existe alguna violación al derecho de alguna persona o institución será él quien dé la cara ante cualquier situación legal o moral. Es por esto que el director debe ser el principal "guardabarreras o filtro" de la noticia y opinión que presentará en su nota periodística.

(Vázquez, M, 2009: 124), dice que los jefes de información, deciden lo que sale a la luz y lo que no, deciden también el orden y la dimensión de la noticia, reportaje o cual sea el género. Este tipo de selección lo convierte en el gatekeeper o reportero, figura encargada de vigilar y coordinar los diferentes procesos de la producción de noticias, iniciando desde la distribución de los equipos de trabajo (reportero y camarógrafo), hasta el momento de dar la valoración final la cual indicará el orden de publicación en noticiario.

El gatekeeper, también tiene que saber lidiar con las políticas del medio, sean estas ideológicas como estructurales; cuando hablamos de estructurales hacemos referencia a las limitaciones de recursos tanto técnicos como humanos y el inexorable factor tiempo. Generalmente el director de noticias decide la noche anterior o primera hora las coberturas que se van a realizar y los lugares donde se movilizarán los reporteros por lo que es necesario una planificación adecuada para optimizar los recursos y contar con el material noticioso, así lo asegura (Vázquez, M, 2009: 125).

Además el gatekeeper debe tener presente que existen tres tipos de fuentes de información los cuales dan inicio a la elaboración de la noticia y para finalizar con su transmisión, las mismas que son: la realidad como fuente de explosiones, noticias naturales el contexto social de la noticia y la agenda-setting o agenda de medios. De igual manera el gatekeeper analiza la información recabada con el objetivo de convertirla en noticia según los cuatro tipos de eventos susceptibles de serlo (Gomis, 1991); eventos explosivos (sucesos únicos, catástrofes, etc.); eventos apariciones, que son solo noticia en el momento de su difusión mediática (declaraciones, conferencias, actos culturales y deportivos, etc.); eventos resultados, cualquier otro evento noticioso (ruedas de prensa); eventos desplazamiento (reacciones políticas, llegadas de jugadores al aeropuerto, etc.). A partir de esta clasificación el gatekeeper debe decidir qué evento puede generar noticia; así lo asegura (Francés, M, Gavalda, J 2014)

Funciones del jefe de información.

De acuerdo la Universidad de Panamá, el Director de Noticias, debe cumplir las siguientes tareas:

1. Selecciona diariamente el material noticioso que cubrieron los reporteros en los distintos eventos.



- Revisa todo el material que ha sido cubierto por los reporteros.
 - Selecciona la noticia a difundir de acuerdo a su importancia, actualidad, tema, beneficios para la institución, entre otras.
 - Edita el material noticioso de manera que la información sea ágil y efectiva.
2. Coordina diariamente la transmisión de eventos de relevancia dentro o fuera de la institución.
- Efectúa reunión con los técnicos y autoridades para lograr la efectividad y eficiencia de la transmisión.
3. Prepara semanalmente informe al Director de la emisora sobre la producción noticiosa.
- Revisa todas las noticias que fueron difundidas.
 - Selecciona aquellas que se consideran más relevantes.
 - Prepara el informe.
4. Coordina mensualmente con el director del medio la confección del presupuesto de la televisora para cubrir las necesidades de los noticieros.
- Se reúne con el director del medio.
 - Calcula los gastos en un período determinado (gastos de personal, movilización, útiles, equipo, etc.).
 - Prepara el presupuesto.

CRITERIO PERIODÍSTICO

Es el juicio que tiene el informador para discernir, clasificar o relacionar una cosa a partir de la cobertura e investigación de temas de interés público, los mismos que deben ser contrastados, sintetizados, jerarquizados y publicarlos con el objetivo de informar y constituir una opinión pública. Si bien el criterio periodístico ha ido evolucionando con el pasar del tiempo ya vez ha jerarquizado en el proceso de construcción o la elaboración de las noticias, el periodista como el jefe de información tienen la obligación de desarrollar este sentido a más de respetar ciertas reglas y normas del periodismo el cual les permitirá clasificar y desarrollar lo que es noticia e información.

Para que el Jefe de Información desarrolle su trabajo a cabalidad debe tener un alto conocimiento en el manejo de los géneros periodísticos como de sus definiciones y a su vez tener claro las funciones que cumplen cada integrante de su equipo informativo a su cargo, como también del personal que trabaja en el estudio.

Ante esta situación desarrollaremos cada uno de los temas o puntos que debe tener claro el Jefe de Información para la producción de un noticiario.

LA NOTICIA

"Es el resultado de establecer la importancia de un evento y que se basa en dos aspectos: su acontecimiento reciente en el tiempo y su relación con el público o audiencia, además la noticia establece su relación con la audiencia a partir de un valor determinado por el sistema: como es la relevancia, valor que define el grado de importancia que se otorga a una información, con base en su estimación de los intereses del público o audiencia." (Maza, M, 1994: 262) (Citado por Gargurevich, 1982: 25)

Cuando el periodista llega al lugar de los hechos lleva a cabo un trabajo de investigación y de recolección de datos, en donde deberá actuar con total pluralidad e independencia, si bien es complejo contarlo todo o mostrarlo todo en ese momento ya sea por la falta de datos, el periodista deberá acudir a otras fuentes para completar la misma y en este punto el profesional deberá hacer la selección del tema y elegir lo trascendental, y desde aquí es donde se empieza a elaborar el fragmento de la realidad que supone una noticia y que terminará al momento que esta información es emitida. (Peralta, 2012: 54-55)

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

La evolución de los medios de comunicación que se desarrolla alrededor del mundo plantea nuevos estilos en el uso y empleo de los géneros periodísticos. Según Charles Prestwich Scott, el entonces editor del diario británico The Manchester Guardian en 1921, escribió: "El comentario es libre, pero los hechos son sagrados" observación que entró en debate e incluso algunos grandes académicos señalan que esta formulación es ingenua y engañosa. (García, V, Gutiérrez, L, 2011: 29) (Hernando, 2000: 16), afirma que "actualmente, en la sociedad de la información, los dos polos entorno a los cuales se suelen agrupar los géneros periodísticos son la información y la opinión. En la prensa anglosajónica es clásica la distinción entre dos grandes géneros, la noticia y los comentarios. En los países latinos se desarrolla entre ambos extremos." Por lo que se distinguen los siguientes:



Géneros informativos

(Sabés, F, 2009: 32), manifiesta que los géneros informativos utilizan diferentes formatos y soportes comunicativos, cuyo objetivo principal es informar a la audiencia sin interpretación ni opinión por parte del periodista y se caracterizan esencialmente por ser narrativos y descriptivos, por lo que podemos establecer los siguientes tipos: noticia, reportaje y entrevista.

- **La Noticia:** Es la publicación de un suceso, en el cual se reconstruye los acontecimientos registrados en las 24 horas del día, siendo el producto del trabajo periodístico y el fin de los medios informativos, donde se conjugan las tareas de investigación, búsqueda de fuentes, verificación de datos, selección y aplicación de criterios de noticiabilidad, y armado del contexto, modalidades discursivas, procedimientos de clasificación y al final su valoración se mide en términos de primicia y de espectacularidad. (Martini, S, Luchessi, L, 2004: 107)

- **Reportaje informativo:** presenta un hecho noticioso, el mismo que contiene declaraciones de personas, descripción de ambientes o del lugar entre otras, todo esto desde una perspectiva descriptiva y objetiva. Generalmente este género sabe estar compuesto por datos numéricos obtenidos por informes especiales, el uso de infografías e incluso se utilizan algunos artículos valorativos sobre datos que ofrecen. En todo este trámite no debe haber opiniones personales o valorativas por parte del reportero o periodista. (González, E, 2012: 30)

- **Entrevista informativa:** sirve para profundizar en la noticia, por lo que el periodista busca datos precisos y concretos mediante el testimonio de una persona que ha observado del hecho teniendo de esta manera información de primera mano. Este género posee un lenguaje objetivo y en algunos casos resulta frío por la falta de la interpretación de los hechos. (González, E, 2012: 19)

Géneros interpretativos

Buscan ubicar los hechos en su contextualización, para la interpretación del periodista, sea esta de manera explicativa, mediante hipótesis o entrevistas hacia algún personaje o personajes que hacen la noticia donde prevalecerá su opinión. Este género busca despejar las dudas del público mediante las preguntas del ¿cómo?, ¿por qué? y ¿para qué?, y a través de su criterio nos dará a conocer las consecuencias presentes y futuras de los hechos, pasando a segundo plano la información de actualidad. Los géneros que lo representan son: reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica. (Salvatierra, R, 2009:165)

06

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

- **Reportaje interpretativo:** Este género surge en los años sesenta rompiendo grandes esquemas definidos hasta esos momentos, para Sergio Fernández, el reportaje interpretativo "pretende informar sobre un hecho de actualidad, como lo hace también el reportaje objetivo, pero con la diferencia de que incorpora valoraciones subjetivas." (Fernández, S, 2007: 123)

- **Entrevista interpretativa:** la entrevista es un diálogo entre dos o más personas, donde uno de ellos prepara las preguntas con anterioridad, mientras que la otra responde las preguntas que en este caso es el entrevistado. Además asegura que "Mediante la entrevista, podemos conocer a una persona, cuáles son sus opiniones, sus preocupaciones, su carácter, anécdotas de su vida, por lo que se puede establecer fundamentalmente tres formas diferentes de entrevistas: de declaración, de personalidad y de fórmulas establecidas." (Echazarreta, J, García, A, 2011:294)

- **La crónica:** (Hernando, L, 2000: 21), la crónica es considerado un género híbrido, debido a que tiene rasgos informativos como interpretativos, pero tiene mayor alcance en el informativo, citando a (Vivaldi, M, s/f: 128-129) es "una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado."

Géneros de opinión

El género de opinión también se lo conoce como género formativo y se caracteriza por la difusión de opiniones, puntos de vista, criterios que pueden ser del editor o del periodista. En la mayoría de los medios de comunicación sean estos escritos, radiales y televisivos, responden a una posición ideológica, doctrinal o política del dueño del medio, que busca generar una reacción del público hacia determinado hecho mediante el mensaje. (Llanos, S, 1993: 44)

A continuación (Echazarreta, J, García, A, 2011: 145) nos detalla de una manera concisa cada uno de los géneros de opinión:

- **Editorial:** su contenido es netamente responsabilidad del director y de quienes forman el consejo de redacción. La misma que sabe aparecer sin firma, apoyada en un tema de actualidad y presenta la ideología del medio.

- **Comentario:** el comunicador cuenta y comenta lo que está sucediendo y es considerado uno de los géneros más delicados por lo que el periodista debe especializarse para analizar a profundidad un tema.



TIPOS DE NOTICIA

Los hechos noticiosos están divididos de acuerdo a su temática y el periodista con el productor sabrán encajar cada una de ellas en el lugar o espacio correspondiente de acuerdo al noticiario.

