

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**COMPARACIÓN DE NOTICIAS CON REPETICIÓN DE
TEMAS NACIONALES EN LOS NOTICIEROS
ESTELARES DE REPRETEL Y TELETICA, DURANTE
MAYO DEL 2017**

ANNIEL QUESADA CÉSPEDES

SAN JOSÉ, AGOSTO, 2017

Contenido

Agradecimientos	- 4 -
Revisión filológica.....	- 8 -
Declaración Jurada.....	- 9 -
Tablas.....	- 14 -
RESUMEN	- 15 -
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	- 16 -
Planteamiento del problema.....	- 17 -
Objetivos.....	- 18 -
Objetivo general.....	- 18 -
Objetivos específicos	- 18 -
Justificación	- 18 -
Antecedentes.....	- 19 -
Investigaciones internacionales	- 20 -
Investigaciones nacionales.....	- 25 -
Proyecciones	- 27 -
Logros	- 27 -
Alcances.....	- 28 -
Limitaciones.....	- 28 -
CAPÍTULO II MARCO DE REFERENCIA.....	- 30 -
Periodismo	- 30 -
Periodista	- 32 -
Información.....	- 33 -
Noticia.....	- 34 -
Televisión.....	- 34 -
Estructura	- 35 -
Encabezado	- 36 -
Fuentes.....	- 36 -
Imágenes	- 37 -
Enfoque.....	- 37 -

Creatividad.....	- 38 -
Edición.....	- 38 -
Teorías	- 40 -
Audiencia Activa	- 40 -
Hipótesis del cultivo	- 41 -
Agenda setting	- 42 -
Teoría del framing.....	- 42 -
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO	- 44 -
Enfoque.....	- 44 -
Diseño	- 45 -
Descriptivos	- 46 -
Correlacionales	- 46 -
Método.....	- 47 -
Analítico.....	- 47 -
Heurístico.....	- 48 -
Población y muestra.....	- 48 -
VARIABLES – UNIDADES DE ANÁLISIS	- 49 -
Instrumentos.....	- 50 -
Análisis de Contenido	- 50 -
Entrevista	- 51 -
Grupo focal	- 52 -
Objetivo.....	- 53 -
Moderador.....	- 53 -
Participantes.....	- 53 -
Escala de actitud	- 54 -
Recolección de datos.....	- 55 -
Sujetos.....	- 55 -
Fuentes	- 56 -
Fuentes primarias.....	- 57 -
Fuentes secundarias.....	- 57 -
Fuentes terciarias.....	- 57 -
Método de Análisis	- 58 -
Narrativo.....	- 58 -

Fenomenología.....	- 59 -
Referente Institucional.....	- 60 -
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS	- 61 -
Estructura de la noticia	- 62 -
Tiempo	- 63 -
Encabezado	- 63 -
Fuentes	- 64 -
Imágenes	- 64 -
Enfoque.....	- 66 -
Estudio comparativo de noticias	- 68 -
Extensión	- 69 -
Tiempo de trasmisión.....	- 70 -
Encabezado	- 71 -
Fuente.....	- 71 -
Imagen	- 73 -
Enfoque.....	- 75 -
Percepción de las opiniones de los televidentes.....	- 78 -
Conformidad	- 78 -
Competencia	- 80 -
Satisfacción.....	- 84 -
Búsqueda de Recomendaciones.....	- 87 -
Causas	- 87 -
Soluciones.....	- 96 -
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 105 -
Conclusiones.....	- 105 -
Recomendaciones	- 107 -
Referencias.....	- 109 -
APÉNDICES	- 119 -
Apéndice A - Tabla 12 - Estructura de la noticia.....	- 119 -
Apéndice B – Tabla 13 – Extensión de Noticias	- 123 -
Apéndice C- Tabla 14 - Encabezados.....	- 123 -
Apéndice D - Tabla 15 - Fuentes	- 124 -
Apéndice E- Tabla 16 - Enfoques.....	- 124 -

Apéndice F - Tabla 17 – Formulario Grupo Focal I	- 125 -
Apéndice G - Tabla 18 – Formulario Grupo Focal II	- 126 -
Apéndice H - Tabla 19 – Formulario de Escala de Actitud	- 127 -
Apéndice I - Tabla 20 - Valores de escala de actitud.....	- 128 -
Apéndice J - Gráfico 1 - Extensión de la noticia	- 129 -
Apéndice K- Gráfico 2 - Tiempo de extensión de la noticia.....	- 129 -
Apéndice L - Gráfico 3 – Transmisión de la noticia.....	- 130 -
Apéndice M - Gráfico 4 - Encabezados	- 130 -
Apéndice N - Gráfico 5 - Fuentes	- 131 -
Apéndice Ñ - Gráfico 6 - Imágenes	- 131 -
Apéndice O - Gráfico 7 - Enfoque.....	- 132 -
Apéndice P - Imagen 1 - Grupo Focal 1	- 132 -
Apéndice Q - Imagen 2 - Grupo Focal 2.....	- 132 -
Apéndice R - Imagen 3	- 133 -
Apéndice S - Imagen 4.....	- 134 -
Apéndice T - Formulario de Entrevistas	- 135 -

Tablas

Tabla 1 Unidad de Análisis.....	- 49 -
Tabla 2 Participantes Grupo Focal.....	- 54 -
Tabla 3 Sujetos.....	- 56 -
Tabla 4 Unidad y Categorías de Análisis.....	- 61 -
Tabla 5 Ejemplo de Encabezado.....	- 64 -
Tabla 6 Elemento Diferenciador en Imágenes.....	- 65 -
Tabla 7 Ejemplo de Enfoques.....	- 67 -
Tabla 8 Comparación de Estructura de la Noticia.....	- 69 -
Tabla 9 Tiempo de Transmisión.....	- 70 -
Tabla 10 Valores de Escala de Actitud.....	- 85 -
Tabla 11 Resultados de Escala de Actitud.....	- 86 -

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es conocer cuáles son las diferencias y similitudes que tienen los temas nacionales que se informan en los dos noticieros estelares de las dos televisoras privadas más vistas en Costa Rica, mediante una observación rigurosa de los temas de interés nacional que comparten Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete y examinar la manera en que los periodistas y equipos de redacción, abarcan los temas del día a día.

Esta investigación pretende estudiar las noticias que se transmiten durante un mes, en ambos noticieros, para comparar aquellas notas que comparten tema noticioso y establecer la razón por la que no se informan con estructuras innovadoras, frescas, creativas, y sobre todo diferenciadoras. La importancia de distanciar su semejanza recae en que Noticias Repretel, Canal Seis y Telenoticias, Canal Siete, son competencia directa, y le ofrecen al público costarricense dos opciones de noticias televisivas a las 7:00 p.m. de lunes a viernes.

El trabajo busca encontrar las debilidades de las prácticas poco exitosas en la comunicación televisiva de estos dos noticieros, para reforzar la calidad de contenido y representar así un periodismo de calidad. Además de ayudar al televidente a consumir diversos ángulos de las informaciones, y no un producto redundante.

Así mismo, sugiere ajustes de corrección accesibles para todos los periodistas, por parte de expertos independientes a los noticieros, y también, de los propios reporteros y jefes internos de las compañías. Con este trabajo se busca responder interrogantes al fenómeno repetitivo de los noticieros estelares de Noticias Repretel, Canal Seis y Telenoticias, Canal Siete, para mejorar su manera de dar a conocer la información.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Las notas que abarcan temas nacionales de Costa Rica y que se informan en los noticieros de televisión de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, pueden compartir la información nacional, puesto que ambos son costarricenses y abarcan el interés colectivo del día a día. Aunque la lógica pueda señalar que ambos noticieros están obligados la mayor parte de tiempo a publicar las mismas informaciones que acontecen en el territorio nacional, el deber periodístico es otro, contemplar una diferenciación de factores que separe el producto informativo.

Cuando una información es de interés para el pueblo, los medios de masas deben reproducirla, pero esto no quiere decir que todos tengan que comunicarla de igual manera, ni con las mismas imágenes, enfoque, ni tampoco, al mismo tiempo. La esencia del Periodismo es informar, pero también lo es, ir más allá de los datos.

El punto en el que se enfoca esta investigación es en determinar si se repiten los temas informativos nacionales, e identificar si es inevitable que estos se abarquen de la misma forma. Estos pueden o no, ser similares con respecto de su contenido noticioso, fuentes informativas, tomas e incluso redacción.

La adecuada práctica periodística televisiva en este caso demanda un riguroso trato de la estructura y contenido de las noticias que son de interés diario. La necesidad de variar su enfoque, fuentes informativas, titulares o incluso momento de publicación, es cada vez más evidente en un mundo de comunicación digital, donde la inmediatez de los hechos se publica primero en los dispositivos de los usuarios, y de segundo, en las pantallas de sus televisores.

Si estos temas noticiosos diarios se transmitieran a los telespectadores con las mismas similitudes, y sin un esfuerzo visible de diferenciar el enfoque informativo, se demostraría el poco ingenio periodístico que acecha las televisoras estudiadas. Y de ser así, se debería responder las razones y opciones que puedan cambiar esta monotonía de contenido que obliga al televidente, de los dos mayores noticieros privados y sintonizados del país, a conformarse con la misma mecánica de trato de la información.

En Costa Rica, donde dos televisoras privadas acaparan la mayoría de la sintonía televisiva, y son solo dos los principales noticieros que brindan informaciones a las 7:00 p.m. de

lunes a viernes, diferenciarse de su competencia es necesario. Es difícil actualmente precisar en una o dos diferencias puntuales de contenido entre los dos canales cuando de noticias nacionales se trata, particularmente si ambas comparten el mismo tema.

Planteamiento del problema

¿Es el contenido de dichos noticieros poco innovador al presentar las mismas noticias por estrategia o por debilidad? Esta es la interrogante que surge cuando las agendas noticiosas nacionales de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, suelen ser claramente las mismas, pero el problema es: ¿por qué tienen también que compartir la misma estructura de imágenes, fuentes y enfoques por ejemplo?

Tal vez se podría asumir que es falta de ingenio, desconocimiento, tiempo limitado o incluso solo casualidad o un factor inevitable en la práctica del periodismo televisivo en un país pequeño. El porqué de la poca innovación de producción en este tipo de noticias nacionales en los Canales Seis y Siete, durante los noticieros de la edición vespertina o estelar, puede ser una mala práctica del periodismo, o una característica del país.

De ambas formas, esta investigación ayudará a inclinarse por alguna de las dos variantes: si es una práctica necesaria, o es un descuido. Si se toma en cuenta que ambos medios de estudio tienen recursos similares para la transmisión de noticias por televisión, es posible identificar aquellos factores que los une en contenido y formato.

Y nunca está de más un chequeo regular de la calidad de forma en las noticias que son consumidas por la mayoría de la población costarricense, tomando en cuenta que Telenoticias y Noticias Repretel, son los más vistos en el país. Una mirada detallada al producto que sale al aire, en cuanto a la estructura de las informaciones repetidas se trata. Si existe, y en cuánta frecuencia. Buscar las razones, para encontrar posibles soluciones.

Objetivos

Objetivo general

Comparar las noticias con la misma temática nacional informadas en los noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de Costa Rica, durante mayo del 2017, para analizar su estructura y justificar el porqué de sus similitudes y diferencias.

Objetivos específicos

1. Seleccionar las noticias con temas nacionales que se repiten en las ediciones vespertinas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de Costa Rica durante mayo del 2017.
2. Analizar la estructura (encabezado, fuentes, imágenes y tiempo de trasmisión) de las noticias seleccionadas.
3. Inquirir la percepción de algunos televidentes sobre la estructura de las noticias comparadas.
4. Identificar las razones de las similitudes, y las posibles alternativas periodísticas diferenciadoras que puedan cambiar la estructura de las noticias televisivas de temas nacionales en Costa Rica.

Justificación

El control de calidad y la repetida frase de que en las noticias siempre dan lo mismo, refiriéndose a los dos noticieros de televisión privada de Costa Rica, es el motivo para esta investigación. Este trabajo busca la percepción del televidente que al fin y al cabo es el protagonista de la información, y como consumidor busca o merece un producto único, personalizado y aún más, cuando tiene en el menú televisivo noticioso solo dos televisoras privadas relevantes en una nación tan pequeña.

Con el tema de estudio y la comparación de ambos noticieros, se puede explicar el porqué de la monotonía de encuadre noticioso, y las posibles ventanas de innovación que futuros periodistas pueden practicar en los noticieros. Analizar la comparación de las noticias nacionales que tratan los mismos temas en ambos noticieros de las 7:00 p.m. en Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, pone a la vista las debilidades y también las fortalezas que ambos noticieros tienen.

Desde el punto de vista de un estudiante periodista nuevo, siempre se cae en el supuesto que lo que se ve en otros colegas de la materia, cómo y qué hacen, es lo correcto y lo justo. Sin embargo, fuera de esta inocencia, un comunicador es como todo otro profesional en su territorio. No todos practican el periodismo bien, ni tampoco lo hacen mal todo el tiempo. Es cuestión de analizar las prácticas de cada uno según su posición en el medio que corresponde.

Además, no se trata solo de guiar al nuevo periodista, sino también de abrir una puerta de control de calidad de las noticias televisivas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, que se transmiten hoy día. Es hacer un recuento de lo que se está haciendo bien y de lo que se hace mal en este momento. Recordar las responsabilidades periodísticas, e investigar a medida el porqué de lo que todos pueden ver, pero que nadie se explica.

Esta investigación brinda una oportunidad de ajuste para las comunicaciones televisadas de los noticieros de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete en sus ediciones estelares, y también para los periodistas que puedan perder de vista la importancia y el deber de la calidad, la creatividad, al mismo tiempo de la información.

Lo importante es que no solo se señalan las posibles faltas, se razonan y se ofrecen opciones de cambio accesibles, que, aunque no representan una totalidad, puede inspirar a buscar las restantes soluciones que debe tener el Periodismo Televisivo, al filo de la calidad que merece el televidente, el país y los periodistas.

Antecedentes

Si bien la teoría afirma que los temas noticiosos son decididos por los medios informativos, el enfoque de la noticia no necesariamente debe ser igual. “Y en todos los medios informativos, la repetición de un tema un día y otro día es el más potente de todos los mensajes para que quede clara su importancia.”(McCombs, 2004. p. 124).El autor menciona que se repite el tema y la importancia de informar sobre este, pero no se afirma que el mismo se tenga que comunicar de la igual forma o con el mismo enfoque. Sábado (2008) menciona al respecto:

De igual manera los encuadres de las noticias pueden compartir el mismo fin, pero con un discurso característico. Las aristas de la información pueden ser varias e incluso más noticiosas si se toman en cuenta los recursos ventajosos de la

televisión. Para la teoría del encuadre, el periodista en cuanto individuo influye en el contenido de las noticias. Así, los contenidos de los medios se localizan, recogen, seleccionan y difunden por profesionales que dejan su impronta en el producto informativo. (p. 225).

El televidente conoce a su medio de información, y el medio no puede ignorar el hecho que es comparado con su competencia. Como menciona el autor Martínez (2006), sobre la teoría de la audiencia activa: “Aquí el criterio de éxito de la comunicación no es la transferencia de información, sino la satisfacción de la audiencia” (p. 77).

Un público acostumbrado a los medios de información es más crítico en la era globalizada y un periodista que conoce esta realidad, es más riguroso con el contenido de su noticia.

Investigaciones internacionales

La escasa originalidad de contenido en los medios de comunicación, es una preocupación internacional. Bien se menciona en uno de los periódicos impresos más circulados en Colombia, El Tiempo: “No hay que negar que Colombia es un gran productor de noticias de todo tipo, pero también se podría pensar que es una exageración que haya quince noticieros compartiendo las mismas informaciones cada semana.” (Rodríguez y León, 1998, párr. 1). La falta de innovación informativa descuida el valor competitivo diferenciado y es una crítica constante de la profesión del periodista.

El asunto se resume en la falta de análisis de la información sobre la realidad nacional y la falta de una forma diferente de contar las noticias. Los noticieros únicamente están en la labor de brindar noticias mientras se encuentra un lenguaje y una forma de contarlas. (Rodríguez y León, 1998, párr.8)

La información está ahí, eso no se critica, pero la manera de servirlo al consumidor es el punto de discusión. La televisión pública suele ser más libre y por lo tanto más original. Pero los canales más vistos son los privados, y son los que irónicamente fallan en este sello diferenciador del trato de sus noticias en comparación con la competencia.

La TV pública general se legitima por una programación diferente y masiva...El problema se focaliza entonces en si es posible proponer una programación televisiva de servicio público que cumpla con las condiciones de ser relativamente diferente y atractiva masivamente. (Fuenzalida, 2000, p. 7)

Gómez, Hernández, Gutiérrez, Arango y Franco (2010) también explican el contenido de las noticias televisivas de Colombia, en su estudio exhaustivo por comparar las informaciones en ese país, los autores encuentran una serie de similitudes que empobrecen la originalidad del producto, y que fuerza a los televidentes a sintonizar noticias muy similares.

Al respecto, el 34% de las notas publicadas por los noticieros en general parte de la iniciativa de la fuente. El origen de otro 24% corresponde a registros informativos; lo anterior da como resultado que un 58% de los temas no son de iniciativa del medio y, por tanto, la originalidad que marca diferencias con la competencia queda aquí desdibujada. (p. 229).

De alguna manera los recursos valiosos de la televisión parecen ser en lugar de ventajas, una carga para el periodista. La información se presenta simple y fugaz. Sin sacar provecho a la imagen, el sonido ambiente, los silencios, las fuentes y otros factores. Un estudio sobre la calidad de los noticieros de televisión local en Nuevo León, México, revela parte de este fenómeno.

Los camarógrafos de las tres cadenas siguen un patrón similar, por lo que se puede afirmar que las imágenes de los tres noticieros podrían ser intercambiados sin que quizá el espectador se percate. La información en la parte de la locución en el momento de presentar las imágenes con la reseña de los hechos en todo momento es repetitiva. Otra forma en que los reporteros prolongan el tiempo de la narración de las notas es con explicaciones hechas por autoridades o testigos sin añadir información relevante. (Hernández, Márquez y Ponce, 2009, p. 16)

No se puede tampoco dejar de lado los casos que sí son producto de un método económico de las empresas de comunicación, donde su similitud en las noticias locales, son simplemente inevitables por su estrategia de supervivencia y ahorro de recursos. En Estados Unidos los medios de comunicación son masivos. El caso de la televisión local es incluso más

grande que la nacional de Costa Rica. En estos medios locales, se comparten desde repetidas imágenes, hasta las mismas inserciones de fuentes.