Noticia Política

Es la práctica periodística que se encarga de las actividades de los gobiernos, partidos y organizaciones políticas, campañas, elecciones, las cuales están relacionadas con la esfera pública; además da seguimiento a la política institucional como a la extra-representativa como son protestas, manifestaciones, acciones de los movimientos sociales o de la sociedad civil en el plano político. Ante estos aspectos este tipo de noticias gozan de una elevada visibilidad en los medios de comunicación las cuales pueden ser de ámbito nacional como internacional. (Neveu. E, 2004)

Noticia Económica

Tiene por objeto la difusión de noticias referente a la marcha de la economía y finanzas de las instituciones empresariales. Al ser un tema amplio y que a su vez mueve al mundo tanto en la administración y producción de la riqueza pública, constituye un campo generador de noticia (Blázquez, 2000: 253). Para (Camacho. I, 2010: 102) este tipo de noticias debe tener un lenguaje sencillo, debido a que el mensaje va dirigido a las personas en general y son quienes sienten cualquier tipo de afección al bolsillo.

Noticia Policial

Estas noticias generan un interés diferente a los televidentes en comparación a otras informaciones, debido a que presenta ciertos fantasmas sociales que afectan a los derechos de las personas como es la violencia, el despojo, la humillación, la justicia entre otros. Al tematizar la inseguridad de la vida privada y social de las personas, la información sobre el crimen se constituye como material para el análisis social. (Gayol. S, Kessler. G, 2002: 97)

Noticia de ciencia y tecnología

Es una especialización del periodismo y se encarga de dar seguimiento a las noticias sobre ciencia, tecnología, salud, medio ambiente, astronomía, informática, innovación, entre otras actividades de investigación. La ciencia y la tecnología son fundamentales en la vida cotidiana de las personas como en su desarrollo ya que el conocimientos sobre algo nuevo siempre influye en el comportamiento de los ciudadanos; divulgar este tipo de información de una manera adecuada y con eficiencia, le permite al televidente conocer las diferentes posibilidades que tiene de interactuar o acceder en este campo, tanto de manera individual como colectiva. (Osorio. J, 2008: 09)

Noticia curiosa o rara

No todas las noticias destacadas son importantes y tampoco afectan siempre a personas famosas, por lo que tales noticias gozan del valor de ciertos sectores del público, por lo que se les denomina "pintorescas" cuya calidad surge de su "anormalidad" por ejemplo: "Aseguran haber encontrado el virus de la estupidez". "Árabe se divorcia el día de su boda tras ver la cara de su mujer por primera vez" estas noticias sin tener un valor destacado, atrapan la curiosidad del público por lo insólito o curiosos del hecho. (Tello. N, 1998: 27)

Noticia deportiva

Es la que informa de temas relacionados con el deporte en sus diferentes ramas, los mismos que generan opinión pública de ámbito local, nacional o internacional. Debido a su alto nivel de especialización, el periodismo deportivo utiliza un lenguaje que claramente se puede diferenciar de otras facetas de la información, e incluso se puede llegar a comparar con el nivel del periodismo económico que es uno de los más especializado entre los segmentos que ocupa en cualquier medio de comunicación. (Camacho. I, 2010: 188)



LA NOTICIA DE ACUERDO A SU LUGAR

Un hecho importante puede registrarse en cualquier parte geográfica del planeta, y dependiendo del lugar o lugares en donde se generen, se podrán caracterizar en: noticias locales, nacionales e internacionales.

Locales

Para (López. X, 2009: 12) son aquellas noticias que se desarrollan en la misma situación geográfica del medio, es decir, estos hechos están íntimamente relacionados con el valor noticioso de la proximidad, ya que cuenta con los escenarios directos desde el punto de vista físico como los económicos (bancos, empresas estatales y privadas), social (municipios, política, policía) y psicológico (iglesia, centro de rehabilitaciones).

Este tipo de noticias generan gran parte de la atención del público de una ciudad, pueblo o comunidad, por estar cercanas al hecho, y las mismas pueden influir en el comportamiento de los ciudadanos. (López. X, 2009: 12)

Nacionales

Según (González. E, 2008: 60) son aquellas noticias que se desarrollan a lo largo y ancho del país a donde pertenece el medio de comunicación, las mismas que pueden ser políticas, económicas, sociales entre otras.

Las noticias locales y regionales también pueden llegar a formar parte de un acontecimiento nacional, siempre y cuando contengan información de relevancia, la cual llamará la atención del público o si que estas afectan al diario vivir de los ciudadanos, por lo que la cercanía y la proximidad pasarían a un segundo plano. (Martini. S, 2000: 93)

Internacional

Para (González. E, 2008: 60) estas recogen los hechos ocurridos fuera del territorio de donde el medio cubre las noticias, y (Camacho. I, 2010: 190) acota que para que el hecho llegue al destinatario debe contar con algún grado de relevancia y a su vez debe tener un análisis crítico y contextualizado de la noticia, la cual llamará la atención del televidente, sea esta en el ámbito socioeconómico, político, cultural o tecnológico entre otras.



Los medios televisivos generalmente cuentan con esta información gracias a las agencias internacionales de noticias que trabajan las 24 horas del día, y al tener un hecho importante, estas son enviadas vía satélite al medio de comunicación, en donde el personal recibirá este material para retransmitirlo o para realizar algún cambio, pero este no debe alterar su mensaje y será transmitido en su respectivo noticiario. (Estremadoyro. J, 2004: 131)

FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son fundamentales en el desarrollo del acontecimiento para dar paso a la noticia. No es muy común ver que los periodistas sean testigos directos del o de los hechos y, por tanto, necesitan recurrir a otras personas o instituciones para acceder a la información, la misma que le permitirá construir su relato periodístico. "La fuente informativa es el canal personal o institucional que suministrará datos sustanciales o complementarios por ser protagonista o conocedor de los entresijos-oculto- del acontecimiento." (Vázquez. M, 2009: 89) por su parte (Martínez. M, 2002: 45), nos dice que se pueden establecer tres grandes grupos de fuentes como:

Fuentes personales: Estas son personales, privadas (Martínez. M, 2002: 45), mientras que (Orione. J, 2006), hace las siguientes puntualizaciones:

- Los protagonistas (víctimas, culpables/sospechosos, familiares, autoridades, etc.)
- Los voceros y jefes de prensa (de funcionarios, políticos, empresarios, etc.)
- Los contactos (personas a las que el periodista recurre con cierta frecuencia y con las que mantiene una relación de cierta confianza)
- Las agencias de prensa (equipos de periodistas o licenciados en comunicación que contratan instituciones o empresas de forma permanente o por una actividad determinada)
- Los periodistas de otros medios (colegas de otras ciudades del país o del exterior que son consultados sobre hechos que ocurren en sus áreas de influencia)

Fuentes documentales o escritas: Según (Martínez. M, 2002: 46), son los documentos que tienen información importante para el periodista. Dentro de estas fuentes es indispensable distinguir entre documentos privados o secretos y los documentos públicos. Estos documentos se establecen de la siguiente manera:



11

- **Archivos:** cualquier entrevista o elaboración precisa de un reportaje requiere de un minucioso trabajo de consulta documental.
- **Texto libre consulta:** se encuentran a disposición del público y estos pueden servirle al periodista para documentarse cuando realiza un trabajo de investigación.
- **Documentación varía:** hace referencia a cualquier tipo de escrito y que no se encuentra clasificado en los apartados antes mencionados, estos pueden ser folletos, correspondencia y publicidad entre otros.
- **Banco de datos:** sirven como instrumentos documentales y de consulta, estos son utilizados por los periodistas para realizar investigaciones de precisión. Por su parte Borrat, lo diferencia en dos grandes grupos de fuentes como las gubernamentales y no gubernamentales.

Fuentes gubernamentales: Estas se hacen presentes cuando el gobierno a través de sus comunicadores o representantes de otras instituciones, se constituyen en la fuente de información de primer orden. Estas fuentes ocupan lugares privilegiados en la estructura del poder político, militar, estatal, jurídico, científico o económico. Los medios de comunicación saben dar total cobertura a este tipo de fuentes frente a las opositoras como en el caso de los sindicatos mayoritarios frente a los sindicatos minoritarios. (Martínez, M, 2002: 46)

Fuentes no gubernamentales: Son fuentes que tiene un amplio abanico. Por un lado estarían las fuentes cercanas al gobierno pero que no pertenecen a él, y al otro lado están las fuentes de oposición muy importantes para contrarrestar las informaciones emitidas por el gobierno. También se encuentran las fuentes centrales que son las políticas y económicas que aportan datos relevantes y que se incluirán en las secciones de política nacional, economía y sociedad entre otras. También existen fuentes de alcance inferior que se les denominan "locales" pero entregan información con interés como de hospitales, escuelas, entre otras. (Martínez, M, 2002: 46-47)

IDENTIFICACIÓN DE LA FUENTE

(Echevarría, B, 2011: 82), asegura que existen dos tipos de tratamientos que los medios dan a las fuentes de información como son: lo citable y lo atribuible. "Lo citable es la información misma, el conjunto de datos comunicados por la fuente de información y publicados por el medio. Lo atribuible se refiere a la identidad



12

de la fuente de estos datos, su identificación completa o incompleta o su no identificación."

La atribución se refiere al modo o manera que el periodista revela que la información obtenida proviene de determinadas fuentes. Gran parte de los periodistas sabemos que la identificación de la fuente entrega una mayor credibilidad a la noticia y que el público lo toma como una garantía de la fidelidad de los hechos.

(González, J, 2004: 178), cuando la información proceda de otra persona, el periodista se puede encontrar con las diversas situaciones para atribuir la citas de las fuentes las cuales veremos a continuación.

- **Atribución directa (ontherecord):** en que el medio de comunicación identifica a la fuente y se refiere a la información que ha proporcionado. Ejemplo: El Ministro del Interior, José Serrano, anunció que más de cinco mil uniformados serán separados de la policía.

- **Atribución con reservas:** el medio de comunicación no identifica a la fuente, pero la sitúa, y cita la información proporcionada. Ejemplo: voceros del Ministerio de Educación, indicaron que el incremento presupuestal para las universidades públicas no depende de la voluntad del ministerio, sino de la aprobación general del presupuesto por parte de la Asamblea Nacional.

- **Existen dos tipos de atribuciones con reservas:** a) On background o Not for attribution: información atribuible con palabras entrecuñadas a una fuente precisa, oficial o particular, pero no una persona determinada. b) On deepbackground: información no atribuible a una fuente precisa, ni siquiera a una fuente de carácter colectivo. Las fuentes en este caso no son oficiales, son fuentes que han solicitado el anonimato. Ejemplo: un alto funcionario que solicitó no ser identificado. . .

- **Atribución con reserva obligada:** el medio de comunicación convierte en anónima -ante la audiencia- la fuente que utilizó y publica la información en nombre propio para darle credibilidad. Ejemplo: Según pudo establecer Ecuavisa, el presupuesto general para la Universidad Central se reducirá en términos reales.

- **Atribución con reserva total (off the record):** el medio de comunicación no publica ni la información recibida ni por consiguiente la atribuye a alguna fuente. Es material no difundible y es de uso interno del periodista o del medio. Es útil porque permite determinar indicios y pistas del posible trabajo del investigador. Por ejemplo: Garganta Profunda, en el caso Watergate, 1974.



13

LA AGENDA TEMÁTICA

El periodista no trabaja solo para la producción de noticias. Por lo que (Peralta, M, 2012: 45), dice que es el jefe de informativos y el consejo de redacción son los que eligen las noticias que se van a cubrir y de elaborar la agenda temática, la misma que está prevista de cambios si el hecho o acontecimiento lo amerita y tras una valoración que realiza el jefe de información.

Para la elaboración de la agenda temática el jefe de información debe tener en cuenta los siguientes puntos.

- Tomar en cuenta el material que tiene y clasificarlo de acuerdo a su importancia.
- Preguntar al reportero si cumplió con todo lo encomendado y en el caso de no tenerlo deberá dar las respectivas explicaciones sobre el asunto. Si el reportero tiene incompleta la nota deberá completarla y dar aviso al jefe de información lo que le falta, para que ponga a disposición todos los recursos para la culminación de la misma y así formar parte de la agenda.
- Revisar todos los días los principales periódicos sean estos locales y nacionales, ya que son una referencia del acontecer diario.
- Escuchar las principales radios informativas de la localidad en sus diferentes emisiones, estas generalmente nos presenta hechos que pueden estar sucediendo en ese instante o entregarnos información previsible (huelgas, ruedas de prensa, anuncios que darán algunas autoridades, etc.)
- Ver los principales noticieros en sus diferentes emisiones, al igual que las radios, nos puede entregar información muy valiosa. Ver los noticieros de otros medios (competencia), nos permitirá hacer una comparación con el material que estamos entregando, con el objetivo de ver y valorar nuestro trabajo.
- Los boletines de prensa son muy valiosos para organizar la agenda informativa, siempre es necesario ver la hora, fecha y el lugar donde se desarrollará el evento, a veces por cuestiones del trabajo o la presión del momento, saben pasar por desapercibidas algunas de los datos mencionados echando a perder la cobertura.
- Es común ver que los medios de comunicación televisiva cuentan con escáneres de radio que registran las frecuencias de las comunicaciones de la policía, bomberos y de otras instituciones de socorro, por lo que el reportero y el jefe de información pueden escuchar lo que está sucediendo, y si al enterarse de algún tipo de emergencia ellos podrán valorar la información para decidir si es necesario la cobertura; si bien estas noticias son imprevisibles -surgen en cualquier momento- y no están programadas en la agenda, estas pueden modificar total o parcialmente la misma.



14

• Las redes sociales como el twitter y el facebook, también toman cabida como fuente de información para la elaboración de la agenda, debido a que estas, nos pueden entregar información previsible como imprevisible, este último pudiendo alterar la agenda planificada para el día.

• Las entrevistas realizadas en vivo durante un noticiero y que posteriormente es convertida en nota o directo, también formarán parte de la agenda temática y su ubicación irá de acuerdo al tema o importancia de la información.

• Las notas o vc, directos, leídas que no aportan mayor información y que se las conoce de colchón, también deben estar contempladas en la agenda temática, este material generalmente sale al final del noticiero.

• Es recomendable que el jefe de información tenga a mano una agenda, en donde anotará todo lo que le llega a su oficina, como ruedas de prensa, boletines, invitaciones, notas a dar seguimiento, entrevistados, números telefónicos de autoridades entre otros, esto con el fin de planificar la agenda temática de cada día y así evitar el olvido de alguna información que tendrá que dar cobertura o seguimiento. Como podemos ver el Jefe de Información, es una persona que debe estar enterado de todo el acontecer noticioso para que pueda formar la agenda temática. Para González, A. (2000), la elaboración de una correcta agenda temática se asienta en el cumplimiento de diferentes premisas organizativas. Los medios de comunicación deben dotarse de una planificación en dos fases:

- **Fase inicial diaria:** en virtud de las previsiones y noticias que puedan emerger durante el periodo de producción periodística. Para ello, se tienen en cuenta tanto las previsiones de la plantilla redaccional como las de los colaboradores.

- **Fase a medio plazo:** que prepara el tratamiento de temas anunciados. La misma constituye una operación previa y de carácter estratégico, cuyo fin es garantizar la cobertura de noticias. Además, el establecimiento de la agenda temática se realiza en consonancia con dos superficies específicas: la redaccional y la publicitaria.

PERIODISTA Y REPORTERO

Para conocer el trabajo que desarrolla el reportero es necesario saber la diferencia que existe entre reportero y periodista, (Caporaso, G. 2006) dice que ambos cumplen el papel de periodistas, pero que laboran de forma diferente y en algunos casos tiene formaciones diferentes las mismas que diferenciaremos a continuación.



- **Periodista:** escritor que habitualmente escribe en un periódico diario, en un semanario, en una revista, en una radio o televisión. (Caporaso, G, 2006) cita a Verpraet, quien dice "que el periodista debe poseer un triple sentido: sentido del tiempo, de la actualidad y del público." Y según la fórmula clásica de Rivarol, todo el oficio se resume en la siguiente afirmación: "ver y saber, hacer ver y saber hacer." (Caporaso, G, 2006) también cita a Ortego Costales, ser periodista no es escribir en los periódicos, "son periodistas los que trabajan directa y racionalmente la noticia, quienes la buscan, escriben, seleccionan o titulan, pero no quienes se reducen a una simple manipulación de la misma: el taquígrafo que recibe por teléfono, en que le envía o repite por telelipo, el linotipista que la compone, el corrector de pruebas."
- **Reportero:** del inglés reporter: periodista que habitualmente escribe reportajes. Es el informador, el que reporta, es decir, el que lleva al medio todo lo que pueda tener interés periodístico. En sentido estricto equivale a redactar en la calle. (Caporaso, G, 2006) cita a Verpraet, quien dice que el "Gran reportero" es un periodista de reconocida autoridad profesional, notoriedad adquirida y que se ha destacado en su profesión por el talento y éxitos periodísticos.

El reportero

Como nos explica (Rincón, O, 2001: 73) el reportero o periodista de acuerdo a la UNESCO, es una persona o trabajador que realiza la captación, el procesamiento y defunción de informaciones mediante los medios de comunicación sean estos escritos, radiales y televisivos. "este proceso no es científico, sino que responde a una acción humana (por lo tanto, subjetiva), a una práctica de la construcción de la realidad (por lo tanto, política) y a una competencia profesional (por lo tanto, cultural y de formación, académica.)" (Rincón, O, 2001: 73).

Equipos de reporteros

Para (González, E, 2008: 30) a más del reportero que es la persona que trabaja como fuente propia de un medio de comunicación y que se le conoce también como reportero de calle, el medio también tiene otros equipos de reportes quienes se encuentran en otros puntos geográficos y que están en la búsqueda de información. Y a estos equipos de reporteros se les conoce como:

16

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

- **El enviado especial:** es el reportero que acude al lugar de los hechos, en donde se produce un acontecimiento importante y en donde el medio no cuenta con un corresponsal para la cobertura. Existen agencias o medios que pueden ayudar en la obtención de la información, pero el director de noticias puede prescindir de ellos al ver que la información proporcionada no cumple las expectativas, por lo que se ve en la obligación de enviar a un equipo.

- **Reportero de guerra:** por su parte (Bergés, L, Pérez, R, Sabater, M, 2009: 176) dicen que en la figura del enviado especial también entra el reportero de guerra, el mismo que es una persona que ha recibido una instrucción militar para dar cobertura a estos hechos. "En cualquier situación de guerra será el informador sobre el terreno quien deba tomar las decisiones que considere pertinente, tanto en la forma como realizar la cobertura informativa, como en lo que concierne en su seguridad personal. No obstante, la dirección del medio tiene el derecho y la obligación de realizar las recomendaciones de seguridad que considere más efectivas." (Bergés, L, Pérez, R, Sabater, M, 2009: 176)

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

(Valdés, J, 1989: 45-46), en el momento de recabar la información la tarea del reportero es esencial. Una vez que obtenga el material que le han proporcionado las diferentes fuentes sean estas de manera verbal, escrita, gráfica o visual, deberá ser comprobado: Los hechos que se convertirán en noticia deben ser siempre verificados. "El reportero debe tener la exactitud de la noticia que escribirá primero y divulgará después." (Valdés, J, 1989: 45-46) La exactitud que busca el periodista será alcanzada mediante el uso de una serie de recursos y precauciones que explicaremos a continuación.

- Si se puede recurra a la otra versión: es decir buscar la fuente contraria o contrastar la información, con esta práctica se puede aclarar dudas y lograr un equilibrio en la noticia a más de darle imparcialidad. Mientras más fuentes contengan nuestro material, mayor será el valor noticioso y el público podrá sacar sus propias conclusiones a más de reconocer un buen trabajo periodístico.



- Nunca saque sus propias conclusiones: Si el reportero cae en este punto será subjetivo, por ende la noticia será parcial cuando no tendenciosa -inclinación determinada-. Aunque la intención del reportero no haya sido esa, pero el público lo interpretará así. Hay que recordar que el televidente no estuvo en el lugar de los hechos y ni en la mente del redactor, por lo que al ver una información donde figuren opiniones personales, encasillará al reportero o al medio de comunicación a una línea o tendencia ideológica.
- Siempre trate de verificar: en caso de alguna duda sobre un nombre, fecha, cifra entre otras, es obligación del reportero verificar o comprobar inmediatamente estos datos, si en el caso que no se llegase a determinar estos datos es preferible que la nota no salga a la luz. Pero si la nota tiene que ser divulgada es necesario que se tomen las salvaduras necesarias como el caso de la presunción, pero no es recomendable, lo óptimo sería dejarla fuera de la pauta -guion-.
- Nunca se da por satisfecho: dar seguimiento a un hecho siempre aportará nuevos datos, y en algunos de los casos ayudan a complementar la información y enriqueciéndola. Todo tipo de fuente siempre será bienvenida y no debe descartarse ninguna a priori-con anterioridad-. De la búsqueda constante siempre saldrá algo nuevo que puede ser el corazón de la noticia y a partir de ese núcleo se irán aportando nuevos datos.

Ley Orgánica de Comunicación

Recuerde que en la actualidad contamos con una Ley Orgánica de Comunicación, que tiene por objeto desarrollar, proteger y regular en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

- Por lo que todas las personas tienen derecho a recibir información de relevancia pública veraz, la misma que tiene que ser verificada, contrastada, precisa y contextualizada.
- Los medios de comunicación se abstendrán de tomar posición institucional sobre la inocencia o culpabilidad de las personas que están involucradas en una investigación legal o proceso judicial penal hasta que se ejecutorie la sentencia dictada por un juez competente.
- En todos los casos en que los medios de comunicación aborden el tratamiento de hechos sometidos a investigación o procesamiento judicial, están obligados a publicar, en igualdad de condiciones, las versiones y argumentos de las partes involucradas.

18

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

- Información de circulación restringida: es la que no puede circular libremente en los medios de comunicación: a) Aquella que este protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida en la ley. b) La información acerca de datos personales y que provenga de las comunicaciones personales, cuya difusión no haya sido debidamente autorizada por su titular, por la ley o por juez competente. c) La información producida por la fiscalía en el marco de una indagación previa. d) La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que violen sus derechos según lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia.