Por ejemplo, en un artículo de The New York Times sobre San Angelo, una ciudad de Texas de tan solo 93 mil habitantes, indica que las estaciones de televisión tienen un sistema que publica en muchos casos lo mismo que su competencia. Las estaciones locales de televisión de San Angelo KLST Y KSAN redujeron sus gastos y su competitividad con un “acuerdo de servicios compartidos” que les permite compartir las cámaras y helicópteros.(Stelter, 2012, párr. 11 -12). De esta manera ambas televisoras reciben el mismo material y sus televidentes ven prácticamente la misma noticia en dos canales diferentes.

Los presentadores son diferentes en la estación KSAN de la NBC y en la estación KLST de CBS, pero ellos leen guiones similares en estudios que están uno al lado del otro. Es casi cómico, para un televidente cambiar de canal de arriba abajo, y ver segmentos idénticos sobre noticias de actualidad y salud. (Stelter, 2012, párr. 12)

En este caso, la similitud de contenido en sus noticias locales tiene una razón estratégica, y es claramente justificada. Pero, aun así, este tipo de acuerdos también dejan la misma problemática periodística por la falta de originalidad en sus noticias. En el mismo artículo Stelter (2012) al citar a Craig (2012), opina al respecto: “Lo peor de todo, tal vez, es que nunca sabremos que hace falta—que suciedad no se desenterró, qué preguntas no se preguntaron, qué historias se van a descubrir”. (párr. 20)

Esto señala la preocupación del núcleo periodístico de informar y no ser solo eco de información pre fabricada. Los televidentes en este caso son los que quedan en desventaja. También en Estados Unidos durante las elecciones presidenciales del 2012, el periódico The Washington Post reveló una nota que se replicó de manera idéntica en canales de televisión locales. En el encabezado se leía: “Los días finales de la campaña pueden ser un poco saladas” (Farhi, 2012, párr. 1), y alrededor de doce estaciones como KMPH-TV en California, WAOW-TV en Wisconsin y WBRZ-TV en Luisiana mostraron la misma noticia, con el mismo titular:

La historia "salada" fue producida por un "servicio de afiliados", CNN Newsource, y ligado a decenas de estaciones en todo el país. Las estaciones no

sólo reciben material pre-empaquetado de tales servicios, sino también un guión que introduce las imágenes. Las estaciones entonces "localizan" el paquete enlatado haciendo que uno de sus presentadores lea esta copia hecha-para-todos. (Farhi, 2012, párr. 6).

Según el artículo, la razón de repetir la misma noticia recae en el sistema de economizar recursos, y aprovechar el material finalizado que adquieren por corresponsales o servicios de afiliación. Este tipo de noticias "enlatadas", representan a veces un ahorro del 80% del costo de producción si lo hicieran ellos mismos. (Farhi, 2012, párr. 16).

Es la nueva realidad de televisión local de estas televisoras estadounidenses, sin embargo, es solo por una cuestión monetaria. Las empresas mediáticas seleccionan repetir la estructura de contenido noticioso de su competencia, y se dicho de cierta forma prefieren la cantidad que la calidad. "Es una cuestión económica, pero es una buena solución", dice Bill Lord, cuyo canal de cable a menudo muestra noticias de afiliados de la ABC. "Cada director de noticias prefiere producir historias locales, pero la economía de esta industria ha cambiado, así que no es posible". (Farhi, 2012, párr. 12).

La estrategia económica justifica la calidad de contenido en estos casos de televisión local de Estados Unidos. Costa Rica tiene un contexto diferente con respecto de los noticieros y la manera que comunican los temas nacionales que ambos canales están obligados a compartir. Se señala más a la diferenciación novedosa, a contar lo mismo, pero de manera diferente.

Con la era digital de información, la noticia ya no es tan novedosa para los televidentes quienes leyeron o vieron en redes sociales lo mismo que verán en los noticieros del medio día o de la noche. Ahora es tiempo de contar las cosas de una forma que pueda ofrecer un aporte único que el público aprecia y reconoce, el esfuerzo. En su columna, el editor Hernández (2016) comparte la misma opinión sobre el deber del periodista para diferenciar su trabajo.

Muchos periodistas y el mismo público se preguntan por qué, cada vez más, casi todos los medios presentan las mismas noticias. La verdad desnuda es que siempre fue así, pero la era digital ha amplificado esa uniformidad de la noticia al colocarla a la vista de todos. El sentido común indica que, para salir adelante en esa jungla, es necesario ser muy original. Nuestra única alternativa es hacer

una división entre la originalidad a la hora de elegir un tema para nuestra audiencia y la originalidad a la hora de contarlo. El año 2016 nos obligará a refinar la manera en que contamos las historias. Ese será el principal desafío para los periodistas que trabajan con la noticia diaria, porque habrá muchos comunicadores narrando el mismo suceso. No podemos dejar de contar la historia solo porque los demás también la van a contar. Nuestra única salida es narrar la noticia mejor que los demás. El énfasis estará en la magia del *storytelling*. (párr. 3).

El *storytelling* es entonces, donde se enfoca esta investigación, no se critica ni se señala la veracidad de la información, la credibilidad de las fuentes ni la del tema en sí, sino la manera en que las notas de interés nacional costarricense se presentan al público, con la única competencia directa televisiva haciendo exactamente lo mismo, incluso a la misma hora.

En la tesis para optar por el grado doctoral en la Universidad de Sevilla en España, Mingorance (2015), menciona la importancia de diferenciar la estructura de la noticia, y lo pone a prueba en su investigación sobre análisis de tratamiento de las audiencias televisivas del programa español “Andalucía Directo” de ‘Canal Sur TV en España’ y menciona: “Además han de mantener un equilibrio entre lo que significa el servicio público y ser vistos. Para ello han de elaborar contenidos interesantes y atractivos para que existan receptores y mantener la competitividad.” (p. 288).

Y su tesis apunta también a la importancia de la diferenciación de contenido de los temas y que esto depende en la forma de contar las cosas, refiriéndose a la temática, la imagen y el sonido. (Mingorance, 2015, p. 288). Porque, al fin y al cabo, es la audiencia que le da el capital al medio de televisión, y este logra más participación cuando hace las cosas diferenciadas con calidad y que gusten.

Y esa calidad de contenido en noticias es el principio de todo comunicador profesional, porque la voz y la imagen pueden también moldear y llegar a muchos ciudadanos, como lo menciona Brito (2010) en su tesis para optar por el grado de Licenciatura de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador: “No se debe informar por informar; tampoco aumentar el rating con noticias sensacionalistas;

si se quiere aumentar el índice de audiencia, hay que hacerlo en base a calidad informativa; es más difícil, pero el buen periodismo así lo hace.”(p. 239).

Las agendas diarias que comparten los mismos temas con los otros medios del país, independientemente de cuál sea este, se les llama agenda pública, porque son hechos que ocurren en el día, y es probable que sea de interés colectivo informarlo. De este modo, explica Molina (2012) en su tesis para optar por el grado de Licenciada de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la pre producción de un noticiero es vital para definir la mayoría del contenido del noticiero. Y concluye que:

La agenda pública, aparte de tener que cumplir con estos elementos, se revisa concienzudamente para desechar las de menor interés para el público y maximizar el aprovechamiento de las actividades que se les dará cobertura. Es decir, se establece qué personalidades asistirán a los eventos y qué información colateral se puede obtener, por lo que una sola convocatoria podría representar varias notas. (p.30).

Investigaciones nacionales

En su tesis sobre la cobertura de noticias de cultura en la televisión costarricense, Barquero (2009), clasifica el contenido noticioso de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete durante el noticiero meridiano. Ella concluye que, durante su semana de investigación el porcentaje de noticias nacionales en los noticieros es de un 23% en Repretel y 25% en Teletica. (p.76). Demuestra que prácticamente la cuarta parte del noticiero de medio día es de temática nacional. Además, señala que las informaciones suelen ser las mismas en ambos noticieros por la naturaleza de sus fuentes:

Otro aspecto importante es el manejo de fuentes por parte de ambos medios de comunicación, esto debido a que los entrevistados de dichos noticieros coinciden en que se da una relación bilateral; sin embargo, reconocieron que son los que generan este tipo de noticias quienes la mayoría del tiempo envían informaciones sobre sus actividades. (p.76).

Pero, aunque los comunicados de prensa sean la mayor parte de su agenda informativa nacional, no estaría de más la iniciativa de diferenciar sus contenidos cuando se sabe que los mismos, llegan a todos los medios nacionales incluida su competencia directa. La realidad es otra, y la noticia se publica como llega. No es que la noticia sea menos importante, pero de alguna manera su publicación se hace básica.

Desde un punto de vista periodístico son las noticias más fáciles de conseguir y las más abundantes, dentro de la apretada jornada de trabajo de los periodistas y de las empresas para las que trabajan. Lo malo del asunto es que lentamente se va perdiendo la iniciativa personal, en detrimento de las noticias exclusivas. (Villalobos, 1997, p.116)

La receta de las noticias nacionales de Costa Rica puede ser la misma para ambos noticieros, sin embargo, siempre se puede variar para una diferenciación y que no limite al televidente a lo mismo. La simpleza informática también se puede palpar en los recursos visuales en la prensa escrita costarricense. En su tesina para optar por el grado de Bachillerato en Periodismo, de Universidad Internacional de las Américas, sobre “Análisis de contenido de las noticias de los periódicos de La Prensa y La Nación sobre el conflicto por el río San Juan en el 2005”, Gutiérrez (2006) señala: “Un 42% y un 86% de las noticias de La Nación y La Prensa, respectivamente, poseen fotografías ilustrativas, que lamentablemente no van más allá de ilustrar.” (p. 118).

El uso del recurso más llamativo de una nota de prensa, la fotografía, se puede comparar a la imagen en video de la televisión. Su uso ligero desinforma al espectador y también lo acostumbra a una rutina básica de contenido como se espera comprobar con este estudio. El televidente puede incluso suponer o sospechar que aquella “imagen o ilustración” está ahí por requisito de formato, y no realmente con un propósito pensado y estudiado por el autor para su receptor. Es aquí donde perdemos dos cosas: La calidad de la información periodística que se pretende mostrar y el sello de singularidad de un medio noticioso a otro.

“En las noticias analizadas se comprueba la falta de esfuerzos de los periodistas por explicar la situación. En ninguna de las noticias se le da contexto a la

información y se informa sólo el ahora, dejando de lado el trasfondo del conflicto.” (Gutiérrez, 2006, p. 124)

Además, hay que recordar que la agenda de ambos canales de televisión comparte intereses en común, comunicados de prensa idénticos, e incluso los mismos periodistas que migraron de un noticiero a otro. Este punto es de dónde viene la pregunta de la problemática: ¿Es el trato de la información de ambos noticieros similar por estrategia o por descuido? En una misión de diferenciar su contenido de la competencia, el producto noticioso debería ser lo más original y característico posible para mimar a su público y liderar en su sintonía.

Proyecciones

Logros

Se busca obtener un entendimiento más claro y tangible de la situación actual de los noticieros de la edición vespertina de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. Actualizar la situación con respecto de su manejo de información de las noticias con temática nacional costarricense. Se busca demostrar que el ingenio periodístico se queda corto cuando se trata de informar estas noticias, y que su competitividad en estos temas los asemeja más que los diferencia.

Argumentar acerca de las posibles razones por las que se da el fenómeno de misma noticia y diferente canal, además buscar sus posibles soluciones o simplemente mejoras para un contenido más exclusivo. Es importante tomar en cuenta la percepción de los televidentes, como visión valiosa para la investigación. Y con esto señalar que los telespectadores son los protagonistas que se ven afectados o beneficiados por el manejo de la información en estos temas.

Al lograr comparar ambos canales de televisión sobre el trato de estos temas y sus posibles causas y recomendaciones, el periodismo costarricense se mejora. Señalar y comprobar el problema es solo productivo si se racionaliza y se buscan además las soluciones pertinentes.

Alcances

Identificar por qué se da la similitud y falta de invención en los contenidos noticiosos sobre los temas de interés nacional durante la edición vespertina de ambos noticieros, puede ser un dato valioso para el lector que intente forjar un camino profesional en estas televisoras.

Con esta información se puede estar alerta e informado, y cambiar la práctica si es deseado o necesario. Se le da la prioridad al televidente y su experiencia al consumir ambos modelos de información. La calidad de trabajo del periodista se pone a prueba y se deja a criterio propio la repetición del sistema o la mejora de la misma es su respectiva televisora.

Con esta investigación, independientemente del resultado, se observa el quehacer de los dos noticieros más grandes del país. Y se evalúan con la crítica constructiva. Además, la profesión del periodista se enriquece y muestra el mejor camino que puede llevar la práctica de Periodismo televisivo enfocado a la competencia de temas nacionales. Se instruye al comunicador de la importancia y formas de implementar la novedad y su creatividad en el quehacer diario.

Si la forma de comunicar estos temas en ambos canales de televisión llega a ser mejorada o diferenciada el uno del otro, el televidente recibirá un producto fresco, educativo y entretenido que no cae en la monotonía. También se busca investigar la percepción de sus públicos, es decir, los televidentes. Sus opiniones pueden ser de fiar para reforzar el o los aspectos que se puedan modificar. Ayuda a direccionar la búsqueda de alternativas de cambio que optimicen las notas nacionales que muestran ambos noticieros.

Limitaciones

Las fuentes profesionales que se entrevistaron para obtener información de cómo llevar a cabo prácticas novedosas, pueden no ser suficientes para solucionar la problemática. De igual manera su opinión profesional puede quedarse corta a la realidad, y no ser suficiente para solucionar o disminuir la problemática.

Se podrían también, dejar de lado o ignorar algunos aspectos importantes y vitales en la comparación de contenido, que justifiquen por qué se da la similitud o diferencia en las noticias estudiadas. Por ejemplo, el factor académico en la educación del periodista, la experiencia

laboral del comunicador y la opinión de los personajes superiores como jefes de información y dirección.

Como se mencionó en la delimitación del problema, también podría ser una limitante el fenómeno que se da en Costa Rica en donde las empresas de televisión estudiadas comparten periodistas la mayoría del tiempo. Los comunicadores pasan de trabajar de un canal a otro en cuestión de semanas o meses, y esto podría provocar que su propio estilo moldeé a ambos noticieros, unificándolos más que diferenciándolos. Por último, el tiempo, como de costumbre, es una limitante para desarrollar con profundidad y con detalle, el tema de estudio.

CAPÍTULO II MARCO DE REFERENCIA

Para fines de esta investigación, los siguientes términos relacionados con el tema de las noticias televisivas deben de esclarecerse con el propósito de alcanzar un entendimiento sobre el tema de investigación, que trata sobre la similitud de estructura de los noticieros vespertinos de los canales de televisión seis (Repretel) y siete (Teletica) de Costa Rica. Es válido entonces, y quizá más bien necesario, empezar la conceptualización del Periodismo y profundizar en el periodismo televisivo para avanzar hasta los contenidos de texto, fuentes e imágenes que se compararon en esta investigación.

Periodismo

La definición nata del Periodismo expresa el “tratamiento” de la información, es decir, su comunicación va de la mano con la forma y entrega que queda a juicio del actor periodístico de cada medio de comunicación. Según la Academia Mexicana de la Lengua (2015), el Periodismo es el “Conjunto de actividades profesionales de recolección y **tratamiento** de la información para su difusión en los medios de comunicación.” (párr.1). Mientras que para la Real Academia Española (2017) el Periodismo es “Captación y **tratamiento**, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.” (párr.1).

Parte de este tratamiento de la información, corresponde a las cinco preguntas básicas del periodismo: El porqué, qué, quién, dónde y cuándo. Son conocidas como las cinco “W” por sus nombres en inglés: Why, What, Who Where y When. (Arceo, 2012, p. 339).

Por tanto, un periodista profesional sabe preguntar. Su trabajo se fundamenta en la pregunta. En las escuelas de periodismo se enseñan las cinco preguntas básicas del profesional de la información. Las denominadas en inglés 5 W.

Qué (what): Pregunta inicial. ¿Qué ocurre?

Cuándo (when): Pregunta factual. ¿Cuándo ocurrió?

Dónde (where): Pregunta factual. ¿Dónde ocurrió?

Quién (who): Pregunta factual. ¿Quién lo hizo?

Porqué (why): Pregunta explicativa. ¿Por qué ocurre?

Las noticias, las informaciones, los titulares encierran estas cinco preguntas, estos cinco componentes de la comunicación. Obviamente, se añaden otros que ayudan a explicar y a profundizar en las noticias como puede ser el cómo, pero no hay fenómeno informativo sin estas 5W. (Arceo, 2012, p. 339)

Esta sexta pregunta del cómo se incluye en las preguntas básicas, y da soporte a este tema de investigación. El cómo es una de las interrogantes que pautará la diferencia en el trato de la información. Porque los hechos serán los mismos para todos los medios de comunicación, pero como se informe al respecto, será la clave para diferenciarse de la competencia. Lo menciona de mejor manera la autora Carrillo (2013):

El profesor de periodismo de la universidad de Navarra Ramón Salaverría condensaba en un tuit en diciembre de 2011 los principales cambios que han experimentado el oficio y el contenido periodístico. Salaverría aseveraba que el periodismo de hoy <<ya no es de 5 W sino de 6>>, ya que a las tradicionales preguntas Who, What, Where, When y Why, se les ha añadido una nueva <<W>>, la del << ¡Wow! >>, la exigencia de impactar, sorprender, emocionar. (p. 17).

Claro que, Carrillo considera que esta no es la realidad, y que tampoco se debe considerar el factor wow como el factor más importante en la comunicación de la información, al fin y al cabo, no se investiga la falta de información que se presenta, sino la manera de hacerlo.

Pero esta descripción evolutiva del oficio se parece más al ideal al que aspiramos que a la situación actual en la que nos encontramos. En un entorno de sobre estructuración informativa, en un escenario de infoxicación, los contenidos periodísticos deben seducirnos primero para que los tomemos en consideración, la sorpresa es una exigencia previa a la comunicación, pero eso no supone que deba sacrificar la información, es decir, las otras <<W>>. (Carrillo, 2013, p. 17).

Si se toma en cuenta que la práctica del profesional refleja la empresa para la que trabaja, este debería reflejar en su trabajo la excelencia de cobertura en las notas que publica. Se debe de mantener siempre la esencia del Periodismo, con los ajustes de forma que necesitan para alcanzar su máxima expresión, y servir de mejor manera a los televidentes por los cuales se trabaja. Cruz

(2012) al citar a Martínez (2012) con respecto del periodismo tradicional y manifiesta que el Periodismo necesita algo más que su definición clásica.

Siento que en el periodismo tradicional se trata al lector como si tuviera 12 o 14 años; en vez de alzar a los lectores hacia la inteligencia de su medio, rebaja su lenguaje. Se trata de masificar el periodismo, y esta es una de las enfermedades de esta época. (p.66).

Periodista

Con palabras simples pero profundas, hace ya más de 25 años el fundador del diario La Repubblica de Italia, Eugenio Scalfari, dio su definición de la profesión del periodista: “Periodista es gente que le dice a la gente lo que le pasa a la gente.” (Cruz, 2009, párr. 3). Pero con la información acelerada del presente, no basta con decirle a la gente lo que pasa, en estos días es necesario el desarrollo de los detalles de la información en la entrega de la noticia, y con ello su diferencia con el sello único del periodista. Porque a diferencia de hace dos décadas, la gente ya sabe que pasa, pero depende del periodista informar lo mismo, pero con un factor diferente.

El Instituto Cervantes explica que para el periodista lo que importa es la realidad, y llama a este profesional un vicario de la realidad, que la cuenta para satisfacer la apetencia del lector quien quiere saberlo todo. Y agrega que “En la gestión de los detalles (la intuición del lector) está la calidad del periodista.” (Instituto Cervantes, 2012, p. 85).

Pero la realidad actual dicta que el periodista debe ser más que un comunicador de la información. El profesional debe ofrecer esa misma información con un sello personal diferenciado para ser competitivo, y manejar las diferentes cualidades de la producción de la noticia, porque si no es así es posible que no tenga en su poder generar el producto que va más allá de lo básico en cualquiera que sea su técnica periodística. Bien lo mencionan los autores Figaro, Nonato y Grohmann (2016) sobre el periodista y su responsabilidad de informar:

No queda duda de que la informatización agilizó el proceso de trabajo. Pero, asimismo, intensificó los horarios de cierre y la presión sobre el periodista, que hoy trabaja mucho más: él se pauta, entrevista, escribe, fotografía y filma...

Es decir, el periodista debería hacer los reportajes, el fotógrafo y el camarógrafo registrar el momento y el diagramador montar el periódico y acompañar el trabajo de la gráfica. Pero no es eso lo que ocurre: un periodista hace el trabajo de tres, y a veces de cuatro, profesionales. Y gana solamente un sueldo. (p.115).

El periodista de hoy, en específico el televisivo, necesita tener clara su función de productor, director y editor de su nota. El público es más consciente de lo que sucede antes de verlo por sus pantallas, y queda a responsabilidad del profesional, entregarle algo extra y más profundo de lo que ya el televidente sabe por otros medios más inmediatos, como es el caso de las redes sociales.

Información

La información es la razón del Periodismo, su sistemática comunicación al público. La entrega es en muchos casos exclusiva, pero es también compartida en su mayoría. Grijelmo (2014), trata de definir la información en su básico concepto del estilo periodístico, medios de comunicación.

Es información todo aquel texto periodístico que transmite datos y hechos concretos de interés para el público al que se dirige, ya sean nuevos o conocidos con anterioridad. La información, en sentido estricto, no incluye opiniones personales del periodista ni, mucho menos, juicios de valor. Por tanto, se hace incompatible generalmente con la presencia de la primera persona del singular o del plural. (p. 12)

De carácter más romántico, Kovach y Rosenstiel (2003) comparten una de las frases célebres que los periodistas reconocen cuando de informar se trata. Después de todo la información es poder, y con ella la obligación de comunicarla recae en el deber periodístico: “El propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos.” (p. 21).

Ellos mismos citan las palabras de Fuller (1977) con respecto al periodismo como “El propósito principal del periodismo es decir la verdad para que la gente tenga la información que necesita para saber ser soberana.” (p. 27).

Noticia

Grijelmo (2014) explica que noticia es “La esencia del periodismo, la materia prima. Noticia es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el diario”. (p. 13) Además, hace mención de la presencia del periodista en la noticia como la unión permanente: “El periodista elige una parte de la realidad, y ya desde ese momento desecha detalles accesorios que se supone no interesan a los lectores.” (p.33) Y deja en claro que la decisión final del manejo de la información es del periodista.

En la noticia televisiva, los elementos principales que la componen son la imagen, el texto, la música, el sonido ambiente, el sonido directo, los silencios, los efectos de audio y video, los testimonios y las entrevistas, en voz y en off, las secuencias, el tiempo, el movimiento de la acción, las cámaras y el ritmo. (Rincón y Estrella, 2001, p. 210). Estas quedan a disposición del periodista de cómo y cuánto utilizar cada una.

Marín (2017) explica también que la noticia es el género base de cualquier informativo televisivo como una unidad mínima de información. “Es por esa facilidad de comprensión, por su brevedad y por la agilidad de creación, desarrollo y edición, por lo que la noticia... se hace omnipresente en cualquier informativo televisivo de periodicidad diaria.” (p. 18).

Televisión

De las definiciones conocidas para televisión, más que un aparato transmisor de imágenes y sonido, la que interesa para efectos de esta investigación es el concepto de Peralta (2012) que expone la televisión como herramienta de información y su específico trato en la elaboración de noticias.

La televisión es un medio de comunicación audiovisual que tiene unas características propias que hay que respetar. Redactar noticias para televisión no es lo mismo que hacerlo para la prensa escrita. La televisión es un medio oral y sus periodistas tienen que aprovechar todo el potencial que ello conlleva, alejándose de unos hábitos más propios del periodismo escrito. (p.107).

El autor cita la importancia del contenido de la televisión, que es el foco principal de este trabajo de investigación, y que se busca comparar en dos diferentes medios televisivos. Peralta (2012) hace referencia al impacto de las noticias de televisión en el televidente por medio de su distintiva estructura.

Ya sabemos que si hiciésemos un escáner a la información en televisión veríamos que consta de tres grandes elementos: la imagen, el sonido y la palabra. Los tres elementos son fundamentales y no hay uno más importante que los otros dos, a pesar del auge actual de la imagen y las nuevas tecnologías. Una imagen asociada a unos sonidos puede decir muchas cosas y expresar y evocar muchos sentimientos, pero que la audiencia no dude de que comprenderá mejor aquello que ve y oye si el contenido verbal está bien hecho. La imagen, asociada al sonido, influye directamente en la emoción del telespectador; la palabra, que es la transmisora de conocimiento e información, se encamina directa a la razón. (p.107).

Estructura

Comparato (2014) se refiere a la televisión, y menciona que no es un trabajo fácil y es justo por eso que no se debe de dejar de pensar en las maneras de ajustarse y entregar el mejor producto posible. “Hemos de recordar que trabajamos en un espacio definido, bien sea televisión o cine; que este espacio impone limitaciones y que siempre hemos de luchar por superarlas, aunque nuestras únicas armas sean las palabras.” (p. 68). Parte de la intención de este trabajo es estudiar las partes de las noticias y comparar las imágenes, fuente y textos. Así se pueden contrastar para identificar las más grandes similitudes y diferencias.

Como hemos repetido anteriormente, ante la noticia o reportaje televisivo debemos considerar todos los elementos del mensaje audiovisual: la imagen, los sonidos o audios y el texto informativo. Todas las partes son importantes y deben estar bien combinadas, según cada caso y siempre sin alterar voluntariamente la realidad y el contexto. No solamente es necesario grabar o escoger las mejores imágenes y la mejor calidad sonora, también la redacción debe ser excelente y acorde con el resto de componentes de la noticia. (Peralta, 2012, p. 118).

En la estructura se puede encontrar no solo la esencia de las noticias, pero también la personalidad del reportero, el estilo del medio y la creatividad de ambos.

Encabezado

Como parte del trabajo del periodista televisivo, este debe no solo crear la nota que se transmitirá durante el noticiero, sino también, proveer de una introducción resumida y concisa sobre lo que tratará su noticia. A este texto se le conoce como encabezado, y es la redacción que lee el presentador para dar inicio a la nota.

Es el resumen noticioso de lo más importante de la noticia. Es su equivalente televisivo al encabezado de las notas escritas, que en prensa se le llama "lid". Sabés (2008) explica que esta es la parte más importante de las informaciones, para captar la atención del público.

El lid es la parte fundamental de la noticia. Es el primer párrafo de la información y en el que debemos conseguir, junto con los elementos de titulación, hacer que el lector apueste por nuestra información, que tenga ganas de seguir leyendo. Debemos enganchar al lector con nuestro lid. (P. 54)

En televisión, el lead es el encabezado. Es lo que presenta qué se puede esperar ver en la nota periodística. Al igual que el periodismo escrito, la primera parte de la noticia enamora o desinteresa al receptor.

Fuentes

Las fuentes son refuerzos que tiene el periodista para comprobar que su información es verídica, puesto que el comunicador solo se encarga de transmitirla, no de crearla. "La confianza sobre la información que suministran, así como la importancia de los datos, dependen de la calidad testifical de la fuente." (Camacho, 2010, p. 42).

Además, un periodista puede tener varios tipos de fuentes, aparte de la personal que son individuos que testifican, pueden ser documentales, por ejemplo, pero para esta investigación, se toman en cuenta solo las fuentes personales por ser las más útiles en la televisión. Como menciona Camacho 2010, generalmente se utilizan las fuentes personales oficiales, cuya característica esencial es que

suministre información que le beneficie a ella misma, o a la institución que representa. ((Camacho, 2010, p. 42.,43).

Imágenes

“Mostrar acontecimientos con imagen es lo propio de la televisión. Contar ideas sin imagen es tarea mucho más compleja.” (Resano, 2016, p.7).

La televisión tiene el recurso más importante de todos los medios tradicionales, que es la imagen. La radio y la prensa utilizan ilustraciones, pero las imágenes son inexistentes, o de segundo plano. Para bien o para mal, el uso de imagen para contar la historia congruente es elemental en el periodismo televisivo. Pero no es fácil siempre aprovechar este recurso para bien, lo menciona Resano (2016), cuando señala que es un comunicador televisivo muy profesional, el único que puede utilizar las imágenes en televisión como un elemento informativo y no como uno de relleno.

No es necesario ser un gran profesional televisivo para que el espectador permanezca aterrizado y atónico ante el televisor viendo en directo, o repetida una y otra vez, la imagen de dos aviones de pasajeros atravesando las paredes de las Torres Gemelas de Nueva York. Sí es necesario ser un gran profesional del periodismo televisivo para conseguir un efecto mínimamente aproximado si tienes que contar a los espectadores la última sesión parlamentaria del estado. (pp. 5-6).

Contar con la certeza que la televisión puede ser más complicada por la importancia de las imágenes, es y debe ser una prioridad para todo periodista que decida aventurarse en el mundo noticioso de televisión y si no lo sabe, es probable entonces que sea parte de las causas por las que este trabajo investigativo tiene fundamento.

Enfoque

El enfoque se refiere al mensaje y sentido que quiera el periodista entregar en su nota. La información que brinda y a la que le da prioridad es también considerado el “ángulo” que quiera trabajar. Marín (2017) explica lo siguiente:

La información televisiva se genera, por lo tanto, a partir del enfoque de las noticias, un enfoque llevado a cabo por el profesional de forma veraz, contrastado por fuentes solventes y ajustado a los códigos deontológicos regulados por la profesión periodística en general, y por la audiovisual en particular. (p. 13).

Creatividad

“La creatividad se puede describir como el “abandono de toda seguridad”. (Comparato, 2014, p. 77)

Este autor hace referencia a la importancia de la creatividad cuando se escribe para televisión, que es el trabajo de los periodistas en la creación de noticias, y contempla una definición que se basa en enfrentarse a la inseguridad y al miedo para tener el suficiente valor de ser creativo. “Yo mismo, guionista profesional, sigo teniendo un cierto temor y preocupación cada vez que comienzo a escribir. Creo que es natural y sospecho que si algún día dejo de hacerlo, dejaré de ser creativo.” (p. 77)

Se debe de tener muy en cuenta la creatividad de la producción de noticias para televisión, la información que se transmite en temas nacionales puede no ser la más animada de las informaciones, pero el trato visual único y singularizado puede optimizar su fin. Comparato (2014) menciona sobre la estrategia creativa:

Las cadenas televisivas de hoy en día funciona como grandes empresas que son. Hacen auditorias jurídicas, económicas, comerciales, etc. Pero se olvidan, casi siempre, de que trabajan con una materia prima llamada **artística**. Tampoco se acuerdan de que la esencia de lo artístico se llama **creatividad**. (p. 54)

Edición

Según Morales (2012), la edición es el paso final en la creación de la noticia televisiva, es donde el periodista junto con el editor organiza el material, y crea la versión final de la nota. (P, 809). Es entonces la originalidad de cada reporteto que se ve reflejada en la edición, y de ahí entonces obtiene la última oportunidad de diferenciar su producto, aunque los contenidos sean similares o iguales a los de su competencia.

La edición es el espacio creativo tecnológico disponible para cada comunicador televisivo durante la creación de su nota, aunque existe una forma estándar de editar las noticias en cada medio y en televisión en general, es meramente dependiente de cada periodista como quiera que su mensaje llegue al público. Morales menciona a Millerson (2001) cuando explica las etapas de la edición:

Aquí el periodista, habitualmente acompañado del editor periodístico y el montador organiza el material disponible y construye la noticia siguiendo secuencialmente tres subetapas operacionales precisas. La selección consiste en la elección de imágenes y sonidos atendiendo a su contenido periodístico y de combinación con el resto de sustancias icónico-auditivas. Luego se realiza el ordenamiento u organización secuencial de la información. Se realiza de dos modalidades principales: la primera, siguiendo la misma cronología del registro; es decir, de la ocurrencia de los acontecimientos o bien apelando a recreaciones espacio-temporales que faciliten mejor su explicación. Finalmente, la tercera etapa consiste en la elección de la duración de los fragmentos. El ajuste técnico para interconectar cada uno de los planos y sonido aprovechables, dándoles un tiempo exacto de exposición para formar una estructura rítmica y periodística ágil y dinámica para el espectador. (Morales, 2012, p. 809).

En modo de conclusión conceptual de la noticia televisiva, los componentes vistos anteriormente son los protagonistas para lograr la distinción de las informaciones de la agenda compartida que publican Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de Costa Rica durante su noticiero estelar. Como lo menciona Marín (2017) hay que reinventar la forma en que se informa en televisión, puesto que las redes sociales han cambiado el trabajo del Periodismo por televisión como lo conocemos.

La aparición de las redes sociales -particularmente Twitter- y la proliferación de cámaras incorporadas a los teléfonos móviles han contribuido a la multiplicación de las fuentes de imágenes y noticias en una proporción inimaginable sólo 10 años antes. De esta forma, la proliferación de periodistas y cámaras espontáneos obliga a una nueva concepción de los informativos. (p. 12).

Teorías

Audiencia Activa

Las notas audiovisuales son exitosas en tanto se tome en cuenta el público a quien se dirige, antes de la publicidad, la empresa debe saber a quién se le habla y conocer su mercado. Es así como se quiere comprobar en esta investigación que los productos actuales de los noticieros estudiados puede que subestimen o ignoren el gusto actual de sus televidentes y lo que realmente los motiva o quieren ver. En esta teoría, el “centro del estudio es la audiencia activa. Las posibilidades de la recepción aumentan al tener en cuenta la polisemia del texto” (Martínez, 2006, p.78). En el atentado de crear un modelo de comunicación actualizado para estudiar las audiencias y su relación con los productos de televisión, el periodista González (2016) explica lo que él considera respecto al televidente y su constancia con el producto de televisión.

Aplicando estos planteamientos al consumo de la televisión, el *engagement* es un factor que determina cómo un producto de medios será experimentado motivacionalmente, respecto de permitir que suceda o no en la vida de un miembro de la audiencia. Se podría decir también que el *engagement* es la suma de las experiencias motivacionales que los televidentes tienen con un programa. Se distinguirá del gusto, porque este último reportará las características agradables o desagradables del programa experimentado. (p.783).

Como empresa multimedia, el canal de televisión siempre va a buscar que este *engagement* sea sólido y progresivo en su noticiero, y que sus audiencias lo elijan sobre su competencia. Pero depende entonces, del contenido de su programa que compite directamente con su rival. González (2016) explica que depende de las emociones que le despierte el contenido visual al consumidor para que el público sea fiel y lo prefiera sobre otros. (p.801).

Como se mencionó, la capacidad que un texto mediático puede llegar a tener para afectar la estructura del pensamiento, los sentimientos y las acciones de las personas es lo que se estudia en esta perspectiva. En este planteamiento, la audiencia es "afectada" por el mensaje y, en esa medida, es entendida como un objeto del proceso de comunicación, no como su eje central. Por este motivo, los estudios textuales y discursivos trabajan ante una audiencia imaginada y centra su

esfuerzo en el estudio de la estructura de los textos, que son los generadores de sentido. (p.801).

En esta teoría también manifiesta que las audiencias se nutren del contenido noticioso de la televisión. Y bien es cierto que en el periodismo el motivo principal de la profesión es informar, pero con el fin de educar al público, a la audiencia, a las personas.

Hipótesis del cultivo

Son las teorías como la del cultivo, que estudia el impacto de la televisión en su público.

La hipótesis del cultivo hace hincapié en que la televisión contribuye a concebir nuestra imagen de la realidad social. Esta perspectiva supone que las personas que dedican más tiempo a mirar televisión son más proclives a percibir el mundo verdadero de acuerdo a cómo lo reflejan los mensajes reiterados provenientes de ese medio. (Baquerin y Scaricabarozzi, 2013, p. 69)

Y parte de lo que reciben los televidentes viene de la agenda de cada noticiero, que por la naturaleza de la teoría de la agenda-setting, suele ser lo mismo o muy parecido. Los medios de televisión comparten la información que se considera importante en el país. Sandoval (2013) citando a Macombs y Shaw (1972) se refieren a esta teoría:

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los de más medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas. (p. 109).