CAMARÓGRAFO

El camarógrafo de campo para (Hersh, C, 1998: 18-20), es el responsable de captar buenas imágenes, las mismas que serán de mucha ayuda para el reportero. El camarógrafo además tiene a su mando a otros miembros del cuerpo técnico que le acompañan, como es el jefe de sonido y en algunos casos con un iluminador, esto si es que el medio así lo considera para la cobertura. El camarógrafo "también debe darse perfecta cuenta de las necesidades editoriales del reportero. Tiene que adaptar su filmación y realizar tomas que apoyen al relato de aquel." (Hersh, C, 1998: 18-20) Criterios noticiosos del camarógrafo

(Sohr, R, 1998: 246) nos dice que el camarógrafo es el encargado de la imagen, por ende debe privilegiar la rapidez y la precisión sobre las consideraciones estéticas, pues el material que entregará es de carácter noticioso y debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La cámara debe captar sin errores los anuncios decisivos de un entrevistado.
- En circunstancias normales (ruedas de prensa, entrevistas coordinadas) el camarógrafo debe captar lo justo.
- Debe hacer tomas con la precisión de un francotirador y no emplee la cámara como una metralleta, es decir con movimientos involuntarios.
- La profusión -abundancia o cantidad- de tomas es un signo inequívoco de inseguridad.
- Los camarógrafos suelen sufrir del "síndrome del camarógrafo", que ha costado muchas vidas. La fascinación de mirar la realidad a través de la cámara puede conllevar a un acto imprudente. Cuando está grabando, muchas veces puede sentirse invulnerable a las balas y actuar en consecuencia. Estos peligros generalmente se dan en incidentes violentos como protestas sociales, hechos policiales entre otros.



19

- Evitar las relaciones ásperas con el reportero, a veces el camarógrafo cree que sabe todo, por lo que no le gusta recibir recomendaciones del reportero.
- El trabajo en equipo da buenos resultados, lo que es importante para conseguir un buen reportaje.
- A falta de acuerdo entre el reportero y camarógrafo, el criterio que prevalecerá es el del reportero.

Responsabilidad de un camarógrafo.

El camarógrafo antes de salir de cobertura para realizar las tareas de búsqueda de información encomendada por el director o jefe, debe revisar su equipo y tener presente las siguientes recomendaciones que hace Felipe Ixpata, J. (2011) como son:

- Revisar su equipo que lo conforma: cámara, micrófonos, baterías, video cassette, etc. Cuidando de su buen estado de funcionamiento, no es fácil reemplazarlo en caso de averiarse.
- Realizar una lista del equipo y así asegurarse de que no olvida nada.
- El camarógrafo debe tener en cuenta el tiempo disponible para su grabación y estar en capacidad de adaptar sus tomas en determinada situación, considerando que la escena pueda ser desarrollada de inmediato, o, en el peor de los casos, que no se pueda realizar.
- Estar consciente de no perder el tiempo en detalles y que sus tomas tendrán que remitirse a lo esencial; asimismo, conocer el enfoque que el director o jefe pretende para la realización de la tarea encomendada.

Clasificación de los camarógrafos

Rangel, A. (2009) manifiesta que la televisión con el paso del tiempo ha ido evolucionando de una manera rápida y en la actualidad es un producto de la conjunción tecnológica de varios inventos, dentro de esta conjugación se encuentran las diferentes categorías de camarógrafos u operadores de cámara que desempeñan diferentes funciones de acuerdo a su especialidad, aunque todos están o deben estar preparados para actuar en cualquiera de los campos que anunciamos a continuación:



20

• Camarógrafo de estudio:

Son dirigidos desde una cabina, operan cámaras cuya agilidad es limitada por su tamaño, y sus tomas se guían según un libreto o ritmo del evento a grabar, el trabajo de ellos tienen gran similitud con los camarógrafos de cine que trabajan en los grandes escenarios filmando películas, su lugar de trabajo son los estudios de grabación y otros lugares donde se efectúan eventos de gran magnitud. Rangel, A. (2009)

• Camarógrafos de Exteriores o Producción:

Rangel, A. (2009) nos dice que cumplen la función de grabar con equipos de menor tamaño, los mismos que le permiten una mayor movilidad, las escenas y exteriores complementarios para los diferentes programas, estos también están bajo la jefatura de producción, su labor está coordinada con el productor quien define las posiciones de las cámaras, el tipo de encuadre y el movimiento. Aquí prima la estética de los encuadres que componen la imagen y la mayor parte de este trabajo luego sufre un proceso de post producción. "Con la versatilidad de las nuevas cámaras esta función incluso llega hasta los departamentos de prensa para producir programas especiales con carácter noticioso." Rangel, A. (2009)

• Camarógrafos de Prensa

Es quien opera las cámaras, define el encuadre, la iluminación, dirige, guía al momento de registrar los hechos noticiosos, prácticamente no necesita de un director como en los casos antes señalados, a través de él y el reportero da inicio al proceso de registrar la información, su trabajo se desarrolla generalmente con las fuentes noticiosas son los escenarios de la vida real en momentos menos inesperados. En este tipo de trabajo las imágenes no se centran en su totalidad en la estética, sobre la técnica de filmación o grabación, el sentido de la oportunidad, la sensibilidad y otros elementos siempre deben estar en función de la noticia. Rangel, A. (2009)

Por su parte Felipe Ixpata, J. (2011) dice que también existe otra clasificación de camarógrafos los mismos que detallamos a continuación:

• Camarógrafo casero

"Es aquel que simplemente ha comprado su Handy Cam y dispara sus planos o tiros a diestra y siniestra. Sus movimientos son desordenados, rápidos y sin ningún arte." Felipe Ixpata, J. (2011)



21

• Camarógrafo documental

Trabaja con guión, pero tiene libertad de poner en juego su calidad técnica y estética. Es un artista que toma su tiempo el cual a veces puede tomar horas para conseguir su propósito. Obedece a un director y realizador; generalmente, trabaja sin compañía de otra persona y su producto final puede obtenerse en periodos largos. Felipe Ixpata, J. (2011)

• Camarógrafo técnico

"Es aquel que cumple su deber, limita su preocupación a ofrecernos la toma de una escena desde el punto de vista técnico, que es igual a que la imagen tenga correcto foco, buena definición y nada más." Felipe Ixpata, J. (2011)

• Camarógrafo mecánico

"Este tipo de camarógrafo solo se limita a obedecer las órdenes del director, sin preocuparse en lo más mínimo si la toma o plano es la correcta, o si el aspecto artístico de la toma es la mejor estéticamente, es incapaz de hacer cualquier sugerencia para obtener mejores resultados." Felipe Ixpata, J. (2011)

• Camarógrafo artista

"Es el que lleva dentro, la preocupación de que todas las tomas que le son dictadas, sean con la calidad técnica y estéticamente justificada por los códigos y formas establecidas, (composición, armonía, ritmo, etc.) Este artista siempre está a la búsqueda de nuevas propuestas, de acuerdo con el guión y el interés del director, su imaginación e inquietud artística lo destaca como el camarógrafo ideal." Felipe Ixpata, J. (2011)

Tipos de planos

(Cárdenas, E. Guillermo, H, 1996: 18-21), nos dice que hay que saber la diferencia entre toma y plano. La toma, comprende desde el inicio que se dio play o se aplastó el interruptor de la cámara para capturar la imagen, hasta que se interrumpe su funcionamiento. Y plano, se conoce al conjunto de imágenes grabadas en un mismo ángulo y distancia de la cámara. Si bien este estudio es extenso pero recogeremos las más utilizadas por el camarógrafo de prensa que no predomina con énfasis la estética de la grabación, por la prioridad de captar la noticia.



22

• **Planos de ubicación y reubicación:** sitúan visualmente al espectador en el lugar donde se desarrolla el hecho, para ello se utilizan los a) planos generales o plano medio. b) mediante una panorámica.

• **Planos de acción:** se utilizan para el desarrollo de las acciones de los personajes y elementos narrativos. Un camarógrafo atento filmará los gestos, movimientos y actitudes del individuo.

• **Planos de corte:** estos sirven para disimular la falta de continuidad entre los planos y dar la impresión de que el acontecimiento se desarrolla con normalidad. Además estos planos tienen el objetivo de mantener el interés y captar la atención sobre la escena o en la nota general.

Movimientos de cámara

(Cárdenas, E. Guillermo, H, 1996: 31) en nuestra vida cotidiana, los hechos, las actitudes siempre se acompañan de gestos y movimientos. Caminar, correr, darse la vuelta, agacharse entre otros movimientos físicos, siempre asociamos a sensaciones diferentes y estados psíquicos. "Esta correlación con esta realidad, la cámara ejecuta similares movimientos" (Cárdenas, E. Guillermo, H, 1996: 31), que se agrupan en tres tipos y los más utilizados por el camarógrafo de campo.

- Panorámicas (horizontales y verticales)
- Travellings (atrás, adelante, lateral y circular)
- Zooms (o travellings ópticos)

Sujeción de la cámara

(Cárdenas, E. Guillermo, H, 1996: 08) todo camarógrafo sabe que no existe una norma que fije la sujeción de la cámara; si no que él debe adaptarse de acuerdo a las circunstancias del momento y a la toma que va a realizar para captar la imagen. Cuando vamos a sujetar la cámara se debe hacer con un buen procedimiento para evitar los movimientos excesivos y el cansancio del camarógrafo al sujetar la cámara sea esta en trípode o mano. A continuación veremos las posiciones más frecuentes que realiza el reportero de prensa para la sujeción de la cámara.

• **Posición básica:** cuando realizamos la grabación de algún evento a pie y sin la necesidad de apoyarnos en algo. Para mantener el equilibrio es necesario "mantener las piernas ligeramente separadas, apoyar el codo derecho contra el cuerpo y el antebrazo izquierdo cerca del pecho.



23

- Posición tendido: esta se utiliza cuando el ángulo de grabación es bajo, por lo que el camarógrafo debe tenderse en el piso, apoyar el cuerpo con los codos sujetando la cámara con la mano derecha.
- Posición arrodillado: el camarógrafo apoya su codo, en cualquiera de las dos rodillas la misma que está apoyada en el piso.
- Apoyo contra un muro: esta se puede utilizar de forma parada o sentada y el camarógrafo se apoyará contra el muro el cual le dará estabilidad al momento de captar la imagen.
- Apoyo en una silla: el camarógrafo utiliza el espaldar de la silla para apoyar la cámara y el espaldar a la vez quedará en la mitad de las piernas dándole de esta manera estabilidad en las tomas.
- Apoyo sobre un automóvil: el camarógrafo hace uso del techo de un carro, en donde, apoya los codos dándole así fijación y estabilidad a la cámara.

NOTICIERO TELEVISIVO

El noticiario de televisión, es comparado con un periódico. Las noticias que se trabajan en el diario son casi parecidas a las historias que se presentan en el noticiario el mismo que contiene noticias locales, nacionales, internacionales, deportes etc. Similares segmentos que contiene un periódico. En la televisión los titulares tienen como objetivo llamar la atención y guiar al televidente de los sucesos más destacados del día, de igual manera ocurre en un periódico y éstas se encuentran en la primera plana, en el caso de una nota la misma que contiene los valores noticiosos para ser noticia siempre irá al inicio de noticiario, mientras que en el periódico generalmente está en las primeras planas. (Hersh, C, 1998: 132)

FORMATOS DE LA INFORMACIÓN

(Gimeno, G, Jauset, J, Peralta, M, 2008: 16) Entre los formatos de información se encuentran los productos comunicacionales que ha producido el medio, esto gracias a labor del reportero quien ha recopilado la información encomendada por el jefe de información y este material saldrá al aire como noticia o información en sus diferentes formatos como los que veremos a continuación.