Agenda setting

Sandoval (2013) sostiene que en la agenda-setting los medios tienen un impacto directo sobre el público en el orden de la jerarquización de los temas del día en los noticieros, y cita a Montero (2001) al confirmar que “Los medios seleccionan los hechos noticiables y, en el seguimiento de la información, pueden marcar las prioridades en la resolución de problemas, el planteamiento y el desenlace de los conflictos.” (p. 110).

Es claro que la selección de la información de los noticieros y de los medios de masas están en manos de pocos, incluidos la de los reporteros o periodistas. Ellos eligen lo que consideran noticia dentro de la agenda-setting, pero también deciden de qué manera y cómo comunican esa información. Es decir, los periodistas toman su propio “encuadre” para comunicar las notas televisivas.

Teoría del framing

Se puede emplear el encuadre o marco noticioso en los contenidos periodísticos desde la perspectiva de la teoría del framing: “Hasta ahora, la investigación de marcos en los textos periodísticos producía serias dudas sobre su imparcialidad. Incluso, se llegaba a cuestionar si un periodista (al igual que un investigador) puede liberarse de las ‘gafas ideológicas’ propias de su entorno sociocultural.” (Miceviciute, 2013, p. 91). Es decir, el periodista elige lo que se publica, ya sea de la objetividad o en este caso, de la innovación.

Miceviciute (2013) explica con más detalle el poder que tiene el periodista para comunicar la información a su juicio profesional. El profesional de la comunicación tiene la autoridad de decisión objetiva para emplear el encuadre o marco que le parezca mejor.

Sin embargo, la objetividad queda (casi) libre de sospecha si admitimos que los periodistas ‘neutralizan’ su discurso por medio de una serie de rutinas narrativas: encuadres. Estos permiten integrar los materiales ideológicamente connotados (por ejemplo, citas de discursos políticos), pero les restan una buena parte de su poder de persuasión fragmentando y confrontando informaciones. Por ejemplo, informando sobre un grupo de protesta el periodista puede contrastar sus declaraciones con las de otros grupos sociales, es decir, narrar su reportaje como

un conflicto y así restar el poder de persuasión de ambas posturas. En este punto coincidimos con J. L. Da-der que defender la existencia y la funcionalidad de las narrativas periodísticas es la única vía para abogar por una razonable objetividad. (p.91).

Con este privilegio de selección y edición audiovisual de la información, el periodista tiene en sus manos el poder y responsabilidad de entregar el producto mejor preparado bajo todos los principios periodísticos que requiere la recolección de la información.

El propósito de esta investigación es estudiar esas entregas audiovisuales sobre temas nacionales, y detallar las noticias de esta temática de dos noticieros en los canales de televisión de Costa Rica seleccionados.

De esta manera, se puede entender las razones por las que se dan similitudes innecesarias, e identificar las diferencias más notables. Por esto, las conceptualizaciones y opiniones teóricas anteriores ayudan a poner contexto al trabajo y esclarecer la labor de la investigación delimitada, referida a las noticias nacionales costarricenses de televisión de Repretel Canal Seis y Teletica, Canal Siete, respectivamente. Comprender, analizar y comparar dichas noticias, deja una prueba sustancial y comprobada del manejo de la información.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

A continuación, se definirán los métodos de investigación que se utilizarán en este trabajo. Los cuales son rigurosamente seleccionados para una mejor generación de resultados. Su selección se da dependiendo de los objetivos planteados, y la mejor forma de alcanzarlos bajo los estándares requeridos en la creación de una tesina investigativa. Como lo menciona Hernández, Fernández, y Baptista (2006), está en manos del investigador definir estos métodos.

La elección de uno u otro método depende de los objetivos -tal vez generar teoría o transformar la realidad-y del contexto del investigador, quien tendrá que definir el enfoque a emplear, puesto que es importante que sea riguroso, en teórico y metodológico, además de congruente con su propósito. (p. 118).

Enfoque

Los enfoques posibles en un trabajo investigativo son específicamente dos: el cuantitativo y el cualitativo. Depende de cada trabajo investigativo desarrollarse en un enfoque específico, o la combinación de ambos. “A menudo, el dilema de la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa se ha planteado en términos de confrontación, pero como dice el refranero popular: dos no se pelean, si uno no quiere.” (Rodríguez y Valldeoriola, 2009, p. 10).

Muchos autores explican las opciones de métodos cualitativos y cuantitativos, y como se puede elegir el mejor de ambos para un proceso adecuado en el desarrollo de la investigación. Se comentan dos de ellos, y la opción de combinarlos. Monje (2011), por ejemplo, explica que cada uno tiene partes distintas para fines independientes, pero los dos son válidos para el concebir la realidad.

Existen diferentes caminos para indagar la realidad social. La investigación científica en ciencias sociales, particularmente en el campo de la comunicación social y el periodismo, se puede abordar desde dos paradigmas o alternativas metodológicas: cuantitativa y cualitativa. Cada una tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las

preguntas que se plantean los investigadores bien con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social. (p. 10).

Entonces, es posible que se necesiten ambos tipos de enfoque en la metodología, es decir, una mezcla cuantitativa y cualitativa. “Partiendo de esta constatación y considerando que podemos encontrarnos ante investigaciones que consideren ambas tipologías de objetivos, queda justificado que un diseño de investigación puede compartir características tanto de la metodología cuantitativa como cualitativa.” (Rodríguez y Valdeoriola, 2009, p. 15).

Después de tomar en cuenta todas las opciones de enfoques metodológicos, para este caso de investigación, se utilizará el enfoque cualitativo, ya que es el que se adecua mejor a los resultados deseados y propuestos. Las naturalezas de las necesidades son respondidas en totalidad con el uso de estos métodos cualitativos.

Hernández, et al (2006), explican el trabajo cualitativo como el enfoque apto para captar de mejor manera los datos sociales que se estudian, y lo explican así: “Por su parte, la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad.” (p, 59).

Para fines del presente trabajo y los rigores de los objetivos establecidos, la investigación cualitativa permite conocer la estructura de las noticias seleccionadas para compararlas, y obtener la percepción de los televidentes por medio de instrumentos cualitativos. Lo afirma Hernández, et al (2006), “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.” (P, 8).

Diseño

En el caso de la investigación con enfoque cualitativo, como ya se estableció este trabajo, existen distintas clases de diseños que se pueden pre concebir al enfoque, que dependen también del planteamiento del problema. Este es un método válido y el más adecuado para esta investigación. Se plantea el problema de investigación y se definió el alcance inicial de la misma, pero en otras ocasiones, el diseño surge a raíz de la inmersión inicial en el campo o de una primera recolección de los datos, que nos oriente. (Gómez, 2006, p. 86).

Cortés e Iglesias (2004) citan los tipos de estudios en la investigación donde se visualiza el alcance del estudio que se va a llevar a efecto, y los divide basado en el trabajo de Dankhe (1986) donde propone la clasificación de varios tipos de estudios. (p. 20). Específicamente se trata del diseño descriptivo y el correlacional, que se ajustan mejor al presente estudio y se espera que cumplan todos los objetivos cualitativos del trabajo.

Descriptivos

Cortés menciona que este estudio es el que describe eventos o hechos por medio de la recolección de datos, para medirlos por sus propiedades y características o rasgos. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (Cortés e Iglesias, 2004, p. 21). Se incluye también el punto de vista acertado en la definición de la investigación descriptiva de Ackerman y Com, como se explicará más adelante.

Las investigaciones cualitativas inician mayormente con enfoques exploratorios o descriptivos, pero que se plantean con alcances correlacionales o explicativos. (Cortés e Iglesias, 2004, p. 21). Para función de esta investigación que es de tipo exploratoria, se utilizarán los estudios descriptivos como parte del diseño, para analizar y caracterizar las noticias que se pretenden estudiar.

Correlacionales

Las técnicas de correlación, pero sin estadística, son parte de este trabajo para la comparación de contenidos de las notas televisivas de ambos medios. Y para finalizar, los estudios explicativos que permitirá dar razón a los resultados de la comparación de noticias.

Este tipo de investigación se realiza cuando ya se avanzó, aunque sea un poco, en el tratamiento de un problema, y pueden establecerse relaciones o vínculos entre los elementos que se ponen en juego. Los trabajos descriptivos realizan diagnósticos respecto de algún tema en particular. (Ackerman y Com, 2013, p. 38)

Estos estudios tienen como fin comparar dos opciones, para evaluar su resultado y así, responder las expectativas de la investigación. “Los estudios correlacionales tienen como

propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables.” (Cortés e Iglesias, 2004, p. 21).

Este trabajo inicia con la noción que la comparativa de noticias nacionales con el mismo tema en dos noticieros distintos puede tener varias aristas desconocidas. La magnitud y las razones son medidas por medio de los métodos cualitativos.

Método

El método es una forma de ordenar y estructurar el trabajo, que, de no realizarse de forma eficaz, desperdicia tiempo y recursos. El método guía: “De ahí se desprende que sea una condición necesaria para la investigación. Nos ayuda a organizarnos a sistematizar los datos y a evitar que tengamos obstáculos que entorpezcan nuestro trabajo.” (Gómez, 2012, p. 10). Se toman en cuenta varios métodos para desarrollar esta investigación, y se citan para mayor comprensión.

Etimológicamente, la palabra método está formada por dos raíces griegas:

META= camino, o lo largo de, ODOS= camino.

Se entiende como: El camino o procedimiento para lograr un objetivo.

La manera de ordenar una actividad para lograr un fin.

El ordenar los acontecimientos para alcanzar una meta. (Gómez, 2012, p. 10).

Analítico

Este método es el proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio mediante la separación de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. (Morán y Alvarado, 2010, p. 28). Gómez explica el método analítico de la siguiente manera:

Este método “consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas”, es decir, es un método de investigación, que consiste en descomponer el todo en sus partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del

fenómeno. Sin duda, este método puede explicar y comprender mejor el fenómeno de estudio, además de establecer nuevas teorías. (Gómez, 2012, p. 20).

Heurístico

El método Heurístico es el: “Procedimiento no riguroso para descubrir la solución correcta de un problema, mediante aproximaciones a la respuesta adecuada. Utiliza analogías y otros procedimientos de investigación, pero sin ahondar en la exploración de todas las posibilidades.” (Del Río, 2013, p. 243).

Para este trabajo se incluye el método analítico, cuando se desprenden las partes citadas de las noticias para analizarlas y compararlas. Además, se utiliza el método heurístico, que, sin duda alguna, forma parte de la investigación por la manera en que se espera responder al último objetivo en cuanto a soluciones básicas del problema.

Población y muestra

Se asume que la muestra es representativa cuando todas las características de la población están presentes en ella en el mismo grado. Además, se toma por dado que la muestra y la población se eligen con la percepción de que ninguno tenga algún grado específico de sesgo. Díaz y Luna (2015) explican que el marco de muestra debe ser completo, actualizado y seleccionada de forma aleatoria a quiénes y a qué vamos a investigar. La Población y muestra van también de la mano con el acceso y logística del investigador. (p. 152).

En esta investigación, la muestra será cualitativa. Se obtendrá la opinión de once diferentes expertos periodistas, con experiencia para agregar su aporte respecto al tema de investigación. Como mencionan Hernández, et al (2006), la muestra de expertos es necesaria para la opinión de individuos en un tema, que son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios como este. Se espera tener once muestras de periodistas con experiencia en esta obra. (p. 566).

Además, dos grupos de personas de ocho integrantes cada uno, participará en una muestra como activos televidentes de las dos cadenas de televisión comparadas. Y las noticias estudiadas que comprenderán veinticuatro en total, representativas de los veintitrés días de mayo con noticieros estelares, que compartan la temática nacional.

Variables – Unidades de Análisis

A continuación, se detallarán los objetivos que soportan este trabajo y seguidamente se analizará cada sección previamente anunciada. Las unidades de análisis son en total cuatro, y cada una se analiza con su respectiva variable.

Tabla 1
Unidad de Análisis

Objetivos Específicos	Unidad de análisis	Variable conceptual	Variable Operacional	Variable Instrumental
Seleccionar las noticias con temas nacionales que se repiten en las ediciones estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de Costa Rica durante mayo del 2017.	Estructura de la noticia.	Se busca analizar la estructura de noticias nacionales costarricenses y separarlas del resto de las noticias.	Separar las partes de las noticias y dividir las según contenido: En tiempo de transmisión, extensión, encabezado, fuentes, imágenes y enfoque.	Análisis de contenido.
Analizar la estructura (tiempo de transmisión, extensión, encabezado, fuentes, imágenes y enfoque) de las noticias seleccionadas.	Estudio comparativo de noticias.	Se pretende comparar el contenido de las noticias estudiadas de ambos noticieros Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete.	Comparar las similitudes y diferencias de estructura de las noticias seleccionadas.	Análisis de contenido y entrevistas de profundidad.
Inquirir la percepción de algunos televidentes	Percepción de las	Se quiere obtener la percepción de una	Lograr obtener la opinión de	Grupo Focal y

sobre la estructura de las noticias comparadas.	opiniones de los televidentes.	muestra de televidentes, y generalizar sus opiniones.	de televidentes.	Escala de actitud.
Identificar las razones de las similitudes, y las posibles alternativas periodísticas diferenciadoras que puedan cambiar la estructura de las noticias televisivas de temas nacionales en Costa Rica.	Búsqueda de recomendaciones.	Se espera obtener consejos periodísticos de innovación y originalidad para reforzar la diferencia en las coberturas noticiosas nacionales.	Encontrar las razones de las similitudes y las soluciones actuales y accesibles.	Entrevista de profundidad.

Nota: Elaboración propia.

Instrumentos

Se definen a continuación los instrumentos utilizados para alcanzar el objetivo general y específicos de este trabajo. Los siguientes párrafos mencionan y explican la decisión de desarrollarlos para obtener el mejor resultado en esta investigación. Como instrumentos se refiere “Los instrumentos de recolección de datos o información en una investigación se refieren a los cuestionarios, planillas, escalas, modelos o cualquier otra forma de recabar la información necesaria para obtener los resultados que conduzcan a lograr los objetivos propuestos.” (Salinas, 2012, p. 57).

Análisis de Contenido

Para iniciar la investigación, se deberá analizar el contenido deseado de las noticias seleccionadas de los dos noticieros de estudio. En ellos se detectarán las fuentes utilizadas, las imágenes elegidas, el enfoque de la nota y el tiempo. Esta técnica de análisis de contenido se utiliza para cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 251).

“Sus usos son muy variados; por ejemplo: evaluar el grado de carga de contenido sexual de uno o varios programas televisivos; estudiar las apelaciones y características de campañas publicitarias (digamos, de perfumes femeninos de costo elevado) en los medios de comunicación colectiva.” (Hernández, et al, 2014, p. 251).

Las noticias televisivas seleccionadas del tiempo establecido se analizan con este método como uno de los más apropiados para responder al objetivo planteado. De esta manera se empezará con la comparación de contenido para detectar las similitudes y diferencias más evidentes. Se requiere del análisis riguroso de los datos para 24 noticias en total durante mayo.

Entrevista

La entrevista se realiza con el fin de acceder al conocimiento de una persona, ya sea para probar la hipótesis o identificar variables o relaciones entre ellas. (Ferreyra y De Longhi, 2014, p. 81). Bajo el mejor protocolo del periodista, este instrumento debe ser manejado correctamente y llevado a cabo de manera más fluida y fácil con relación a otras profesiones ajenas a este método.

Algunos autores han de finido a la entrevista de investigación como “un diálogo iniciado por el entrevistador con el propósito específico de obtener información relevante para la investigación y enfocado por él sobre el contenido especificado por los objetivos de investigación de descripción, predicción o de explicación sistemática”. (Ferreyra y De Longhi, 2014, p. 80).

Para efectos de este problema de investigación, se definen los entrevistados con quienes se establece diálogo para responder a las interrogantes del problema. Ellos se dividen en tres grupos, corresponde primero los entrevistados de las dos televisoras comparadas con sus respectivos canales elegidos: Representaciones Televisivas, Repretel Canal Seis, Televisora de Costa Rica, Teletica Canal Siete y tres expertos periodistas profesionales, independientes de ambas televisoras citadas.

De Representaciones Televisivas, Repretel Canal Seis, se entrevistará a profundidad a los participantes activos del noticiero en cuestión, con cuatro de sus miembros vitales. Primero, el

productor ejecutivo, Jerry Alfaro, por su experiencia como reportero, jefe de información y ahora productor. Seguido el actual jefe de información, Gilberto Valencia, con su perspectiva actual. La periodista Natalia García, quien además tiene experiencia en ambos canales de televisión estudiados y que puede brindar valor agregado a esta investigación. Y uno de los periodistas más nuevos, Paulo Rodríguez.

De Televisora de Costa Rica, Teletica Canal Siete, se entrevistará a profundidad a dos jefes de información, Lázaro Malvares, y Marcelo Castro. Ambos nutren la edición estelar de Teletica Canal Siete. Junto a ellos se contará con la entrevista de dos periodistas que cubren noticias de temática nacional, el primero es Adrián Marín, quien también laboró en Repretel Canal Seis, y la segunda es la periodista Susanna Peña.

Por último, se contará con la información brindada por tres periodistas de profesión y académicos, con experiencia, que infieran las alternativas que se pueden implementar para mejorar los problemas de contenido encontrados en esta investigación. La primera es Gabriela Muñoz, quien fue periodista de Noticias Repretel y profesora universitaria, al igual que Laura Quesada, quien fue periodista para Teletica Canal Siete y educadora universitaria, y el periodista Marlon Mora, expresidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica y actual director del canal universitario UCR.

Grupo focal

Los grupos focales se utilizan en las investigaciones cualitativas, Hernández, et al (2014) las define: “Más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción entre ellos y cómo se construyen grupalmente significados. (p. 442).

Parte de este trabajo es demostrar por medio de los grupos focales, la percepción de los participantes sobre el manejo que los noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, hacen sobre los temas nacionales. De los dos grupos focales estudiados se busca encontrar el sentimiento compartido con respecto del manejo de la información en las noticias de estudio.

En algunos grupos de enfoque se puede utilizar material estimulador, como dibujos, fotografías, videos, recortes de periódico, entre otros; para “romper el hielo”, introducir un tema, incentivar una discusión o proveer puntos de

comparación y que los participantes expongan su perspectiva y experiencias de forma detallada acerca de un tema, fenómeno o situación. (Hernández, et al ,2014, p. 447).

La logística y ejecución de los grupos focales se lleva a cabo durante junio de 2017 para aprovechar la cercanía con la muestra de estudio. A continuación, se mostrará la herramienta utilizada y posteriormente su práctica y los resultados obtenidos.

Objetivo.

Se pretende obtener una muestra cualitativa y confiable sobre la percepción de los televidentes sobre las noticias nacionales que se repiten en los noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. El objetivo investigativo se verá resuelto y las conclusiones se fortificarán con este método de grupos focales. Así se logra obtener una cercanía con la realidad del televidente, con respecto al problema de investigación.

Moderador

La autora de la tesina es la responsable en su totalidad de llevar a cabo el desarrollo del grupo focal. Al mismo tiempo que es la observadora única y la responsable de transcribir las conclusiones en el documento. Como conocedora principal del problema de investigación, el papel de moderador es importante para garantizar los resultados más puntuales y verídicos en el desarrollo de la herramienta metodológica.

Participantes

Los participantes del grupo focal tienen edades en el rango de 18 a 55 años. Son muestra de un sector adulto social que pueda interesarse en información nacional. Tanto hombres como mujeres son parte del estudio y se descarta nivel socioeconómico, educativo, estado marital, educativo, profesión u oficio.

Todos son residentes de la capital, San José. El lugar donde se lleva a cabo el método será una sala privada, con estilo de salón de televisión ubicada en Paseo Colón de San José, Costa Rica. La atmósfera que ofrece es casual y relajada y cuenta con un televisor que será la herramienta para mostrar las notas que se espera que los participantes observen y de allí

comenten sus percepciones. Todas las opiniones y observaciones se toman en cuenta, no hay respuesta correcta o incorrecta ni es una competencia de conocimiento del tema. Cada uno expresa tan poco o mucho como guste.

Tabla 2
Participantes Grupo Focal

Nombre	Seudónimo	Edad	Sexo	Residencia	Fecha y Lugar
Karla Alvarado	Karla	30	F	San Pedro	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Isaac Solís	Isaac	34	M	Curridabat	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Ana López	Ana	40	F	Coronado	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Marco Coll	Marco	55	M	San José	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Javier Fernández	Javier	35	M	San José	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Roxana Mendoza	Roxana	33	F	San José	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Aaron Richard	Aaron	45	M	San José	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Allan Vado	Allan	30	M	San José	28 de junio 2017, Paseo Colón.
Vivian Valverde	Vivian	31	F	San Pedro	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Diana Santamaría	Diana	25	F	San José	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Marcela Arias	Marcela	27	F	Santa Ana	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Luis Rodríguez	Luis	20	M	San José	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Martin Adebisi	Martin	47	M	Santa Ana	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Nicolás Andrés	Nicolás	31	M	Curridabat	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Gabriela Jodie	Gabriela	28	F	Sabana	24 de junio 2017, Paseo Colón.
Marianela Arias	Marianela	31	F	Santa Ana	24 de junio 2017, Paseo Colón.

Nota: Elaboración propia.

Escala de actitud

Las escalas para medir actitudes se emplearán en este trabajo para valorar lo que los televidentes sienten con las notas comparadas. Se utilizará la escala de Lickert como punto de partida para medir el contenido estudiado de la producción audio visual mostrada a los grupos focales. Salinas (2012) explica este tipo de escala:

Escala de Lickert. (Debe expresarse como una afirmación, la cual no debe pasar de 20 palabras). Tiene cinco categorías o alternativas, establecidas por la puntuación que da quien responde el cuestionario: a) Dirección positiva: De

acuerdo 5, Desacuerdo 1. b) Dirección negativa (por ejemplo, Pedro es un mal amigo): De acuerdo 1, Desacuerdo 5. (p. 69).

Con la escala se pretende conocer el grado de aceptación y confort de los televidentes con respecto del producto que reciben de ambos canales de televisión. La reacción de los individuos sobre las noticias con temática nacional publicada por ambos canales, en contraste. De esta manera se podrá establecer una medida objetiva de la realidad en la percepción pública, y el grado de afectación si se inclina al polo negativo o positivo.

Recolección de datos

Hernández (2014) también explica que en el enfoque cualitativo la recolección de datos resulta fundamental, pero que a diferencia del enfoque cuantitativo su propósito no es solo medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico (p. 429). Sino que: “Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno.” (Hernández, et al, 2014, p. 429).

Sujetos

Bien los menciona Salinas (2012), la importancia del sujeto en la investigación es vital: “Los sujetos de la investigación son quizá los elementos más importantes, pues sobre ellos se basa toda la investigación. A los sujetos se les llama también individuos o participantes y pueden ser inertes o vivos.” (p. 57). Con respecto de los sujetos que serán parte de esta investigación para soportar los objetivos y validar las conclusiones, se cuentan once sujetos.

Cuatro de ellos correspondientes al noticiero estudiado de Representaciones Televisivas, Repretel Canal Seis, que incluye la dirección, la jefatura de información y el reporte. Cuatro sujetos representantes del noticiero de Televisora de Costa Rica, Teletica Canal Siete, con los cargos de jefatura de información y reporte diario. Y finalmente los restantes tres, profesionales expertos de la materia del periodismo televisivo que responderán a las interrogantes para sugerir alternativas de cambio y novedad en el trato de la información nacional. Estos últimos se consideran entrevistados neutros por no pertenecer actualmente a ninguno de los medios comparados, pero con conocimiento acerca de ellos.

Tabla 3**Sujetos**

	Entrevistado	Pseudónimo	Profesión	Relación con la investigación	Fecha y lugar de la entrevista
1	Marcelo Castro	Castro	Periodista	Actual Jefe Informativo de la redacción de Teletica Canal Siete.	3 de julio 2017, La Sabana.
2	Susana Peña	Peña	Periodista	Actual reportera de Teletica Canal Siete.	27 junio 2017 La Sabana.
3	Adrián Marín	Marín	Periodista	Actual reportero Teletica Canal Siete, y antiguo periodista de Noticias Repretel Canal Seis.	27 junio 2017 Rohrmoser.
4	Lázaro Malvarez	Malvarez	Periodista	Actual Jefe Informativo de la redacción de Teletica Canal Siete.	30 junio 2017 Sabana Oeste.
5	Jerry Alfaro	Alfaro	Periodista	Productor Ejecutivo de Repretel, antiguo jefe de información de Noticias Repretel Canal Seis.	28 junio 2017 La Uruca.
6	Natalia García	García	Periodista	Actual reportera de Noticias Repretel Canal Seis, y antigua periodista de Teletica Canal Siete.	30 junio 2017 La Sabana.
7	Paulo Rodríguez	Rodríguez	Periodista	Actual reportero Noticias Repretel Canal Seis.	3 de julio 2017, La Uruca.
8	Gilberto Valencia	Valencia	Periodista	Actual Jefe Informativo de la redacción de noticias Repretel Canal Seis.	3 de julio 2017, La Uruca.
9	Marlon Mora	Mora	Periodista	Periodista, expresidente del Colegio de Periodistas Costa Rica, editor del periódico La República y actual editor de Canal UCR.	28 de junio 2017, San Pedro Montes de Oca.
10	Gabriela Muñoz	Muñoz	Periodista	Antigua periodista de Repretel Canal Seis, educadora y actual miembro de departamento de comunicación en empresa privada.	06 de julio 2017, Heredia.
11	Laura Quesada	Quesada	Periodista	Antigua periodista de Teletica Canal Siete, educadora y actual miembro de departamento de comunicación en empresa privada.	07 de julio 2017, Heredia.

Nota: Elaboración propia.

Fuentes

La población se refiere a una delimitación del universo de unidades de análisis que se observarán en un espacio y en un tiempo determinado, con las que se sacan conclusiones en el proceso de investigación. Además de delimitar el estudio de modo que sea plausible su realización. (Batthyány y Cabrera, 2011, p.72). Las fuentes son parte de la población que se necesita incluir en este trabajo y que señalan y definen los dos principales tipos de fuente.

Fuentes primarias.

Las fuentes primarias conocidas también como directas son las que no han sido interpretadas anteriormente para efectos de la investigación, es decir, son fuentes cuya información es original. (Gallud, 2015, p. 21). Para este trabajo se utilizan fuentes primarias, por la credibilidad absoluta y porque son accesibles.

Una fuente primaria puede ser un libro que se analiza, un manuscrito que se interpreta, datos estadísticos recién recopilados, encuesta, el relato de un testigo ocular o algún tipo de documento sobre el que no se ha realizado un análisis previo. (p. 21)

Tanto las fuentes primarias documentales, como es el caso de las noticias estudiadas, como las testimoniales, que son los sujetos entrevistados, que en este trabajo cualitativo ayudan al desarrollo interno de la investigación directamente.

Fuentes secundarias.

Estas fuentes se conocen como indirectas, son aquellas con hechos y materiales conocidos o transmitidos por otros. Es información que ya ha pasado por análisis de otros. (Gallud, 2015, p. 21). Al citar Batthyány y Cabrera (2011), estas suelen ser aquellas que se publican en instituciones, por ejemplo:

Dentro de las fuentes de información secundaria se suelen incluir:

- a) datos no publicados, elaborados por organismos públicos y privados relativos a su actuación.
- b) Datos publicados por organismos públicos y privados: estadísticas e informes;
- c) Investigaciones publicadas en libros y revistas.
- d) Investigaciones no publicadas. (p. 72)

Fuentes terciarias.

También existen las fuentes terciarias, que son como una selección de fuentes primarias y secundarias, pero con una distinción leve y no muy útil. (Gallud, 2015, p. 21). Que es

prácticamente una segunda publicación de una fuente secundaria. De esta manera la información que brinda pasa por un tercer filtro y se considera de esta categoría.

Ejemplos de estas fuentes terciarias de información son LILACS (Literatura Latinoamericana en Ciencias de la Salud) desarrollado por la Biblioteca Regional de Medicina (BIREME), en Sao Paulo, Brasil; MEDLARS (Medical Literature Abstracts Retrieval Systems) desarrollado por la National Library of Medicine (NLM) en Washington, EUA; EMBASE (Excerpta Medica Base) desarrollada por la firma holandesa Elsevier en Ámsterdam, que publica la fuente secundaria de información (en papel) ... y muchos otros más. (Salinas, 2012, pp. 27-28).

Entonces queda claro que, aunque poco utilizadas, las fuentes terciarias de información si son válidas como aquellas que seleccionan y compilan la información de las fuentes secundarias y a veces primarias, para disponerlas al usuario en forma de bases de datos. (Salinas, 2012, p. 27). Para efectos de este trabajo no se utilizó ninguna fuente terciaria por su naturaleza

Método de Análisis

Desde el punto de vista cualitativo, para efectos de esta investigación, se toman en cuenta varios métodos de análisis que coinciden con lo que se desea analizar en este trabajo. Los métodos responden a un muestra y resultado cualitativo, pues lo que se busca es observar una repetición de contenido y más que cuantificarla es estudiar sus rasgos y razones. Como lo menciona Hernández, et al, (2014):

“En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes.” (p. 451).

Narrativo.

El método narrativo aplica para esta investigación, donde se espera explicar y demostrar la similitud de entrega en el producto audiovisual de notas periodísticas de los noticieros estudiados y se toma en cuenta su efecto en el público seleccionado. Bien lo expone Moraña

(2017) al citar a Wayne Booth (1998): “explica que el método narrativo es aquel que pretende describir la experiencia subjetiva de las personas de una forma fiel al sentido que estas dan.” (p. 19).

Y lo respaldan también Cook y Reichardt (1996). “La historia narrativa es una parte indispensable del informe final y en su preparación deberían emplearse los mejores métodos cualitativos.” (p. 84), de los cuales este trabajo se basa y espera responder a todos los métodos cualitativos de la mejor forma.

Se busca alcanzar el entendimiento de los datos por medio de la división en sus categorías. Esto, como menciona Hernández, et al (2014), se refiere a una codificación cualitativa donde estos códigos surgen de los datos que se muestran y se capturan en categorías. (p. 459). Y es justamente lo que se quiere alcanzar con el contenido de las noticias seleccionadas.

Los códigos son etiquetas para identificar categorías, es decir, describen un segmento de texto, imagen, artefacto u otro material. Cuando consideramos que un segmento o unidad es relevante (en términos del planteamiento, de representatividad de lo que expresaron los participantes, de importancia a juicio del investigador) podemos extraerlo como un potencial ejemplo de la categoría o de los datos. Conforme el investigador revisa nuevos segmentos de datos y vuelve a revisar los anteriores segmentos (comparación constante), continúa “conectando conceptualmente” unidades y genera más categorías o consolida las anteriores. (p. 459).

Fenomenología.

La fenomenología es también parte del método para llevar a cabo la investigación en proceso. Y el enfoque que se aprovecha mejor para el fin de la investigación, es la fenomenología hermenéutica para la experiencia del televidente con respecto de las noticias publicadas.

“Al final, nuestra investigación fenomenológica presenta una descripción de las experiencias comunes y diferentes de los individuos estudiados. Al leer el reporte,

los usuarios deben tener la sensación de que “entienden mejor lo que significa...” (experiencias respecto a un fenómeno).” (Hernández, et al, 2014, p. 527).

Con esto, la experiencia que se busca presentar es la de los televidentes en su práctica diaria sobre el noticiero y los temas informativos que repiten los mismos noticieros de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. Se busca obtener sus opiniones generales e individuales y sus actitudes. Además, la visión de los propios periodistas sobre su trabajo.

Referente Institucional

Dos son las instituciones que se estudian en este trabajo y de donde se interesa recolectar la información que da sentido a toda la investigación. El primero de ellos es la empresa llamada Representaciones Televisivas Repretel S.A. que se ubica actualmente en San José, Costa Rica, en el distrito de La Uruca con el apartado 2860-1000, y con el teléfono: (506) 2299-7200. (Repretel, 2017).

Representaciones Televisivas Repretel S.A. cuenta con tres canales de televisión oficiales: Canal 4, Canal 6 y Canal 11. Para efectos de esta investigación se tomará solo en cuenta el Canal 6. (Repretel, 2017). Su misión muestra “Informar y entretener” en su página oficial de Facebook, con productos como “Noticias, deportes, farándula, cine, series, novelas y otros programas de producción nacional.” (Repretel, 2017).

Con respecto a la segunda empresa estudiada para este trabajo, Teletica Canal Siete de Televisora de Costa Rica S.A. ubicada en San José, Costa Rica en Sabana Oeste con el número de teléfono (506) 2232 2222. Según su página oficial de Facebook, Teletica define su misión como “Somos una empresa de servicio, que busca la excelencia día a día. Existimos para informar, entretener y compartir con nuestra teleaudiencia. Nos esforzamos por estar "SIEMPRE CON USTED", buscamos satisfacer gustos y necesidades del pueblo costarricense.” (Teletica, 2017).

Teletica genera sus programas nacionales: Telenoticias, Buen Día, 7 Días, Teletica Deportes, 7 Estrellas, De boca en boca, Tu Cara me Suena, Dancing with the stars, entre otros. Y justamente la edición estelar de Telenoticias es el noticiero estudiado en este trabajo.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

Esta parte del trabajo se pone en práctica todos los pasos descritos anteriormente y es la que aquí se resumen los resultados totales, en búsqueda de contestar y comprobar los objetivos planteados.

Ahora que se obtuvo y se organizó la información, se requiere analizar y valorar su utilidad para los objetivos de la investigación. En este sentido, la tarea del investigador se simplifica cuando se analiza la información, si es que se encuentra correctamente estructurada y organizada, ya que el investigador observará de forma directa y fácil, las relaciones o vínculos establecidos entre los aspectos o elementos que integran la información de su investigación. (Gómez, 2012, p. 71).

Tabla 4
Unidades y Categorías de Análisis

Unidad de análisis	Categorías
Estructura de la noticia.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo. • Encabezado. • Fuentes. • Imágenes. • Enfoque.
Estudio comparativo de noticias.	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión. • Tiempo de transmisión. • Encabezado. • Fuente. • Imagen. • Enfoque.
Percepción de las opiniones de los televidentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Conformidad. • Competencia. • Satisfacción.
Búsqueda de recomendaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Causas. • Soluciones.

Nota: Elaboración propia.

Estructura de la noticia

La comparativa de noticias con temas nacionales compartidos por Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete durante mayo de 2017 en la edición estelar de los mencionados noticieros, debe dejar en evidencia una serie de similitudes esperadas y pocas diferencias en este trabajo.

Las notas informativas se dividen en tiempo de transmisión y extensión, encabezado, fuentes, imágenes y enfoque. Son un total de veinticuatro las noticias con información nacional transmitidas dentro de los veintitrés días hábiles de mayo, que compartieron el mismo tiempo en el aire, del noticiero estelar de cada noche a las 7:00 p.m.

Doce de estas noticias corresponden al noticiero estelar de Repretel Canal Seis, y las doce notas restantes corresponden al noticiero estelar de Teletica Canal Siete. Las comparaciones de las veinticuatro noticias toman en cuenta varios requisitos para un mejor y más igualitario estudio, al evitar así al máximo el margen de error.

Primero se toma en cuenta que todas las noticias estudiadas fueran nacionales, de esta manera existe la certeza de tener el material accesible. Tales como tomas ilustrativas y fuentes cercanas, porque si se toman en cuenta las noticias internacionales, no se podría inculpar a ningún medio nacional por utilizar el mismo video que la competencia y los mismos recursos informativos que son limitados en estos casos.

Por ejemplo, si se tratara del ataque terrorista en Inglaterra durante el concierto de la cantante Ariana Grande el 22 de mayo, sería indebido comparar tales noticias como una base diferenciadora en cuanto a imágenes y fuentes informativas, puesto que es un tema de última hora y de importancia mundial y su contenido es probable que se comparta por necesidad. Sin embargo, las notas de los días siguientes sobre el altercado sí podrían entrar en la categoría de estudio.

En esta investigación todas las noticias analizadas son de índole costarricense, en los casos que se supone que sea posible contar con los recursos accesibles, por lo menos a una distancia nacional. Se toma por dado el acceso y disponibilidad de cada medio de contar con igualdad y simpleza para obtener información y desarrollar la noticia.