24

Entradilla o lead: la mayoría de las notas o videos tienen una introducción la cual es leída por el presentador o anchor que aparece en la cámara, el fin de estos pequeños textos es despertar el interés del espectador, dar paso a las noticias y finalmente dotan de personalidad al informativo. (Gimeno, G, Jauset, J, Peralta, M, 2008: 22)

Conexión en directo o microonda: un directo es una conexión en tiempo real entre dos o más lugares. Esta es una de las herramientas más utilizadas por los profesionales, por que le permite narrar o contar los hechos desde el lugar y al mismo tiempo le entrega un plus de credibilidad al noticiero como al reportero. (Gimeno, G, Jauset, J, Peralta, M, 2008: 16)

La micro falsa: es un material grabado por el reportero y camarógrafo que buscan dar la sensación de que el reportero esta en el lugar de los hechos en vivo cuando en realidad no lo es, sino, que este material fue grabado con antelación. Al finalizar la micro falsa el reportero da paso al presentador para que continúe con las noticias. La micro falsa más directo: es el mismo paso que la micro falsa sino que a ésta se le añade un directo en el medio de la micro, esto quiere decir cuando finaliza el director el reportero continúa con la información y al terminar la misma da paso al presentador.

La micro sandwich: es una micro falsa que tiene la peculiaridad, de que en el medio de la micro se pasa una nota o vc producido por el reportero y es él mismo quien da paso a la nota, al finalizar este material (nota o vc), regresa nuevamente el reportero y da paso al presentador.

Pieza, video, vc o vtr: es uno de los productos más comunes y completos, esto debido a que no sea necesario puede incluir todos los ingredientes como: imagen, texto informativo redactado por el reportero o periodista u off locutado, declaraciones o fragmentos de la entrevista, sonido ambiental muy importante para saber lo que sucede en su entorno, las presentaciones a cámaras de los reporteros o conocidos también como pantallazos, la infografía, fragmentos de imágenes y audio sin off. La noticia es grabada y editada antes de la emisión del informativo. (Gimeno, G, Jauset, J, Peralta, M, 2008: 22)

Total, corte de voz o directo: un total es considerado como la declaración de una persona o un fragmento de esta declaración. Cuando una persona expresa o piensa lo que siente a un periodista eso es una declaración, posteriormente el periodista con su criterio valorativo, elegirá ciertos fragmentos de las declaraciones y mediante la edición sacará lo más importante para transmitirlo por el medio de comunicación. A estos fragmentos se les conoce como totales o directos, este ultimo más conocido en nuestro día a día periodístico.



25

Esta práctica de los directos o totales se le denomina "periodismo de declaraciones" una práctica poca informativa y utilizada con frecuencia para políticos y deportistas. (Gimeno, G, Jauset, J, Peralta, M, 2008: 28)

Colas o leídas: es el texto leído directamente por el presentador o presentadora o enviados especiales. Este tipo de noticias tiene dos partes que se diferencian: la imagen y el audio por un lado y el texto informativo por el otro. Este formato se presenta o inicia con la lectura del presentador sea desde el teleprompter u hojas con referencia a la cámara y luego de unos segundos la pantalla es cubierta por imágenes las cuales hacen referencia al texto, al terminar la lectura y luego de unos pocos segundos el presentador regresa a la cámara y continúa con otras noticias. Este es un formato dinámico, vistoso y utilizado generalmente para las noticias de última hora o dispuestos a cambios. (Gimeno, G, Jauset, J, Peralta, M, 2008: 22)

Leída más directo: el presentador lee el texto y en unos segundos se ponchan las tomas al finalizar el texto el presentador no regresa a la pantalla, sino que, se rueda el directo, que no son más que declaración de una persona o más y al finalizar las intervenciones el audio se va y se poncha de nuevo al presentador quien continuará con más información o enviará al corte.

Leída más doble directo: el mismo paso que la leída más directo, si no que en esta se coloca otro directo pero ya no interviene la misma persona sino que es otro entrevistado.

Locutada: es un material grabado por el reportero, el mismo que contiene imágenes del hecho y voz en off, este material carece de entrevista, por lo que en toda la locución únicamente pasan imágenes del hecho las cuales van de acuerdo al texto.

La entrevista: como ya hemos revisado en capítulos anteriores la entrevista es el diálogo entre dos o más personas que tiene como objetivo saber más sobre un tema o conocer a un personaje a profundidad. Este tipo de entrevistas pueden ser informativas, de opinión y de semblanza. (González, E, López, R, López, B, 2009: 11)

ESTRUCTURA DEL INFORMATIVO

Según (Suárez, S, 2009: 50), los informativos generalmente tienen la siguiente estructura:

Cabecera

Pieza audiovisual que contiene los rasgos icónico-sonoros del programa, que en el caso de los informativos es breve y adquiere fuerte carga institucional.



26

Saludo de los conductores

Apelación directa del conductor al espectador, en forma de prólogo o preámbulo.

Sumario titulares

Segmento que anticipa los contenidos más relevantes de la emisión.

Noticias

El grueso del informativo, está formado por un conjunto de noticias relacionadas temáticamente en forma de bloques de contenido.

Deportes

Segmento que contiene varias notas con lo último del acontecer deportivo.

Despedida

El saludo al inicio del informativo y la despedida al final por parte de los presentadores, apoyan la defensa del informativo como discurso unitario y estructurado narrativamente.

LAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN

(Prado, J, 2011: 16), como revisamos anteriormente la producción de un programa es un trabajo arduo que implica la ayuda de un conjunto de especialistas, con el objetivo de alcanzar el producto deseado, para que esto se haga realidad hay que seguir tres etapas de la producción que son muy importantes y que revisaremos a continuación:

Etapas de preproducción

Para Molina, C, (2012), en esta etapa el director de noticias o jefe de información, planifica la cobertura de eventos y revisa las diferentes fuentes noticiosas a buscar, se organiza la información, en el caso de tener notas que no pierden actualidad se las revisará y se las seleccionará para que salgan al aire y se prevén cada uno de elementos que darán cuerpo al noticiero como: enlaces en vivo, llamadas telefónicas, gráficas especiales entre otras. Posteriormente se realiza la famosa reunión del consejo de redacción Molina, C, (2012) cita a Botero y Restrepo (1990) nos dice que aquí los editores, los jefes de redacción, los reporteros y el director deciden la agenda de noticias que se cubrirá ese día.

Una vez culminada esta reunión el equipo de noticias conformado por el reportero y camarógrafo saldrán a sus coberturas destinadas.

En esta fase hay tres funciones o tareas que realizan paralelamente tanto el jefe de información, como el asistente de noticias y el equipo de cobertura las cuales veremos a continuación.



27

El jefe de información

- Revisará el material realizado por los reporteros del día anterior los mismos que no pierden actualidad.
- Procederá a realizar un pre guión con los temas hablados en la reunión, más el material elaborado con antelación por los reporteros.
- Pedirá al departamento de diseño que realice las respectivas claquetas o pizarras gráficas solicitadas por el reportero o para el noticiero.
- Estará pendiente de la radio escáner para escuchar alguna novedad de los organismos de socorro.
- Revisará la información que producen los otros medios de comunicación tanto de periódicos, radio y televisión. Otra fuente muy útil es seguir la red social twitter.
- Tener un plan "B", en caso de que alguna cobertura no se dé por algún motivo.
- Preparar agenda para las coberturas de la tarde.
- Realizará llamadas o invitaciones escritas para las autoridades o personas que dominan algún tema puedan asistir a una entrevista en vivo o grabada.
- Realizar cualquier tipo de requerimiento al equipo de noticias, al asistente o al jefe de operaciones.
- Tener noción del tiempo para contar con el equipo ya en el canal y pedir algún requerimiento especial en la redacción.

Asistente de noticias

- Realizará los contactos con las fuentes de información vía telefónica con el objetivo de que el reportero vaya a una entrevista segura y así optimizar el uso del tiempo.
- Organizará los textos o leads realizados por los reporteros de las diferentes notas elaboradas con anterioridad, cualquiera que sea el género periodístico.
- Revisar las fichas para los generadores, los mismos que son realizados por el reportero. El asistente debe prestar mucha atención al orden que intervienen los entrevistados en la nota y segundo ver que no existan faltas de ortografía tanto en los nombres, cargos que desempeña y la locución donde se desarrolla la noticia.
- Buscar alguna información solicitada por el reportero, sean estas estadísticas, nombre de funcionarios o ex funcionarios entre otros.
- Buscar las tomas de archivo solicitadas por el reportero o camarógrafo editor, para que puedan graficar la nota y así evitar el mal uso del tiempo.



28

- Estar pendiente de la radio escáner para escuchar alguna novedad de los organismos de socorro.
- Revisar la información que producen los otros medios de comunicación tanto de periódicos, radio y televisión. Otra fuente muy útil es seguir la red social twitter.
- Estar en constante contacto con los reporteros para conocer si existen novedades en las coberturas de los temas, o si no, para saber si necesitan algún requerimiento del equipo.
- Tener noción del tiempo para pedir el retorno del equipo de noticias al medio y estar pendiente para la hora de la emisión del noticiero.

Reportero y camarógrafo

- El reportero se encargará de recolectar toda la información con las fuentes que ya fueron coordinadas.
- Aplicar un buen criterio para la recolección de información.
- Si necesita realizar un contacto para completar su información lo podrá realizar mediante una llamada telefónica o visitar directamente el despacho de la persona que busca para la entrevista.
- Informar de todas las novedades que den en la cobertura de noticias.
- Estar pendiente de todo lo que ocurre en su entorno.
- Estar pendiente de su teléfono o radio en caso de que exista alguna disposición del jefe de información o del asistente de noticias.
- Realizar los requerimientos necesarios que necesite el jefe de información o asistente de noticias para la recolección de información.
- Estar pendiente de la radio escáner para escuchar alguna novedad de los organismos de socorro. (esto si tiene el equipo)
- Tener una buena relación con los colegas de los diferentes medios ya que ellos también son una buena fuente de información.
- Revisar la información que producen los otros medios de comunicación tanto de periódicos, radio y televisión. Otra fuente muy útil es seguir la red social twitter.
- Tener noción del tiempo para que pueda realizar la edición de sus notas.

Camarógrafo

En esta fase el camarógrafo y el reportero deben tener una excelente comunicación, aquí el reportero le dirá al camarógrafo cómo se enfocará en la nota, por lo que el camarógrafo se adaptará a los requerimientos solicitados. Por ello debe tomar en cuenta lo siguiente:



29

- Tener amplio conocimiento en el manejo de la video cámara.
- Saber las formas de sujeción de la cámara dependiendo el lugar de la cobertura.
- Tener un amplio dominio en la composición de la imagen.
- Cuidar la calidad de la imagen.
- La cámara debe captar sin errores los anuncios decisivos de un entrevistado.

Etapas de producción

Molina. C, (2012) dice que en esta etapa los reporteros ya disponen de las imágenes y sonido correspondiente a cada noticia, por lo que se dará paso a la redacción y edición. A través de este proceso se añade la locución del redactor y se monta la imagen y el sonido para crear las notas o géneros acordados en la mesa de redacción, se seleccionan los bites o los videos sin locución. Molina. C, (2012) cita a Fernández (1989) señala que al volver a la estación o al canal, el reportero prepara un informe sobre la cobertura y destaca los hechos más importantes y visualiza el material gráfico.

De igual manera que la etapa anterior el jefe de información, el asistente y el reportero realizan actividades paralelas.