Tiempo

El tiempo se refiere a la duración de la noticia en cuestión, pero también, a la hora exacta en la que se vio al aire. Las noticias que se comparan pueden transmitirse al mismo minuto o a un tiempo diferente. Depende también de la duración de la noticia y el inicio de la misma en el otro noticiero. De esta manera el televidente tiene en ambos noticieros la misma nota con el mismo tema y en el mismo tiempo.

Se comprueba que las noticias tienen tiempos de inicio similares y que la extensión de ellas se diferencia una de la otra, pero mantienen un equilibrio que no afecta la estructura. La noticia estudiada más corta fue de cuarenta y un segundos en Repretel Canal Seis, con su homóloga de dos minutos y diez segundos en Teletica Canal Siete. Y la noticia más extensa, es de siete minutos en Teletica Canal Siete, comparada con la de Repretel Canal Seis de cuatro minutos.

Mientras que el tiempo de transmisión simultáneo fue en su mayoría antes de las 7:20 pm, por lo que fueron prioridad informativa en ambos noticieros estelares.

Encabezado

Las noticias cuentan con una introducción por parte del presentador correspondiente de cada noticiero y algunas veces por el mismo periodista. Este resumen informativo permite saber la esencia de la nota que se presentará e informará al televidente.

En todas las noticias seleccionadas se transcribió el encabezado para su adecuada comparación. Este consta de una o de dos oraciones que permite identificar de antemano la información que se dará dentro de la nota y el enfoque informativo con la que cuenta. Se comprobó que los encabezados más extensos fueron los de Noticias Repretel, la mitad de ellos se diferenciaron y la otra mitad ofrecieron la misma información.

Tabla 5
Ejemplo de Encabezados

	Noticias Repretel	Telenoticias
22 mayo 2017 Noticiero estelar	“Los bomberos que cayeron 25 metros en su camión en Acosta se recuperan en el Hospital del Trauma. Esa institución informó que un accidente como esos ocurre cada 10 años.”	“Uno de los bomberos que cayó a un guindo con un camión de emergencia afirma que el instinto de sobrevivencia lo aferró a la vida.”
31 mayo 2017 Noticiero estelar	“El gobierno inauguró nuevas y modernas instalaciones para los privados de libertad en La Reforma, algunos de ellos califican este espacio de residencial, en el cual hay 407 nuevos espacios.”	“La nueva unidad de atención integral en La Reforma tiene una capacidad para 704 privados de libertad.”

Nota: Elaboración propia.

Fuentes

Los entrevistados, conocidos en este trabajo como las fuentes, son parte de la estructura que se toma en cuenta en el proceso comparativo. Cualquier individuo que dé su testimonio u opinión en la nota informativa, se considera fuente.

La totalidad de las fuentes que se utilizaron fueron cuarenta y tres en las noticias estudiadas. Y de esas, solo diecinueve de ellas fueron diferentes, las restantes veinticuatro se repitieron en sus respectivos temas.

Imágenes

Las tomas que se utilizan para ilustrar las notas, llamadas en Periodismo tomas de apoyo, son todas las imágenes que muestran durante la transmisión de la noticia. Estas corresponden a grabaciones ya sean reales, animaciones tecnológicas, pantallas informativas o cualquier otro recurso visual que complementa la noticia.

El uso de los efectos especiales como cambio de color, velocidad del video, emoticones, textos sobrepuestos etc., también se consideran dentro de las imágenes que presentan ambos noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. Es por esto que las noticias seleccionadas se analizaron tomando en cuenta la ausencia o integración de las mismas.

De las veinticuatro noticias seleccionadas, se encontraron que solo ocho de ellas pusieron en práctica el uso de diferentes factores de valor agregado a la noticia que compartía tema con su competencia. Diferentes velocidades en el video, textos sobre imágenes, pantallas informativas y animaciones en tercera dimensión., en las noticias que compartían las imágenes de apoyo de la competencia. En otros casos, las mismas imágenes se diferenciaban, y no hizo falta un elemento de post producción.

En algunos casos ambas noticias utilizaron el mismo elemento, por lo que no se diferencia una de la otra. Y del total de veinticuatro noticias que se estudiaron, solo ocho de ellas utilizaron un factor diferente en las imágenes y cinco de las ocho fue a cargo de Repretel Canal Seis.

Tabla 6
Elemento Diferenciador en Imágenes

	Utiliza elemento diferenciador	Elemento diferenciador
1	Telenoticias Noticia 5	Cámara rápida pantallas
2	Noticias Repretel Noticia 6	Pantallas
3	Noticias Repretel Noticia 7	Utiliza toma apoyo distinta.
4	Noticias Repretel Noticia 13	Utiliza toma apoyo distintas: Lluvia en alcantarillas y calles.
5	Telenoticias Noticia 14	Utiliza toma apoyo distintas: Lluvia en la ciudad y personas.
6	Telenoticias 16	Utiliza texto en imágenes para preguntas.
7	Noticias Repretel Noticia 17	Utiliza animación 3D.
8	Noticias Repretel Noticia 23	Utiliza texto en imágenes para descripciones.

Nota: Elaboración propia.

Enfoque

En esta parte de la estructura de la noticia, se busca entender la información que dan, y enterarse si es diferenciada la una de la otra. El enfoque de cada noticia se notó con los encabezados, sin embargo, también se repasó cuidadosamente cada contenido informativo para confirmar el ángulo de la nota. Se encontraron tanto noticias con enfoques diferentes como iguales de un mismo tema informado.

En temas similares y más aún de agenda anual, los enfoques son iguales en varios de los casos estudiados. Por ejemplo, en esta noticia (Tabla 7) del primero de mayo, ambos noticieros optaron por reproducir lo que dijo el Arzobispo durante la misa de la mañana, una noticia que aconteció solo por tocar los temas de la ausencia del Presidente, y la participación en la economía del país.

Tabla 7
Ejemplo de Enfoques

<p>NOTICIAS REPRETEL01 mayo 2017 Noticiero estelar 19:20pm</p>	<p>TELENOTICIAS01 mayo 2017 Noticiero estelar 19:17 pm</p>
<p>ENCABEZADO</p>	<p>ENCABEZADO</p>
<p>“La iglesia aprovechó la ceremonia para desarrollar temas como el sistema de pensiones de la Caja, incluso no descarta participar en la mesa de diálogo si así la invitan.”</p>	<p>“El Arzobispo de SJ pide buscar a los responsables de la crisis en el sistema de pensiones y una mayor participación de la iglesia en ese tema.”</p>
<p>CUERPO DE LA NOTICIA</p>	<p>CUERPO DE LA NOTICIA</p>
<p>La tradicional misa para conmemorar el día del trabajador inició a las 8:10 de la mañana en la Catedral Metropolitana. La ceremonia inició diez minutos más tarde de lo usual, las autoridades religiosas se quedaron esperando al presidente Luis Guillermo Solís. El mandatario informó que no llegaría porque amaneció enfermo.</p> <p>Inserción Vicepresidente Helio Fallas.</p> <p>La iglesia aprovechó la ceremonia para hablar del sistema de pensiones de la Caja, y no descarta participar en la mesa de diálogo si la invitan.</p> <p>Inserción Arzobispo José Rafael Quirós.</p> <p>Inserción Ministro de Trabajo Alfredo Hasbun.</p> <p>Se mencionó en la ceremonia que estos son momentos decisivos para el país, en muchos aspectos de la vida nacional. Además, consideran que es fácil ver que el sector privado y público no logra generar las suficientes fuentes de empleo para disminuir las cifras. Invitó a sindicatos y cooperativas a incrementar esfuerzos para mejorar la economía del país, en beneficio de los trabajadores.</p>	<p>El Arzobispo de San José hizo un llamado a buscar los culpables de la crisis en el régimen de invalidez, vejez y muerte durante el sermón de la misa del Día del Trabajador. Cuestionó además si se han sentado responsabilidades y pidió una mayor participación de la iglesia, en este tema.</p> <p>Inserción Arzobispo José Rafael Quirós.</p> <p>Inserción Vicepresidente Helio Fallas.</p> <p>Durante la homilía del Primero de Mayo el Arzobispo de San José también clamó por una economía solidaria para reducir el desempleo y la solidaridad.</p> <p>El Presidente de la Republica Luis Guillermo Solís fue el ausente de la misa del día del trabajador. Casa Presidencial informó que el mandatario tiene problemas digestivos y por esa razón prefirió reposar.</p>

Nota: Elaboración propia.

Estas partes forman el todo de las informaciones de un noticiero televisivo y por eso se detectaron en las veinticuatro noticias seleccionadas de ambos medios. De ellas, el común denominador fue compartir un tema nacional. Esta unidad muestra las partes que compararán y el porqué. Sus similitudes son una curiosidad de estudio y es por eso que se contemplarán en la siguiente unidad donde se contrastarán una con otra.

Estudio comparativo de noticias

Las notas elegidas para ser comparadas fueron veinticuatro a lo largo del mes de mayo del 2017. Las noticias tienen en común el tema informativo. Ambos noticieros, Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, presentaron notas que pertenecían al mismo tema noticioso. Estas veinticuatro noticias seleccionadas, se separan en doce grupos.

Cada uno de los doce grupos corresponde a una comparación directa de dos noticias que comparten el tema informativo en la misma edición estelar del mismo día; una corresponde a la nota de Repretel Canal Seis y la segunda corresponde a la de Teletica Canal Siete. Los totales demuestran las comparaciones de las veinticuatro noticias seleccionadas y de los doce grupos comparados.

La siguiente es una tabla con los totales generales de la comparación de estructura de todas las noticias seleccionadas en este trabajo. Los ítemes de: tiempo de transmisión, encabezado, fuentes, imágenes y enfoque se comparan entre dos noticias, la de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. Y el ítem de extensión, es un análisis individual de cada noticia seleccionada.

Tabla 8
Comparación de Estructura de la Noticia

Noticias Comparadas		
	Simultáneo	Diferente
Tiempo de transmisión	75%	25%
	Similar	Diferente
Encabezado	50%	50%
Enfoque	67%	33%
Imágenes	50%	50%
	Repetida más de una fuente	Diferentes todas las fuentes
Fuentes	92%	8%
	Repretel	Teletica
Mayor extensión	33%	67%

Nota: Elaboración propia.

Extensión

De las doce noticias que corresponden al noticiero estelar de Repretel Canal Seis comparadas con las doce del noticiero estelar de Teletica Canal Siete del mismo día en mayo del 2017, las notas de Repretel duran menos tiempo en su mayoría comparadas con las de Teletica, que son más largas en extensión el 67% de las veces. (Ver apéndice B).

Las noticias tienen una duración similar, como es común en las notas del día a día, entre minuto quince y minuto cuarenta y cinco. Las noticias más extensas no sobrepasan los cuatro minutos. Su duración es estándar comparada una con otra, pero en su mayoría Repretel Canal Seis cuenta con las notas más cortas. La diferencia de tiempo de duración de las noticias elegidas, comparadas una a una con la de su homólogo noticiero, es sin embargo estándar. (Ver apéndices 11 y 12).

Tiempo de trasmisión

La extensión de las noticias es importante solo cuando se compara su trasmisión de un noticiero a otro, es decir, cuando a la hora exacta de trasmisión de estas noticias homólogas de tema, comparten una significativa o exacta similitud en relación con el horario de entrega. Las noticias comparadas una a una, tienden a salir al aire simultáneamente en sus respectivos noticieros la mayoría de las veces.

Tabla 9
Tiempo de Transmisión

Noticia	Repretel	Comparación	Noticia	Teletica
Noticia 1	19:15 (1,17 minutos)	vs	Noticia 2	19:14 (1,15)
Noticia 3	19:35	vs	Noticia 4	19:18
Noticia 5	19:20 (1,28 minutos))	vs	Noticia 6	19:17 (3 minutos)
Noticia 7	19:09 (2403 minutos)	vs	Noticia 8	19:08 (2 minutos)
Noticia 9	19:01	vs	Noticia 10	19:01
Noticia 11	19:01	vs	Noticia 12	19:01
Noticia 13	19:17	vs	Noticia 14	19:17
Noticia 15	19:22	vs	Noticia 16	19:22
Noticia 17	19:17 (2,40 minutos)	vs	Noticia 18	19:15 (2,33 minutos)
Noticia 19	19:01	vs	Noticia 20	19:18
Noticia 21	19:06 (2,22 minutos)	vs	Noticia 22	19:07 (3 minutos)
Noticia 23	19:37	vs	Noticia 24	19:20

Nota: Elaboración propia.

Con este estudio, queda en evidencia que las noticias con el mismo tema de información que se transmitieron todos los días de mayo en las ediciones estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, comparten en gran parte un tiempo de trasmisión simultáneo. Esto significa que a un mismo tiempo estas noticias se trasmiten en ambos noticieros.

Los televidentes pueden ver simultáneamente estos informes que tratan del mismo tema y al mismo tiempo en un 75% de las veces. Solo el 25% de las noticias comparadas ofrecen la información en un tiempo diferente dentro de la hora informativa que corresponden a los noticieros estelares en cuestión. (Ver apéndice L).

Encabezado

En cuanto al encabezado de cada grupo de noticias comparadas, se transcribió cada uno de ellos para una mejor comprensión de la información que entregaron en cada determinada introducción por parte del presentador del noticiero, tanto de Repretel Canal Seis como de Teletica Canal Siete. (Ver apéndice C).

En cada grupo de noticias comparadas, se detectó la similitud y la diferencia informativa de los párrafos. Se comprueba que los encabezados comparten el mismo anunciado informativo la mitad del tiempo, es decir, 50% de las veces. Anuncian entonces las respectivas notas con los mismos detalles informativos. Por lo tanto, el otro 50% de las veces estos encabezados anunciaron la noticia con información diferente. (Ver apéndice M).

Fuente

Por otra parte, las personas entrevistadas referidas como fuentes son también un elemento importante en la estructura de estas noticias comparadas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de la edición estelar. Estos sujetos son los que dan credibilidad e información vital en las noticias. Como es de esperarse, al compartir el mismo tema nacional, las noticias comparten en su mayoría las mismas fuentes también. (Ver apéndice D).

Se comprueba que de las veinticuatro noticias comparadas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, el 92% de ellas comparten al menos una de sus fuentes. Es decir, las noticias de ambos noticieros ofrecen el mismo personaje de información en la mayoría de sus notas cuando se trata del mismo tema. Solo el 8% de las noticias con mismo tema que abarcan los respectivos noticieros, tienen fuentes diferentes uno del otro. (Ver apéndice N).

Según Rodríguez, es difícil encontrar las fuentes deseadas muchas veces porque los sujetos de interés pueda que no quieran o no puedan atender.

“A veces puede ser las trabas que ponga la entidad, si es una entidad pública de que no se puede grabar, que no hay vocero, de que no se puede entrar a “X” o “Y” lugar, entonces son como las trabas que a uno le ponen”. (Rodríguez, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Peña opina que la búsqueda de las fuentes es un esfuerzo extra, pero que paga en la calidad de la nota informativa. “Yo creo que también a veces falta como compromiso, como ganas de ir más allá.” Y no siempre es fácil contactar a las fuentes deseadas, pero es más responsabilidad del periodista buscar cómo diferenciarse de la competencia. Y que al fin es un tema de satisfacción propia de un máximo esfuerzo. Ella expone dos ejemplos a continuación.

Ahora yo hice una historia, de un asalto a un bus, yo tenía el video del asalto que es un video bueno y ayer entrevisté al dueño de la empresa de buses. Entonces, para cambiar eso e ir más allá de eso, hoy busqué al chofer del bus, que estaba el día del asalto. Y él me cuenta todo. (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Hoy también el jefe me pidió que hiciera una nota de un video que anda circulando de un cocodrilo y yo no tenía la menor idea de cómo hacerlo, porque yo dije ¿a quién entrevisto? ¿qué hago? Me puse a investigar un poquito en redes, di con el nombre de la persona que grabó el video, le escribí un mensaje y él me respondió y me habló. Ese plus, yo creo que no lo tenían otros medios que simplemente reprodujeron el video para reproducirlo, para ganar likes, para que la gente lo comparta o lo que sea.

Y él me dijo “qué lindo que ustedes se tomen el tiempo, no solo de pedir autorización, sino de venir a conversar conmigo y preguntarme que fue lo que pasó, y Diay yo pensé que era un tronco.” Y eso casi nadie lo sabe, y fue por ahí que yo enfoqué mi nota, que la persona que grabó esas imágenes confundió al cocodrilo con un tronco. Tuvimos accesos a muchísimos más videos que no se habían publicado y eso es precisamente lo que agrega el valor, porque yo perfectamente podría agarrar el video de Internet y decir que un tico en Tambor grabó el video así que se muestra tal y tal y ya. (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Marín opina que estas notas que repiten temas son informaciones que tienen que salir y que buscar fuentes e imágenes diferentes no es siempre una opción accesible, pero tampoco necesaria: “A veces usted por el factor tiempo no pueda sacar un producto que usted quiera, pero si se trata de ganar preferencia en rating, a veces es mejor que usted prefiera tener el canal donde

sale fulano y mengano, que es más agradable, que es más dinámico.” (Marín, comunicación personal, 27 de junio 2017). Marín indica que el perfil del periodista es más importante, en este caso, que la nota diferenciada.

Imagen

En este estudio también se comprobó que los apoyos visuales, refiriéndose a todas las imágenes que se utilizaron en las noticias comparadas, son en su mayoría similares. Puesto que las noticias que se comparan tratan el mismo tema, es fácil concluir que se utilizan los mismos recursos visuales, sin embargo, para efectos de estructura de este estudio, se evalúan cuáles de ellas a pesar de ilustrar con imágenes similares, utilizaron algún recurso adicional para diferenciarse.

Para efectos de las veinticuatro noticias analizadas en este trabajo, se encontraron diferencias de este tipo en solo la mitad de ellas, (50%). Se utilizaron específicamente elementos diferenciadores como pantallas informativas, texto sobrepuesto, animación en 3D, cámara rápida y cámara lenta. En estos casos la información brindada se apoya de un recurso diferente visual y agrega un valor extra en imagen a la misma noticia que el noticiero también transmite. (Ver apéndice Ñ).

Castro comenta que las imágenes de apoyo no pueden ser diferentes o frescas todo el tiempo y que es una realidad con la que se vive en la televisión y que a pesar de que lo ideal sería contar con imágenes que fueran más ilustrativas y menos de relleno, no es una opción en el sistema actual del noticiero. “Sería ideal que un noticiero tuviera todas las noticias con imágenes frescas y del momento para cubrir los hechos, pero no ocurre.” Y amplía a continuación:

Pero lo de las tomas de apoyo, de archivo, básicamente en las noticias es imposible no usarlas, no usar tomas que son simplemente, como usted dice, de relleno. Hay que aceptar que es el relleno, pero no podés garantizarte que de cincuenta notas que salen al aire, las cincuenta tengan imagen fresca. (Castro, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Una de las formas de separar las imágenes es con la inserción de un elemento distinto, que sea útil y original al mismo tiempo. Algunas de ellas pueden ser el uso de tomas específicas,

o elementos agregados como efectos de color y velocidad, o información textual en las imágenes. Bien lo afirma Muñoz en sus consejos de prácticas innovadoras para el desarrollo de estas noticias, cuando menciona que:

Todo lo que es tema de post producción, ahora hay muchísimo y eso se maneja muy fácil, antes era solo con un post productor, ahora no. Los editores manejan muchísimas herramientas que le pueden ayudar a uno. Sin embargo, el periodista también tiene que estar empapado de lo que quiere, porque el post productor puede saber mucho, pero si yo no sé nada, entonces no sé cómo puedo meterle eso a mí nota. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Valencia afirma también que este recurso de post producción puede ser una herramienta para diferenciar las imágenes de las noticias nacionales, que se sabe que serán compartidas por otros medios. Explica que, por ejemplo, tener una idea clara y propia de lo que se quiere hacer con respecto a un tema del día, cambia la imagen: “La edición es clave, porque permite poner en imagen clara, o en una secuencia tu idea. Si vos no tenés clara la idea con la que vas a presentar la noticia, las imágenes van a ser simplemente puestas una sobre otra sin ningún sentido.” (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Rodríguez por su parte menciona que la razón por la que un periodista no utilice estos recursos ilustrativos de post producción de imágenes a su favor se debe a que el tiempo es muy poco, o porque el reportero simplemente no quiera, ya que el editor encargado solo hace lo que el periodista le señale. “A veces puede ser vagancia, o el tiempo también. A veces uno llega muy sin tiempo, y le dice meta las cosas así, “chorree” como llaman.” (Rodríguez, comunicación personal, 03 de julio 2017). Y reitera que depende del periodista pedirle al editor que le ayude con un elemento distinto en su nota.

Peña asegura que las imágenes son el elemento más importante, y la técnica de estructura varía con base en ellas. “En general en la televisión, se comete el error de redactar la nota, ir a locutarla, y tapémosla con lo que hay. Y eso no se puede, porque trabajamos en televisión, y deberíamos trabajar en función de la imagen.” (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017). Y ejemplifica cómo se puede jugar con las imágenes, y con la estructura de la noticia.

A veces no hace falta ni hablar. En donde se ven las llamas de un incendio, usted simplemente deja la toma. Inmediatamente puede meter a una persona hablando. Puede jugar con las estructuras. No siempre la nota tiene que empezar con locución, una inserción y así, porque no funciona. Puede empezar con alguien hablando nada más, con una imagen muy fuerte, y usted locutando. Yo creo que en las estructuras se debería basar en el material que existe, y un poco en la creatividad de la persona. (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Enfoque

Por último, las noticias analizadas a pesar de que muestran similitudes en tiempo de transmisión, fuentes, imágenes y encabezados, también tienden a repetir el mismo enfoque periodístico. Se podría suponer que un tema compartido aumenta las probabilidades de que su contenido se repita también. De las noticias comparadas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, se comprueba que, aunque ambos tengan estilos editoriales establecidos que los distan, publican en gran cantidad las noticias nacionales con un mismo enfoque noticioso. (Ver apéndice E).

De las noticias comparadas, solo el 33% de ellas presentaron con un mismo tema, un enfoque diferente una de la otra. Esto dejó en evidencia que la mayoría de noticias que comparten tema en las ediciones de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete utilizan también el mismo enfoque el 67% de las veces. (Ver apéndice O).

Según Quesada, la razón por la que las noticias estudiadas son ejemplo de una realidad cotidiana de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, es porque estos noticieros informan diariamente los mismos temas que reciben por comunicados de prensa y no se le cambia el enfoque con el que ya vienen. Estos comunicados brindan la noticia lista a los medios, con el fin de que sea informado en sus respectivos espacios noticiosos. El problema es que es la misma información para todos y si ningún reportero cambia el enfoque, esta noticia será la misma en todos los sentidos.

Es muy fácil para el periodista, agarrar y hacer el enfoque que viene en el comunicado de prensa. Pero yo como periodista, sabiendo que la competencia va hacer lo mismo, digo: “¡NO! yo no voy hacer este enfoque que me están dando en

el comunicado de prensa, yo voy a tener un poquito más de criterio, voy hacer una notita con un poco más de profundidad.” Pero el periodista tiene que hacer un esfuerzo mayor por no hacer el enfoque que viene en el comunicado. Porque posiblemente otros medios van a sacar ese mismo enfoque, y posiblemente la competencia también. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017)

Valencia también opina que el enfoque de la noticia ayuda a la diferenciación de estructura de las noticias nacionales que se transmiten. Y esto ayuda a la creatividad de contenido, y disminuye el factor similitud del que se compara en la edición estelar de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete.

Por ejemplo, si vos pensás antes de salir, cómo vas a presentar algo y lo trabajás visualmente así, la edición se convierte en una herramienta que permite que la nota sea más diferenciada. Entonces, si vos tenés que salir del edificio de Repretel para la protesta de los taxistas, y decís “sí yo voy pensando en la gente, voy a buscarme a alguien que esté desesperado porque no pueda pasar.” Ya tenés una idea preconcebida, lo trabajas con tu camarógrafo, y a la hora de editarlo eso es lo que te va a ayudar y va a ser diferenciación para la nota. (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Peña también comparte la importancia del ingenio individual para poder diferenciar los temas que repiten los medios nacionales costarricenses, y afirma que en su caso se guía por el lado humano de la noticia y así propone su propio enfoque cumpliendo al mismo tiempo las informaciones básicas de la noticia. “Se puede encontrar uno con cosas que jamás espera y que le pueden dar vuelta al tema.” (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017). Y explica un caso a continuación.

Por ejemplo, La ARESEP manda un comunicado que dice que van a subir las tarifas del bus, que es un comunicado que le llega a todos los medios por igual, y todos lo recibimos, y como es información básica y útil para el público, se publica en todos los noticieros. Entonces ahí entra un poco a jugar la creatividad y el ingenio que tiene uno.

Un día de estos me tocó una nota de estas, y me tope a un señor que me dijo: “muchacha, a partir de mañana voy a tener que empezar a caminar, ya no me voy a poder subir al bus porque ya no me alcanza.” Y yo creo que eso es lo que le da el plus a la nota, porque en todos los medios por igual se va a enterar que las tarifas suben, pero no se va a enterar de cómo lo vive el usuario. (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Para Rodríguez, diferenciar esos temas que se repiten a diario en comunicados de prensa es tedioso, y él trata de pensar un solo enfoque. “En ese tipo de situaciones normalmente lo que yo hago es llevar un enfoque ya establecido y digo que voy arrancar una nota y digo que el gordito de medio año se quedó en Heredia, entonces voy a Heredia.” (Rodríguez, comunicación personal, 03 de julio 2017). Agrega que se puede buscar un factor en el propio comunicado de prensa que envían al noticiero.

Usualmente en un comunicado se busca un dato específico, un dato que tal vez diga por ejemplo 55% de “X” o “Y” afecta a la población. Entonces uno se va mucho por la afectación, que sea algo beneficiosos al usuario o la población en general. Entonces hay que tratar de diferenciarlo por eso, buscar cuál es el mayor beneficio para el usuario. (Rodríguez, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Con el análisis de estas noticias que comparten tema nacional costarricense, queda claro que su estructura se asimila más de lo que se diferencia. Los elementos estudiados de estas noticias se asemejan en tiempo de trasmisión, encabezado, fuentes, imágenes y enfoque. Esto contribuye a una repetición de temas y de estructura en dos noticieros que se transmiten al mismo tiempo.

El televidente entonces tendrá un mismo producto informativo en dos canales de televisión diferentes, en los noticieros de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de la edición estelar, siempre y cuando se trate de noticias con temas nacionales.

Percepción de las opiniones de los televidentes

Para esta investigación se realizan dos grupos focales de ocho personas. Con esta muestra se esperan completar las expectativas del tercer objetivo del trabajo, el cual busca obtener la percepción general de los televidentes con respecto a las noticias de ámbito nacional en las ediciones estelares de las siete de la noche de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete.

Se pretende conocer si este fenómeno les genera un ambiente cómodo o crítico, tomando en cuenta que estos son los principales noticieros que las personas elegidas sintonizan durante la semana para informarse. Los participantes tendrán un apoyo visual de tres noticias de mayo del 2017 ambas de ediciones estelares, para obtener una opinión colectiva e individual.

Conformidad

Los primeros ocho participantes de los grupos focales suman cinco mujeres y tres hombres. (Ver apéndice P). Con sus diferentes edades y todos residentes en San José, Costa Rica, concuerdan que sintonizan un canal seleccionado y ese es el noticiero que consumen, por lo que la repetición de notas nacionales es conocido, pero no les afecta.

Opinan que las noticias se parecen mucho por una cuestión de competencia y afirman que las informaciones nacionales estudiadas y comparadas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, no se diferencian mucho por una estrategia de competir. Mostraron un conocimiento previo de la similitud de noticias de ambos noticieros y compartieron también una cierta conformidad con este fenómeno.

Vivian: Es una competencia a muerte, porque están pasando las mismas noticias, a la misma hora y están buscando capturar al público específico para cada noticiero. Entonces ellos necesitan que ese público no se vaya para el otro lado. Entonces por ahí vemos, como decía Nicolás, que por el lado de Repretel es mucho más... apela más a la emoción. Y del lado de Teletica es un poco más informativo. Entonces yo creo que es eso, es como esa competencia para no perder su público meta.

Nicolás: Siento que pasa mucho, cuando hay solo dos proveedores en un mercado, van a buscar dividir el mercado en un público meta, o sea, uno va aquí por uno y el otro por el otro para no estar en competencia directa.

Gabriela: Se podría comparar a FOX News y a CNN, que cubren las mismas noticias desde un enfoque diferente. Entonces se sabe que la población que ve CNN, por lo menos políticamente en los Estados Unidos, son demócratas y los republicanos en FOX. Cada quien elige lo que más le gusta.

Sin embargo, cuando la nota trata de un enfoque diferente, los televidentes lo notaron, como es el caso de la noticia del bombero que cayó a un guindo con el camión. En Noticias Repretel el enfoque fue el propio acontecimiento y cómo sucedió. Mientras que en Telenoticias el enfoque fue la importancia de utilizar el cinturón de seguridad que le salvó la vida al conductor. (Ver apéndice S).

Vivian: Algo importante de esta última que vimos, es el enfoque desde donde lo ponen, porque vemos que el canal siete fue desde el enfoque del conductor del camión y él nos contó la historia, y él nos dijo cómo fue, y él nos dio el consejo de cinturón de seguridad. Sin embargo, Repretel pone una música toda dramática, ponen el video recreando que fue lo que pasó para hacerlo como más dramático, y no le dan tanta importancia al señor, el señor es como un factor más ahí, pero no es el protagonista.

Gabriela: En esta última noticia Canal Siete la usó como una campaña para ponerse el cinturón de seguridad... mientras que en Repretel el tema nunca se tocó y yo opino que la finalidad de un periodista es eso, brindar alguna educación a la población.

Las noticias mostradas a los participantes fueron en su mayoría poco criticadas por sus similitudes. Los participantes parten de un entendimiento que así es la realidad. Por supuesto que se habla de televidentes y no de comunicadores periodísticos que conocen el proceso de comunicar y las responsabilidades que caen en el periodista profesional y en el periodista televisivo en este caso. Como lo menciona uno de ellos, se tiene una teoría sobre esta similitud de estructura noticiosa, pero no se sabe con certeza; solo lo asumen.

Diana: Yo creo ellos utilizan las mismas imágenes, yo creo que es la escogencia del editor, de qué imágenes quiere colocar.

Se pone en evidencia, que, sin importar la repetición de los elementos noticiosos, los televidentes presentes de alguna forma lo aceptan y casi se puede decir que lo perdonan y son menos críticos. Además, cada uno tiene una idea sobre las razones del fenómeno y no exigen un cambio inmediato.

Vivian: Yo creo que no hay tanta cantidad para colocar, tendrían que empezar a meter noticias de relleno para hacer cosas diferentes, entonces a mí no me molesta... no siento que se copien, siento que es lo que hay.

Nicolás: Yo creo que está mal que vayan por lo mismo, puesto que no se explotan tantos ángulos. También creo que disminuye la competencia, lo que están segmentando el mercado y dividiéndolo en vez de competir que tiende a producir elementos de mayor calidad. Al mismo tiempo no los puedo culpar, es un mercado meta demasiado bajo que realmente la capitalización que pueda dar un negocio de estos no da para competir directamente.

Diana: Además yo creo que estos dos canales es más tradición que otra cosa. Yo me crié viendo Canal Siete, entonces es muy tradicionalista.

Competencia

Los últimos ocho participantes que son los del grupo focal dos, suman cinco hombres y tres mujeres. (Ver apéndice Q). Con sus diferentes edades y todos residentes en San José, Costa Rica, concuerdan de igual manera que la repetición de noticias nacionales en Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete durante la edición estelar es ya conocida. La mayoría de ellos conocían la práctica de presentar los mismos temas en estas ediciones.

Cuando se les preguntó si habían notado la similitud de temas y de la estructura noticiosa en ambos noticieros, los televidentes citados reconocieron el fenómeno, pero apuntaron a que es una estrategia de mercadeo que se asemejen. Al igual que el grupo anterior, presentaron un nivel de conformidad, pero en este caso apuntaron a que era una práctica de competencia que apuntaba al mercado que ya cada empresa había seleccionado.

Allan: Lo noté un día de estos, fue como la semana anterior, y era porque tenía dos pantallas al frente. Estaba entrenando en el gimnasio entonces suelen tener muchas pantallas. Al frente, estaban dando las noticias, y en una tenía Canal Seis y en otra Canal Siete, estaban hablando recuerdo que era sobre un incendio, no me acuerdo en donde ocurrió, pero estaban en ambos canales dando la misma noticia al mismo tiempo. Y lo que me llamó la atención es que estaban entrevistando a la misma persona, era la misma persona hablando en Canal Seis y Canal Siete, la misma noticia, al mismo tiempo. Y eso me llamó la atención.

Javier: Yo sí había notado que muchas de las noticias de Canal Siete y Canal Seis son las mismas. Creo que en Costa Rica hay noticias que son de mucho peso y que obviamente cualquier noticiero las va a pasar, pero hay cosillas más como entretenidas, como ver a este muchacho con la bolsa plástica y todo el efecto del entretenimiento, que no son tan importantes, pero sí también coinciden en esas noticias tal vez no tan de peso. (Ver Apéndice R).

Isaac: Con respecto a lo que mostraste, el mensaje es el mismo. Es un robo, en Turrialba, y como decimos coloquialmente: un mae con una bolsa en la cabeza, verdad. Entonces todo el mundo se va a acordar de esa noticia el día de mañana. Sí hay diferencias, definitivamente, una es más específica (Telenoticas), dice cien mil colones tablas, dice tablets, celulares, no hay música de fondo lo hace más novelesco, algo más serio. Y Repretel sí pone música de fondo, entonces te crea esa nube de suspenso, hasta ahí como vacilón, pero en el final el mensaje es el mismo. Una pequeña diferencia que otra. (Ver Apéndice R).

Continúan con una indiferencia en el nivel de opinión general, como sucedió en el primer grupo focal, en donde se sabe de las noticias nacionales que son muy similares e iguales en Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, se reconoce, se explica según sus conocimientos individuales, pero no pasa de ser una observación más, y no un tema de futuro cambio.

Marco: Los jefes de información de cada noticiero, evidentemente conforme van llegando las noticias, van escogiendo lo que a ellos les parece dentro del perfil de

lo que quieren transmitirle al televidente. Por lo menos la versión moderna de Repretel y Telenoticias.

Javier: Tal vez en vez de diferenciarse cada uno tratan como de imitarse. Uno pasa de canal a canal a la misma hora y al mismo tiempo, y están poniendo la misma información. Es como una competencia bajo los mismos criterios de diferenciación o los mismos tipos.

Ana: Y también yo creo que las televisoras apuestan a que tienen televidentes fieles, creo yo, entonces si yo pongo Canal Seis o pongo Canal Siete y yo dejo el control y ahí se queda en ese canal, no se hace el zapping. Tal vez las televisoras apuestan a que los televidentes solo ven un canal, entonces por ahí. Si ponemos otros canales, repiten las mismas noticias, y también tienen como la misma secuencia.

El principal hallazgo en esta práctica de grupo focal es la aceptación de los televidentes con respecto a la similitud de estructura de las noticias nacionales de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, correspondientes de la edición estelar del tiempo establecido que comparten un mismo tema. Sin embargo, sí opinan que deberían practicar la diferenciación por medio de una práctica de competencia distinguida, aunque lo dicen como algo que no pasará.

Allan: Yo creo que se puede estructurar más, porque es un poco repetitiva la noticia... como con datos estadísticos o algo así. Y es curioso, porque eso suelen hacerlo en las noticias de deportes. Siempre colocan estadísticas, de que “hace dos años esto, y comparan una cosa con otra”, pero eso uno lo ve en los deportes, y en las noticias que tiene mucho peso en política o algo así, que va a influir en el desarrollo del país, uno no lo ve.

Karla: Puede ser que no tienen el tiempo suficiente y no quieren dar datos incorrectos... o sale la noticia, o tienen la información.

Allan: Es una por otra yo creo.

Javier: Me parece que eso de estarse copiando es una competencia, que en vez deberían competir de quién gana y quién pierde, en lugar de ganar-ganar. Que

cada uno tenga su nicho y su identidad en vez de estarse copiando. Tal vez presentar la misma información, pero de forma distinta. Que tal vez tenga algo entretenido y que dé la misma información pero que tenga una perspectiva totalmente distinta. Creo que sí hay campo. En lugar de estarse copiando.