El jefe de información

- Pedirá a los reporteros que le comenten las novedades sobre las coberturas.
- Dará las instrucciones necesarias para la redacción de las notas.
- Decidirá el género informativo que aplicará a cada una de las coberturas realizadas por el reportero, la cual dependerá de la importancia de la información de cada una.
- Realizará el guión definitivo, el mismo que no tomará mucho tiempo ya que realizó un pre guión.
- Pedirá a los reporteros que entreguen al o a la asistente de noticias los textos para titulares, para los leads y sus respectivas fichas para los generadores de caracteres.
- Revisará los leads y las fichas para los generadores para su aprobación.
- Pedirá que se locuten los titulares, los avances, entre otros requerimientos que considere necesarios. Esto una vez aprobado por el jefe de información.
- En esta fase el director de noticias concentrará toda su atención para la producción del noticiero.
- Revisar la información que producen los otros medios de comunicación tanto de periódicos, radio y televisión como también estar pendiente con las redes sociales en este caso el twitter.



30

- Tener noción del tiempo para ver a cuantos minutos u horas estamos de entrar en vivo.
- Colaborar con el asistente de noticias ya que sobre esta figura cae gran parte del sistema productivo de la información del medio.

El asistente de noticias

- Entregará el material solicitado por el reportero (sean datos o estadísticas) o por el editor (imágenes de archivo).
- Revisará que los titulares queden totalmente producidos igual que las claquetas.
- Organizará los leads de acuerdo al guión realizado por el jefe de información.
- Una vez revisados y aprobados los leads y las fichas al igual que el guión, se procederá a su impresión definitiva. (Esto no significa que no pueda realizarse un cambio de última hora tanto en el lead como en la ficha.)
- Imprimir los libretos o leads y cargar los mismos al teleprompter, es indispensable que el presentador cuente con las hojas ya que por cualquier motivo falla el sistema del teleprompter podrá apoyarse en las hojas. Claro que no será muy vistoso pero en este caso la información y el televidente es el que manda.
- El guión será entregado al equipo técnico de la emisión en vivo que son: el operador de vtr, el switcher, el sonidista, camarógrafos de estudio, al operador del generador de caracteres, para el jefe de información, el asistente de noticias y como lo dijimos anteriormente al presentador.
- Pedir las notas a los reporteros para subirlos al vtr (sistema donde se ruedan las notas.)
- Revisar que las notas pautadas estén en el sistema vtr y que las mismas rueden con total normalidad. Si existe alguna falla de edición o en el equipo del vtr, esta deberá ser corregido inmediatamente.
- Verificar que los presentadores estén en el canal media hora antes de salir en vivo, con el objetivo de que repasen los leads o si tienen alguna duda sobre la información o pronunciación de palabras se indicará adecuadamente. A más de realizar alguna observación sobre sus vestimentas que en la televisión es muy importante por la imagen que proyectarán y son la cara del noticiero.
- Ver que los equipos técnicos para la transmisión en vivo estén listos, es decir, cámaras, luces, micrófonos, sistema teleprompter, sistema vtr.



31

- Tener noción del tiempo que en esta fase es muy importante tenerlo presente ya que cada vez estamos más cerca de salir en vivo.

El reportero

- El reportero entregará primero el texto para titulares el mismo que es corto y conciso, a su vez también puede ser un pantallazo en donde nos entrega los datos más relevantes de la noticia
- Procederá a la redacción de la noticia de acuerdo a lo solicitado por el jefe de información.
- Pedirá al asistente de noticias los datos que solicito para la nota.
- Durante la redacción utilizará su criterio periodístico y estilo.
- El reportero entregará los leads y las fichas al asistente de noticias. Dependiendo de la experticia del reportero lo podrá entregar antes de que inicie la redacción de la noticia o después de la misma, pero debe tener en cuenta que el tiempo es oro en esta fase.
- Finalizada la redacción dará paso a la locución de la nota, la misma que está sujeta al género periodístico determinado.
- Conjuntamente con el editor, procederán a sacar las entrevistas que se utilizarán para la construcción de la nota y posteriormente a la graficación de toda la nota dependiendo del género.

Editor

- El editor apenas tenga las tomas obtenidas por el camarógrafo, entregará las imágenes al departamento de producción para que realice los titulares, los avances, claquetas entre otras.
- El reportero y el editor trabajarán conjuntamente con el editor en la graficación de la nota, por lo que deben tener en cuenta que las entrevistas complementen la locución y las tomas utilizadas encadenen con la locución.
- El editor utilizará efectos para la transición de las entrevistas a las imágenes con el objetivo de evitar los brinco en las tomas.
- Las notas deben tener tres segundos de tomas al inicio sin la locución del reportero, pasado ese tiempo entrará el audio, esto con el objetivo de que las notas no salgan cortadas al momento que el operador del vtr rueda la misma, de igual manera la salida o el fin de la nota debe tener cinco segundo de tomas tras la firma del



32

reportero para evitar que la nota se vaya a negro o de ponchar inesperadamente al presentador.

- El editor debe enviar las notas con los audios regulados, esto hace referencia a los audios ambientales, de la locución del reportero como de las entrevistas de las personas o autoridades, esto facilitará la labor del sonidista durante la transmisión del noticiero en vivo.

Etapas de postproducción o emisión directa

Molina, C, (2012), en esta etapa el noticiero sale al aire y se presentará todo el material recopilado por los reporteros. Durante la emisión en directo se efectúan los siguientes procesos:

- Coordinación de cámaras, sonido e iluminación en el plató o set
- Lanzar los videos
- Insertar rótulos
- Mezcla de imagen
- Mezcla de sonido
- Micrófonos
- Videos
- Directos
- Sintonías (discos compactos, mini disc u ordenador)
- Seleccionan los encuadres de las cámaras
- Fin de la emisión

En esta etapa prácticamente el reportero, el camarógrafo y el editor, habrán concluido con su trabajo y el resultado final de sus notas o vc, leídas, micro falsa, cualquiera que sea el género que han preparado, se verán reflejados en la pantalla. Pero esto no significa que en caso de una emergencia no puedan asistir, sino, que deben estar pendientes de cualquier suceso que se suscite a última hora para dar la respectiva cobertura.

Jefe de información

Aquí el jefe de información dará las órdenes que se requieran tanto al equipo técnico, a los presentadores, al asistente de noticias y pide seguir la pauta establecida. Generalmente el jefe de información sabe estar en el primer bloque del informativo y luego delega la función de dirigir al noticiero al asistente de noticias, mientras que



33

él ultimará los detalles de la agenda para las otras emisiones, además evaluará el trabajo de los reporteros, camarógrafos y editores y dará seguimiento al resto de medios televisivos para comparar la información que tienen con la producida por su equipo de noticias.

Como podemos ver el trabajo del Jefe de Información no es fácil y la responsabilidad es alta, él a su cargo tiene un grupo numeroso de profesionales especializados en diferentes aéreas de la comunicación audio visual, por lo que el liderazgo, el carácter, el criterio periodístico, la seguridad, el profesionalismo y la experiencia son las cualidades que debe dominar el jefe de información para poder dirigir y producir un noticiero televisivo con la responsabilidad social que en la actualidad exige nuestro medio que es la de entregar al televidente una información con calidad y responsabilidad.



34

REFERENCIAS

Bergés Laura, Pérez Rosario y Sabater Marta (2009). Gestión de empresas de comunicación. Sevilla, Comunicación Social.

Blázquez, Niceto (2000). El desafío ético de la información. Salamanca, San Esteban

Burgueño, José (2008). La invención en el periodismo informativo. Barcelona, UOC.

Camacho, Idioa (2010). La especialización en el periodismo: formarse para informar, Sevilla, Comunicación Social.

Cárdenas Esteban, Ríos Hugo (1996). Manual: para el proceso de producción de un video. Cuenca.

Caporaso, Giovanni (2006). Largo todo y me Voy.: Como ganarse la vida al exterior escribiendo reportajes, blogs y E-books, Offshore World.

Echazarreta José, García Luis (2011). Lengua castellana y Literatura. Málaga, EDITEX.

Echevarría, Begoña (2011). El reportaje periodístico, una radiografía de la realidad: Cómo y por qué redactarlo. España, Comunicación Social.

Estremadoyro, Julio (2004). Lecciones de Periodismo Televisivo. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fernández, Sergio (2007). Cómo gestionar la comunicación: en organizaciones públicas y no lucrativas. Madrid, NARCEA.

Francés M, Gavaldá, J (2014). La TV de la crisis ante el abismo digital. Valencia, Gedisa.

García Víctor, Gutiérrez Liliana (2011). Manual de géneros periodísticos. Bogotá, Universidad de La Sabana.

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

35

Gayol Sandra, Kessler Gabriel (2002). Violencias, delitos y justicias en la Argentina. Buenos Aires, Manantial.

Gimeno Gemma, Peralta Miquel y Jauset Jordi (2008). Las audiencias en la televisión y El lenguaje de las noticias de televisión. Barcelona, UOC.

González, A (2000). Producción del temario periodístico local. 06, 30.2000, de Revista Latina de Comunicación Social Sitio web: <http://www.uil.es/publicaciones/latina/aa2000yen/150antonia.html>

González, Elena (2008). Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula. España. Ministerio de Educación.

González, Elena (2012). La noticia y el reportaje. España, Ministerio de Educación.

González, Julián (2004). Repensar el periodismo: transformaciones y emergencias del periodismo actual. Colombia, Universidad del Valle.

Hernando, Luis (2000) El discurso periodístico. Madrid, Verbum
Hersh, Carl (1998). Producción televisiva: El contexto latinoamericano. Florida, TRILLAS.

Ixpata, Felipe (2011). El camarógrafo de televisión en grabaciones de hechos noticiosos y producciones especiales. (Tesis Universidad de San Carlos de Guatemala). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0876.pdf

López, Xosé (2009). Desafíos de la comunicación local: guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad. Sevilla, Comunicación Social.

Llanos, Segundo (1993). Periodismo informativo. Trujillo, Libertad.

Manfredi, Juan (2000). Manual de Producción Periodística. Madrid, Eduforma.

Martínez, María del Pilar (2002). Información radiofónica. Barcelona, ARIEL.



36

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

Martini Stella, Luchessi Lila (2004). Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder. Buenos Aires, Biblos.

Martini, Stella (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Bogota, NORMA.

Maza, Maximiliano (1994). Guión para medios audiovisuales. México, Pearson.

Molina, C. (2012). Importancia de la Preproducción de un Programa Televisivo de Noticias El Caso de Hechos Guatemala. (Trabajo de tesis Universidad de San Carlos de Guatemala.) Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1042.pdf

Neveu, Erik (2004). Sociologie du journalisme. Paris, La Découverte.

Orione, Julio (2006). Introducción al periodismo, Buenos Aires, Flor.

Osoño, Jairo (2008). La comunicación de la ciencia y la tecnología. Medellín, ITM.

Peralta, Miquel (2012). La noticia digital en TV. Barcelona, UOC.

Prado, José (2011). El laboratorio de televisión como un espacio didáctico, Manual para usuarios. México, CUCI.

Rangel, A. (2009). Importancia del camarógrafo de prensa en la televisión actual en Venezuela. (Trabajo especial de grado Universidad Central de Venezuela). Recuperado de <http://saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/2769/1/IMPORTANCIA%20DEL%20CAMAR%C3%93GRAFO%20DE%20PRENSA%20EN%20LA%20TV%20ACTUAL%20DE%20VENEZUELA.%20POR%20ARMANDO%20RANGEL.pdf>

Rincón, Omar (2001). Televisión: pantalla e identidad. Quito, El conejo.

Sabés F, Verón José (2009). La eficacia de lo sencillo: Introducción a la práctica del periodismo. Sevilla, Comunicación Social.

Salaverría, Ramón (2009). Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación de España. Sevilla, Comunicación Social.



MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"

37

Sohr, Raúl (1998). Historia y poder de la prensa. Barcelona, Andrés Bello.

Suárez, Michel (2009). Dramaturgia audiovisual: guión y estructuras de informativos en radio y televisión. Sevilla, Comunicación Social.

Tello, Nerio (1998). Periodismo actual: guía para la acción. Buenos Aires, Colihue Universidad de Panamá. (s/f). Manual de cargos del Director de Noticias. Recuperado de <http://www.up.ac.pa/PortalUp/buscadorUP.aspxhttp://www.up.ac.pa/DRRH/Manual%20de%20Cargos/pagina%20del%20Manual/cargos/DIRECTOR%20DE%20NOTICIAS%20DE%20RADIO.htm>

Valdés, Jorge (1989). La Noticia. Quito, QUIPUS.

Vázquez, Miguel (2009). Noticias a la carta: Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda. Sevilla, Comunicación Social.

Villacis, Rodrigo (1997). Manual de periodismo cultural. Pichincha, AbyaYala.

38

MANUAL DE FUNCIONES QUE CUMPLE
"EL JEFE DE INFORMACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN"



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

EL JEFE DE INFORMACIÓN
Funciones del jefe de información.
CRITERIO PERIODÍSTICO

LA NOTICIA

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Géneros informativos.
La Noticia.
Reportaje informativo.
Entrevista informativa.
Géneros interpretativos.
Reportaje interpretativo.
Entrevista interpretativa.
La crónica.
Géneros de opinión
Editorial.
Comentario.

TIPOS DE NOTICIA

Noticia Política.
Noticia Económica.
Noticia Policial.
Noticia cultural.
Noticia de ciencia y tecnología
Noticia curiosa o rara.
Noticia deportiva.

LA NOTICIA DE ACUERDO A SU LUGAR

Locales.
Nacionales.
Internacional.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes personales.
Fuentes documentales o escritas.
Archivos.
Texto libre consulta.
Documentación varia.
Banco de datos.
Fuentes gubernamentales.
Fuentes no gubernamentales.

IDENTIFICACIÓN DE LA FUENTE

Atribución directa (on the record).
Atribución con reservas.
Atribución con reserva obligada.
Atribución con reserva total (off the record).

LA AGENDA TEMÁTICA

Fase inicial diaria.
Fase a medio plazo.

PERIODISTA Y REPORTERO

Periodista.
Reportero.
El reportero.
Equipos de reporteros.
El corresponsal.
El enviado especial.

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Si se puede recurrir a la otra versión.
Nunca saque sus propias conclusiones.
Siempre trate de verificar.
Nunca se da por satisfecho.
Ley Orgánica de Comunicación

CAMARÓGRAFO

Criterios noticiosos del camarógrafo.
Responsabilidad de un camarógrafo.
Clasificación de los camarógrafos.
Camarógrafo de estudio.
Camarógrafos de Exteriores o Producción.
Camarógrafos de Prensa.
Camarógrafo casero.
Camarógrafo documental.
Camarógrafo técnico.
Camarógrafo mecánico.
Camarógrafo artista.
Tipos de planos.
Planos de ubicación y reubicación.
Planos de acción.
Movimientos de cámara.
Sujeción de la cámara.
Posición básica.
Posición tendido.
Posición arrodillado.
Apoyo contra un muro.
Apoyo en una silla.
Apoyo sobre un automóvil.

NOTICIERO TELEVISIVO

Formatos de la información
Entradilla o lead.
Conexión en directo o microonda.
La micro falsa.
La micro falsa más directo.
La micro sánduche.

Pieza, video, vc o vtr.
Total, corte de voz o directo.
Cotas o leídas.
Leída más directo.
Leída más doble directo.
Locutada.
La entrevista.

ESTRUCTURA DEL INFORMATIVO

Cabecera.
Saludo de los conductores.
Sumario titulares.
Noticias.
Deportes.
Despedida.

LAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN

Etapas de preproducción.
El jefe de información.
Asistente de noticias.
Reportero y camarógrafo.
Camarógrafo.
Etapas de producción.
El jefe de información.
El asistente de noticias.
El reportero.
Editor.
Etapas de postproducción o
emisión directa.
Jefe de información.

CONCLUSIONES

En conclusión podemos decir que el Jefe de Información debe ser un profesional en el mundo de la comunicación, quien debe tener un objetivo claro y un criterio definido de lo que quiere mostrar en el noticiario que va a producir. Entre las habilidades, destrezas y conocimientos que tendrá que dominar, son los géneros periodísticos, los mismos que le permitirán elegir la forma adecuada de presentar la noticia o información. Otros puntos muy importantes que debe tener siempre presente es saber valorar la noticia, conocer la estructura de la noticia y finalmente tener claro los tipos de noticias lo que le permitirá ordenar la información de acuerdo a su temática e importancia.

Para la producción de la noticia el Jefe de Información debe tener un alto criterio periodístico para la consecución de la misma, ya que es el objetivo principal del medio de comunicación y lo que el público sabrá valorar al momento de ver o buscar información que necesita, si la noticia cumple con sus expectativas el televidente nos premiará con su sintonía o caso contrario pasaremos por desapercibidos. Para llegar al punto de tener unas excelentes noticias el Jefe de Información debe elaborar una minuciosa agenda temática donde elegirá de manera acertada las fuentes de información; además deberá tener claro quiénes pueden ser fuentes de información, lo que le permitirá entregar una noticia o información verificada, contrastada, contextualizada y precisa de los hechos, otorgándole de esta manera al medio de comunicación credibilidad y seriedad.

El Jefe de Información siempre debe tener claro que la producción del noticiario o informativo se realiza en equipo y que cuenta con personal a su cargo para hacerlo, tanto en el òcampoö (calle) como en el estudio de televisión. En el caso del equipo de noticias que lo conforma el reportero y el camarógrafo, son los encargados de recolectar los datos, las versiones, las tomas, los audios entre otros, para la construcción de la noticia que posteriormente será redactada y editada de acuerdo al género y bajo los parámetros anunciados por el Jefe de Información.

En cuanto al equipo técnico de producción en el estudio el Jefe de Información, debe tener una constante comunicación con el personal de esta área con el objetivo de que le brinden las facilidades para lograr una excelente coordinación durante la emisión del noticiario en vivo los mismos que los conforman camarógrafo, sonidista, operador de VTR, luminista entre otros.

RECOMENDACIONES

Para que el que el Jefe de Información pueda liderar un departamento de noticias debe estar actualizado constantemente sobre los cambios que se dan en la comunicación o sobre los cambios que pudieran existir en los conceptos como en la práctica de los distintos géneros periodísticos.

Es indispensable que el medio de comunicación entregue información de los hechos de una manera clara, oportuna, veraz, imparcial entre otras, pero para lograr este objetivo el periodista debe trabajar con total independencia y dejar de lado los prejuicios, lo que le permitirá entregar una excelente información o noticia.

En la actualidad la información está en constante movimiento y no para, y de esta misma manera el público busca enterarse de los acontecimientos con la mayor rapidez, por lo que es inconcebible que un medio de comunicación no entregue la información que busca el público lo que le significara pasar por desapercibido y a la vez sería una pérdida de recursos.

El carácter, la condición de líder, la responsabilidad, el criterio y la voz de mando del Jefe de Información, debe ser fundamental para dirigir a un grupo amplio de personas o profesionales sean estos de la comunicación o audio visual, y quienes son los responsables que hacen posible que una transmisión en vivo, una falla o un descuido de cualquiera de ellos haría que la transmisión se vaya al piso, provocando un malestar y una falta de respeto al público.

Se recomienda a estudiantes, profesores o comunicadores, que desean conocer o realizar funciones sobre una jefatura de noticias, pueden utilizar esta información debido a que contiene las bases sobre este tema que puede ser aplicado en cualquier medio televisivo y a su vez esta puede ser reforzada por algún otro investigador ya que cuenta con las bases para profundizar más el tema.

Referencias

Acosta Gladys, Sánchez Ortega (2004) *Construcción de identidad y función política en el discurso del director de comunicaciones*. Medellín, Universidad de Medellín.

Albertini Emiliano, Ruiz Adela (s/f.) *Fuentes de Información: concepto, clasificación y modos de atribución*. Recuperado de http://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar.pd/files/9_Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20%28Albertini%20-Ruiz%29.pdf

Alsina, Miquel (1991) *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Barcelona, Icaria.

Álvarez A, Núñez Rafael, Del Teso Enrique (2005). *Leer en español*. Oviedo, Nobel.

Amado, Adriana (2010). *Prensa y comunicación*. Buenos Aires, La Crujía.

Arfuch, Leonor (1995) *La entrevista: una invención dialógica*. Barcelona, Paidós.

Armentia José, Caminos José (1998). *La información: Redacción y Estructuras*. Bilbao, Universidad del País Vasco.

Armentia José, Caminos José (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, ARIEL.

Atorresi, Ana (1995). *Los géneros periodísticos: antología*. Buenos Aires, Colihue SRL.

Bekasov, D.G (1978). *Géneros Periodísticos*. La Habana, Orbe.

Benito, Ángel (1973). *Teoría General de la Información*, Madrid. Pirámide.

Bergés Laura, Pérez Rosario y Sabater Marta (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla, Comunicación Social.

Bernabeu Natalia, González Olga (2011). *Leer periódicos en casa*. España, Ministerio de Educación del Gobierno de España.

Benítez, José (1975). *Técnica periodística*. La Habana, Pueblo y Educación.

Blázquez, Niceto (2000). *El desafío ético de la información*. Salamanca, San Esteban.

Bizcarrondo Gema, Cárdenas Hernán (1997). *Escribir y editar: guía práctica para la redacción y la edición de textos*. Bilbao, Deusto.

Boni, Federico (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona, Univ. Autónoma de Barcelona.

Borrego, María (2012). *Preparación de archivos para la impresión digital*. Málaga, IC.

Burgueño, José (2008). *La invención en el periodismo informativo*. Barcelona, UOC.

- Camacho, Idioa (2010). *La especialización en el periodismo: formarse para informar*, Sevilla, Comunicación Social.
- Cárdenas Esteban, Ríos Hugo (1996). *Manual: para el proceso de producción de un video*. Cuenca.
- Caporaso, Giovanni (2006). *Largo todo y me Voy...: Como ganarse la vida al exterior escribiendo reportajes, blogs y E-books*, Offshore World.
- Casanellas, Alfredo (2010) *La Dinámica del Lenguaje Radio periodístico: Manual de la Imagen Sonora*, EE.UU, Xlibris.
- Clarín. (1997). *Manual de Estilo*. Buenos Aires, Argentino S.A. Clarín.
- Clauso, Raúl (2007). *Como se construyen las noticias: secretos de las técnicas periodísticas*. Buenos Aires, La Crujías.
- Contreras. M, (2013), Creación de la revista institucional educación activa. (Tesis Universidad Politécnica Salesiana.) Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4192/1/UPS-CT002593.pdf>
- Cortés, Carmen (2005) *La traducción periodística*. España, Universidad de Castilla-La Mancha.
- Cuesta Óscar, Cárdenas Guillermo (2011). *Yo informo, tú opinas*. Bogotá, Los Libertadores.
- Cumpa, Luis (2002) *Fundamentos de diagramación*. Lima, UNMSM.
- Dallal, Alberto (2007) *Lenguajes periodísticos*. México, UNAM.
- Díaz, Fermín (1985). *Ensayos de metodología Histórica en el campo americanista*. España, CSIC - CSIC Press.
- Duran, Gustavo (2005). *Teoría y práctica de la radio*. Caracas, El Nacional.
- Echazarreta José, García A (2012) *Lengua Castellana y Literatura. Siglos XVIII, XIX y XX*. Madrid, EDITEX.
- Echazarreta José, García Luís (2011). *Lengua castellana y Literatura*. Málaga, EDITEX.
- Echazarreta, José (2008). *Lengua Castellana y Literatura 4 ESO*. Madrid, Editex.
- Echevarría, Begoña (2011). *El reportaje periodístico, una radiografía de la realidad: Cómo y por qué redactarlo*. España, Comunicación Social.
- Edo, Concha (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla, CS Sevilla.
- Edgardo, Berón (2005) *Periodismo y literatura en la obra de Antonio DalMasetto*. Buenos Aires, Dunken.

- Estremadoyro, Julio (2004). *Lecciones de Periodismo Televisivo*. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Etxeberria, Xabier (1995) *Ética periodística*. Bilbao, Universidad de Deusto
- Fernández, Sergio (2007). *Cómo gestionar la comunicación: en organizaciones públicas y no lucrativas*. Madrid, NARCEA.
- Fombona, Javier (1997). *Pedagogía integral de la información audiovisual: conocer, producir y actuar*. España, Universidad de Oviedo
- Francés M, Gavaldá. J (2014). *La TV de la crisis ante el abismo digital*. Valencia, Gedisa.
- García, Antonio (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Dykinson.
- García, Jimmy (1980). *La radio por dentro y por fuera*. Quito, CIESPAL.
- García Víctor, Gutiérrez Liliana (2011). *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá, Universidad de La Sabana.
- Gargurevich, Juan (1982). *Géneros Periodísticos*. Quito, Belén.
- Gavaldà Josep, Gregori Carmen (2002). *La Cultura Mediática*. Valencia, PUV.
- Gayol Sandra, Kessler Gabriel. (2002). *Violencias, delitos y justicias en la Argentina*. Buenos Aires, Manantial.
- Gimeno Gemma, Peralta Miquel y Jauset Jordi (2008). *Las audiencias en la televisión y El lenguaje de las noticias de televisión*. Barcelona, UOC.
- Gisbert, Vicente (2012). *Tendencias Periodísticas: El poder y los Medios*. Alicante, Club Universitario
- González, A (2000). Producción del temario periodístico local. 06, 30,2000, de Revista Latina de Comunicación Social Sitio web: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yen/150antonia.html>
- González, Elena (2008). *Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula*. España. Ministerio de Educación.
- González, Elena (2012). *La noticia y el reportaje*. España, Ministerio de Educación.
- González Elena, López Rafael, López Begoña (2009) *La entrevista y la crónica*. España, Ministerio de Educación del Gobierno de España.
- González, Julián (2004). *Repensar el periodismo: transformaciones y emergencias del periodismo actual*. Colombia, Universidad del Valle.
- Gonzalo, Martín (2006). *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*. Madrid. Paraninfo.
- Gordillo, Inmaculada (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito, Intiyan.

Guevara, Melitón (2009). *Información política y opinión pública en la prensa: actores, polifonía y estrategias en la construcción del temario*. España, Universidad Santiago de Compostela.

Herbert, Zettl (2010). *Manual de producción de televisión*. México, CengageLearning.

Hernando, Luis (2000). *El discurso periodístico*. Madrid, Verbum.

Hersh, Carl (1998). *Producción televisiva: El contexto latinoamericano*. Florida, TRILLAS.

Herrera Carolina, López Alberto (2008). *Introducción al diseño*. España, Vértice.

Higuera, Antonio (2006). *Trabajo de campo: la antropología en acción*. México, Plaza y Valdés.

Huamán, Héctor (2005) *Manual de técnicas de investigación conceptos y aplicaciones*. Lima, IPLADEES S.A.C.

Iñigo Ana, Belén Ruth, (s/f). *Redacción periodística*. España, Aire.

Ixpata, Felipe (2011). *El camarógrafo de televisión en grabaciones de hechos noticiosos y producciones especiales*. (Tesis Universidad de San Carlos de Guatemala). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0876.pdf

Jacinto, Lajas (2009). *Cómo preparar una entrevista*. Periodismo ciudadano.com Recuperado de <http://www.periodismociudadano.com/2009/12/13/como-preparar-una-entrevista/>

Jarman Ruth, McClune Billy (2010). *El desarrollo del alfabetismo científico. El uso de los media en el aula*. Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España.

Jesús, García (1998). *La comunicación interna*. Madrid, Díaz de Santos.

La empresa digital. (2014). *La maquetación del libro*. 02,10,2015, de La Imprenta Digital SRL Sitio web: http://laimprentadigital.com.ar/index_consejos_02.php

Lavine John, Wackman Daniel (1992). *Gestión de empresas informativas*. Madrid, Rialp.

Ledo Margarita, KrohlingMargarida (1999). *Comunicación audiovisual*. España, Universidad de Santiago de Compostela.

López, Xosé (2009). *Desafíos de la comunicación local: guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Sevilla, Comunicación Social.

Lozano, José (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Pearson Educación.

Llanos, Segundo (1993). *Periodismo informativo*. Trujillo, Libertad.

- Manfredi, Juan (2000). *Manual de Producción Periodística*. Madrid, Eduforma.
- Marín, Antonio (2012). *Crisis y cambios en la sociedad contemporánea: comunicación y problemas sociales*. Madrid, FRAGUA.
- Martínez, María del Pilar (2002). *Información radiofónica*. Barcelona, ARIEL.
- Martini Stella, Luchessi Lila (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Buenos Aires, Biblos.
- Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá, NORMA.
- Marrero, Omar (2012). *Fundamentos del periodismo deportivo*. Puerto Rico, Terranova.
- Mayoral, Javier (2008). *Redacción periodística en televisión*. Madrid, Síntesis.
- Maza, Maximiliano (1994). *Guión para medios audiovisuales*. México, Pearson.
- Mazotte, Natalia. (2013). *Guía para perfeccionar el arte de la entrevista periodística*. 02,10,2015, de Journalism in the Americas Sitio web: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-14112-guia-para-perfeccionar-el-arte-de-la-entrevista-periodistica>
- Mccoy, W. (s/f). *Qué hace el programa InDesign*. 02,10,2015, de e How en español Sitio web: http://www.ehowenespanol.com/programa-indesign-info_236698/
- Mira, Samuel (s/f). *La entrevista*. Recuperado de http://www.oidossordos.net/toxyk/x/Oidos%20Sordos2/radio/panel/osr_grab_entrevista_s/La%20Entrevista%20%28Como%20Lograr%20Una%20Entrevista%20Profesional%29.pdf
- Molina. C, (2012), *Importancia de la Preproducción de un Programa Televisivo de Noticias El Caso de Hechos Guatemala*. (Trabajo de tesis Universidad de San Carlos de Guatemala.) Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1042.pdf
- Muñoz Javier, Pérez Yolanda, David Marianne (2012). *Developing Writing Skills*. EE.UU. Routledge.
- Neveu, Erik (2004). *Sociologie du journalisme*. Paris, La Découverte.
- Oliveira, Felipe (2009). *Teoría del periodismo*. Sevilla, Comunicación Social
- Orione, Julio (2006). *Introducción al periodismo*, Buenos Aires, Flor.
- Ortells, S. (2008). *El newsmaking como marco teórico para el estudio de la información audiovisual*. 02,10,2015, de Universitat Jaume Sitio web: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78087/forum_2008_29.pdf
- Osorio, Jairo (2008). *La comunicación de la ciencia y la tecnología*. Medellín, ITM.
- Palacio, Raymundo (2013) *Manual para un nuevo periodismo: Desafíos del oficio en la era digital*. México, RadomHouseMondadori
- Peralta, Miquel (2012). *La noticia digital en TV*. Barcelona, UOC.

- Pérez, Gabriel (2010). *Informar en la e-televisión*. Pamplona, EUNSA.
- Pérez, Maximiliano (1994). *Guión para medios audiovisuales*. México, Pearson Educación.
- Prado, José (2011). *El laboratorio de televisión como un espacio didáctico, Manual para usuarios*. México, CUCI.
- Rangel, A. (2009). *Importancia del camarógrafo de prensa en la televisión actual en Venezuela*. (Trabajo especial de grado Universidad Central de Venezuela). Recuperado de <http://saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/2769/1/IMPORTANCIA%20DEL%20CAMAR%C3%93GRAFO%20DE%20PRENSA%20EN%20LA%20TV%20ACTUAL%20DE%20VENEZUELA.%20POR%20ARMANDO%20RANGEL.pdf>
- Rincón, Omar (2001). *Televisión: pantalla e identidad*. Quito, El conejo.
- Rizo, Juan (2007). *Lengua Española 3*. Jalisco, Umbral.
- Reig, Ramón. (2005). *Hacia una comunicación alternativa*. Anthropos, 209, 86.
- rtve. (2006). *Manual de estilo de rtve. Directrices para los profesionales*.02,10,2015, de rtve Sitio web: <http://manualdeestilo.rtve.es/rne/3-4-generos-de-opinion/>
- Sabés Fernando, Verón José (2009). *La eficacia de lo sencillo: Introducción a la práctica del periodismo*. Sevilla, Comunicación Social.
- Salaverría, Ramón (2009). *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación de España*. Sevilla, Comunicación Social.
- Scolari, Carlos (Julio- Diciembre 2008). *Hacia la hipertelevisión*. Recuperado el 8 de febrero de 2014 de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2694422.pdf
- Sohr, Raúl (1998). *Historia y poder de la prensa*. Barcelona, Andrés Bello.
- Suárez, Michel (2009). *Dramaturgia audiovisual: guión y estructuras de informativos en radio y televisión*. Sevilla, Comunicación Social.
- Téllez, Anastasia (2007). *La investigación antropológica*. Alicante, Club Universitario.
- Tello, Nerio (1998). *Periodismo actual: guía para la acción*. Buenos Aires, Colihue.
- Torrealba, Mariela (2005). *La reseña como género periodístico*. Caracas, El Nacional.
- Tous, Anna (2010). *La era del drama en televisión*. UOC, Barcelona.
- Universidad de Panamá. (2012). *Manual de cargos*. 02,10,2015, de Universidad de Panamá Sitio web: <http://www.up.ac.pa/DRRHH/Manual%20de%20Cargos/pagina%20del%20Manual/cargos/DIRECTOR%20DE%20NOTICIAS%20DE%20RADIO.htm>
- Valdés, Jorge (1989). *La Noticia*. Quito, QUIPUS.

Vázquez, Miguel (2009). *Noticias a la carta: Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Sevilla, Comunicación Social.

Vivaldi, Martín (s/f). *Géneros Periodísticos*. México DF, PRISMA SA.

Villacís, Rodrigo (1997). *Manual de periodismo cultural*. Pichincha, AbyaYala.

Werner, Fabián (2014). *Siete historias de crímenes*. Uruguay, Aguilar.

Zanón, David (2007). *Introducción Al Diseño*. Madrid, Visión Libros.