Isaac: recuerdan la última tragedia de Upala, tuvimos cobertura completa, antes, durante y después, pero ¿Qué pasa hoy?, no sabemos.

Aaron: Este mismo día, me imagino salieron como dos o tres leyes importantes para la gente de impuestos y carros, como tratos internacionales y nada de eso, solo la inundación.

Se comprueba que existe un cierto tipo de crítica con el fenómeno estudiado, pero en el final del ejercicio, se inicia con una conformidad casi un poco pesimista. Y más que preocupación, es una posición de neutralidad y poca exigencia en la diferenciación de contenido noticioso. Además, los televidentes seleccionados no son fieles a solo la televisión, y como ellos lo dicen, satisface sus necesidades de informarse por otros medios como las redes sociales.

Javier: No es como que uno tiene una sola fuente única de noticias, sino es que uno puede abastecerse, por decirlo así, de diferentes fuentes, depende de cuáles circunstancias tiene en ese día puede verlo en el periódico o televisión o Internet, y en el final y al cabo satisface la misma necesidad de informarse. Hay muchos productos sustitutos de las noticias del Seis o del Siete. Y siento que, al irse, los dos por el lado masivo para tratar de acaparar la gente, se pierde mucho cómo diferenciarse y ganarse la lealtad de la gente. Personalmente no hace un enlace el consumidor de la noticia con el productor, yo creo que más bien lo debilita.

Se dio una curiosidad cuando aconteció la noticia de esa noche del 28 de junio 2017 en la que un incendio consumió la subestación del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) en la ciudad de Desamparados, Costa Rica. La emergencia la atienden Bomberos, y el suceso se manifestó de inmediato en las redes sociales, justo en el final del grupo focal II:

Isaac: No nos gustan las noticias, como que no terminan de gustar completamente.

Ana: Se está quemando el plantel del ICE de Desamparados.

Javier: ¿Se está quemando un plantel del ICE?

Marco: Todo el mundo decía que eran ovnis.

Javier: Ahora es con el celular, no necesariamente es con la televisión.

Isaac: O por WhatsApp.

Se puede también comentar que las nuevas formas de información de masas como el Internet y las redes sociales pueden satisfacer las necesidades de los televidentes y pueda que la necesidad de noticias televisivas pase a segundo plano y el interés por su estructura sea poco evidenciada o afecte en lo mínimo la necesidad de información de las personas citadas.

Queda, sin duda alguna, un vacío por la necesidad de televidentes que sí exijan un producto diferente en calidad y contenido. Y que demuestren su insatisfacción para obtener un cambio, y que no se den por vencidos a la realidad de los noticieros privados más sintonizados de Costa Rica. Sin embargo, esta insatisfacción se comprueba en el siguiente método.

Satisfacción

En este método se busca medir la satisfacción de los televidentes que sintonizan los noticieros estudiados por medio de la escala de Likert. En esta investigación se utilizan cinco opciones: Muy de acuerdo, De acuerdo, Ni en acuerdo o desacuerdo, Poco de acuerdo y En desacuerdo. Cada una de ellas tiene un valor, un puntaje del 1 al 5.

Tabla 10
Valores de Escala de Actitud

OPCIONES	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	En desacuerdo
VALOR DE CADA OPCIÓN	1	2	3	4	5

Nota: Elaboración propia.

La escala consta también de seis afirmaciones, que no son preguntas sino oraciones de las que el individuo que las responde puede estar de acuerdo, o en desacuerdo según la tabla. Entonces, cada individuo contesta con cualquiera de las cinco opciones, por supuesto, sin saber su valor, cada una de las seis afirmaciones que al sumarse se inclina por la satisfacción, o la insatisfacción. (Ver apéndice H).

El valor de cada opción es conocido solo por el autor. Cuando el individuo finaliza de marcar las opciones de cada una de las seis afirmaciones, el autor suma cada respuesta con el valor de la opción marcada, y esta sumatoria le da el valor final que se inclinará entre más bajo, menos satisfactorio, y entre más alto, más satisfactorio. En una escala de seis que representa el mínimo de satisfacción, a 30 que significa el máximo de satisfacción.

Todas las seis afirmaciones evalúan la satisfacción de la estructura de la noticia. Una vez evaluados los valores de satisfacción de cada una, correspondientes a Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de la edición estelar, el individuo con menos satisfacción tuvo un siete, del mínimo seis en la escala, y el más satisfecho tuvo un veintitrés, del máximo treinta de la misma escala. (Ver apéndice I)

La mayoría de los individuos, el 75% exactamente, no están satisfechos con las noticias nacionales de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, ya que sus puntajes totales de satisfacción van desde siete hasta diecisiete en la tabla de valores de satisfacción, siendo seis el mínimo y treinta el máximo. Este 75% comparte muy poca, o poca satisfacción con la estructura de estas noticias.

Y el 25% restante, comparte estar de alguna forma satisfecho. Pero ninguno alcanza la satisfacción total, porque este valor es el máximo de treinta en la escala, y el individuo más cercano obtuvo apenas veintitrés. (Ver apéndice I).

La siguiente tabla señala en qué rango de satisfacción se encuentran los dieciséis individuos evaluados. Cada “X” corresponde a un individuo. Y su puntaje final se colocó en la casilla correspondiente según su nivel de satisfacción. Después de evaluar y sumar las respuestas de cada persona, el resultado es el siguiente:

Tabla 11

Resultados de Escala de Actitud

	Ocho Individuos	Cuatro Individuos		Cuatro Individuos	
Satisfacción	Muy Poca	Poca	Neutra	Alguna	Mucha
Escala	6 - 12	13-17	18	29-24	30

Nota: Elaboración propia.

La escala deja ver que existe muy poca satisfacción con respecto a las noticias nacionales de los noticieros estudiados. Tres cuartas partes tienen baja satisfacción, y el restante cuarto sí parece tener alguna satisfacción, sin embargo, no es total. Se concluye que la mayoría comparte “poca satisfacción” en la similitud de fuentes, de imágenes y de temas.

Una importante parte de actitud final es desfavorable para el contenido actual de las noticias estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete estudiadas en este trabajo. Y la satisfacción que sí existe, al no ser completa, señala que un descontento general. Así se puede concluir que, aunque no se manifestara una insatisfacción directa e inmediata por parte de los televidentes seleccionados, sí se demuestra que la incomodidad está presente.

Búsqueda de Recomendaciones

Causas

Quesada, quien fue periodista de temas políticos en Teletica Canal Siete, profesora universitaria y se desempeña en comunicaciones para una empresa privada actualmente, tiene una posición muy clara con respecto de la significativa similitud de estructura en las noticias con temas nacionales que comparten los noticieros estudiados en esta investigación.

Desde un punto de vista causal sobre la amplia similitud en la estructura estudiada en los noticieros Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, Quesada define las tres causantes generales de esta característica en los noticieros estelares de respectivos canales de televisión: El medio, el jefe de información y el periodista. “Estamos hablando del tema de perfil del medio, la asignación diaria de la información que debe hacer cada periodista y en un tercer lugar el tratamiento personalizado que le dé cada periodista a la información.” (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Número uno, el medio para el que se trabaja, en este caso Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, limita de alguna forma la libertad de expresión del reportero, y por consecuente la responsabilidad no recae solo en él. “Para mí, el tema de que las noticias se estén repitiendo en los noticieros no tiene que ver únicamente con el periodista.” (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Depende entonces, primero, del perfil de cada noticiero. Según el perfil de ese noticiero, pues así van a estar definidas sus agendas diarias. Yo creo que el factor diferenciador tiene que empezar desde el perfil de cada noticiero. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Número dos, Laura opina que el principal problema es el papel de la agenda noticiosa en las redacciones televisivas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete y su manejo poco diferenciador. Son entonces, las jefaturas que administran los noticieros, los que también permiten esta repetición de estructura en noticias de temas nacionales.

Porque, por ejemplo, si estamos en una reunión de la 1:30 pm para definir la edición estelar, resulta que posiblemente el coordinador o el jefe de información

va a tener una serie de comunicados que les llegó. Y ese comunicado él tiene que tener la certeza que le llegó a canal seis, a canal siete, canal trece, a todos los noticieros que hay. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Y número tres, a pesar de las otras dos causales, es el profesional en Periodismo quien puede diferenciar su trabajo, al fin y al cabo, puede exponer una noticia con marca personal, y que su trabajo sea diferente al de los demás comunicadores, al demostrar su juicio periodístico y reconocer que es el último responsable de la noticia que saldrá al aire y que inevitablemente será compartido por otros medios de comunicación nacionales costarricenses.

Yo como periodista ya debería tener criterio para saber que, si me están dando un comunicado de prensa, la competencia va a tener ese mismo tema a las siete de la noche. Ahí es donde entra entonces el esfuerzo del periodista por hacer una nota diferente. Para que el mismo tema tenga una marca diferente. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017)

Para repetición en la entrega de estas noticias comparadas, Quesada opina que se trata de un esfuerzo colectivo: “Para mí es un proceso que tiene que empezar desde muy atrás, desde arriba, que tiene que ver con la definición del estilo del noticiero...el criterio de los jefes de información para asignar noticias que la competencia puede tener o no, y el tratamiento propio que haga el periodista.” (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Pero también existe espacio para que, a pesar de estas limitantes, el mismo comunicador por sí mismo sea quien deba buscar una iniciativa en esta dirección de estructura original y diferenciada. Agrega, que la repetición de temas y de estructura en las noticias de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, es en parte, una falta de esfuerzo en las redacciones.

El esfuerzo básico es generar noticias a partir de comunicados de prensa, o incluso a partir de noticias que ya han sacado otros medios. Y eso es lo más fácil de hacer. Yo creo que ese elemento diferenciador tiene que ver con una mayor exigencia por parte del medio, una mayor exigencia por parte de los jefes de información y una mayor exigencia por parte de los periodistas mismos para generar temas propios diariamente. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Muñoz, quien fue periodista de temas de Economía en Repretel Canal Seis, educadora universitaria, y en la actualidad se desempeña en comunicaciones para una empresa privada, tiene una teoría sólida del porqué se da la repetición constante de estructura en los noticieros comparados. Muñoz opina, igual que Quesada, que hay un faltante en las agendas propias de los noticieros. “No hay un esfuerzo por decir: Este noticiero se va a diferenciar de los otros por esto, esto y esto. No hay una estrategia planeada.” (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017). Y agrega que en las redacciones no se habla de esto.

Más bien el noticiero va al día, cumpliendo con los objetivos nada más de cuál es la agenda diaria, se escogen y se trabaja muy a la carrera. Se sientan en la mesa los periodistas con los jefes de información y se discute lo que hay en el día. Se ponen sobre la mesa las propuestas que hay, conferencias de prensa, temas de agencia o ya sea de oficinas de prensa institucional y se monta una agenda. No es como que piense y se planeé más con profundidad, y más a gran escala, para decirlo de alguna manera, un enfoque que se pueda profundizar un poquito más.

Esta falta de planificación que se basa en el día a día de los noticieros y la falta de un enfoque de profundidad, les dificulta poder llevar a cabo una totalidad de noticias con sello diferenciador y no una repetición de estructura de las noticias nacionales con respecto a su competencia directa. Para Muñoz, esta es una de las tres razones por las que sucede este fenómeno comprobado y estudiado en esta investigación.

En su segunda gnosis del porqué de las similitudes de los noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, Muñoz menciona la falta de personal periodístico. Y cómo, en el periodismo televisivo, es difícil que un personal limitado tenga que sustentar toda la demanda noticiosa del día y muchas veces con más temas de los que pueden desarrollar según su experiencia.

Que disminuya la cantidad de periodistas que hay en las salas de prensa, eso obliga a que el periodista tenga que disminuir la calidad, y por supuesto la profundidad de las notas que realiza y se sale apenas así con lo que hay, con lo más fácil, que es lo que me queda más fácil, lo que me queda más cerca. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Con esto Muñoz también explica que las distancias toman un papel importante para el periodista cuando se trata de buscar fuente o el desarrollo total de su nota. Como se establece que el periodista tiene más temas de los que pueda ejecutar con máxima calidad, las distancias junto al tiempo juegan un papel importante en la repetición de estructura. En especial si se toma en cuenta que el tiempo para desarrollar los temas de la edición estelar de las 7:00 p.m., coinciden con la hora pico del país, de las cuatro a las seis de la tarde.

Parece mentira, pero yo sé que está influyendo muchísimo el tema de las presas y el traslado en televisión, en los otros medios no tanto, pero en televisión el periodista tiene que hacerse presente. Entonces yo voy y busco lo que me quede más fácil y más cerca. Y estoy segura que, aunque uno piensa que es algo que no debería influir, influye mucho. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Y como tercera y última razón, Muñoz explica el papel de los periodistas nuevos en dichos noticieros. Las agendas públicas compartidas, el tope de temas que deben cubrir en poco tiempo y además la falta la inexperiencia, envuelven al nuevo comunicador en una rutina que no es la adecuada. “Si a eso le sumas que no hay un jefe de información que esté guiando, al decirle: no fulanito, sí esa es la noticia porque es lo más novedoso en este momento, pero vayamos más allá.” (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Cuando es un periodista muy joven o muy novato. Entonces el periodista llega y para él es algo nuevo, entonces usted agarra y es el primer enfoque que se le ocurre. Por ejemplo: Un aumento de cinco colones en la gasolina. Esa es la noticia. Sí, pero, porque vos sos nuevo reportando eso. Pero saber que en diez años eso pasa todos los meses, entonces que no es tan novedoso. Entonces que no es un esfuerzo por ir más allá: ¿por qué se da? ¿Cuál es el precio del crudo?, etcétera.” Es un poquito más de guía. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Además, para los periodistas de la vieja escuela que llevan muchos años en el medio periodístico, según Muñoz, tienden a perder de vista los elementos diferenciadores: “Ese poder de análisis y de observación que tienen los periodistas, uno lo va perdiendo con el tiempo, por el

mismo cansancio.” (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017). Pero también se puede cambiar esa monotonía de contenido en temas nacionales compartidos con la competencia, con ayuda de la jefatura y un adecuado manejo del personal.

A veces los jefes caen también en eso y no hay alguien que se los diga...En las redacciones deberían tomar en cuenta mucho eso, el manejo de personal es algo que no se da, un buen manejo de personal y el desgaste que sufren los periodistas, porque en realidad debería ser un intelectual de muy alto calibre, y no se maneja de esa manera. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Por su parte, Mora, quien no ha laborado directamente con ninguno de los dos noticieros estudiados, pero tiene gran conocimiento del tema por ser el anterior presidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica, y actual director del Canal de la Universidad de Costa Rica (UCR), menciona que la monótona en estructura de estas noticias se da por tres razones principales. Una de ellas es la limitada agenda noticiosa del país, como señalan Quesada y Muñoz, la práctica de las empresas de medios por buscar cantidad y no calidad, y la necesidad de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete de competir por el rating.

Con respecto a la agenda compartida de temas, opina que es inevitable informar lo mismo: “La *agenda-setting* es tan pequeña, es tan simple de algún modo, que la noticia bruta que es la pirámide invertida se va a repetir constantemente.” (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Mora agrega que, por sacar la noticia de la manera más rápida, estas se vuelven iguales. “¿Sabes por qué se repiten? Porque es el periodismo más fácil. El periodismo más fácil es ir, hacer la cobertura, buscar la parte que cuenta, y mucho buscar el **fairness** (*Se refiere al equilibrio informativo de dos o más versiones distintas sobre un mismo hecho*). Pero profundizar sobre esa noticia no.” (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Además, hace referencia a su siguiente punto, que es el sistema con el que trabajan las empresas de medios, en este caso, Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, con respecto de falta de personal que limita la producción de noticias. Una razón que también comparte Muñoz. Y Mora reitera que los periodistas no dan abasto. La superficialidad de sus noticias son producto de la demanda de sus cargas profesionales.

Pero eso no es culpa del periodista, es culpa de la empresa periodística que quiere que el periodista produzca lo más que pueda. Cubre, sistematiza, marca y va. Es muy fácil hacer eso, pero eso es lo que se está dando. Por qué, ¿Cuánto cuesta un periodista que haga investigación?, es toda una semana. ¿Y cuántos minutos le va a dar a ese reportaje? Seis, siete minutos. (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Mora señala que el periodista debe de saber los rasgos informativos de mayor valor en imagen y enfoque, pero que es la falta de motivación y poco tiempo que los limita para crear una noticia completa y única, al contrario de una nota básica para llenar la agenda que se les asigna en las redacciones. Pero el mismo medio les impide que diferencien de esta manera su trabajo.

Yo estoy seguro de que ellos lo saben, porque las propias empresas los limitan, para que puedan hacer otras cosas. Porque quién no va a querer, por ejemplo, si hace una nota sobre los productos hidroeléctricos, sacar un dron, hacer unas tomas de apoyo potentes, entrevistar a una parte, entrevistar a la otra parte, entrevistar a la comunidad de gente que se ve beneficiada... estoy seguro que les da el coco para hacerlo. Pero no está el recurso, o el tiempo, o inclusive la motivación para que se haga. No creo que esté la motivación para que se haga. (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Así mismo, señala que el *rating* es la razón por la que incluso Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete comparten las agendas noticiosas y que estas operan desde el monitoreo de lo que está dando el otro. “Entonces yo creo que el *rating*, es lo que en este momento está dirigiendo los medios de comunicación colectiva.” (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017). Y agrega:

En este momento, todos los colegas que hacen televisión, e incluso los que hacen redes sociales, están muy pendientes de cómo se están comportando sus audiencias... Cuando hay un tema caliente, entonces qué van hacer ambos; sostenerlo lo más que puedan...dice Javier Darío Restrepo, esa es la maldición de nuestro Periodismo. (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Para Jerry Alfaro, el director ejecutivo de Repretel Canal Seis, la repetición de los temas es la naturaleza del Periodismo diario, que depende de que sea la novedad y qué es lo más importante del día en el país.

En algunas circunstancias puede ser casualidad, pero generalmente es porque responde a un principio de jerarquización periodística. Porque la noticia del día va a ser igual para la televisión, va a ser igual para la prensa escrita y va a ser igual en redes sociales y va a ser para la radio. ¿Qué es lo que marca diferencia? El tratamiento. (Alfaro, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Y asegura que depende del periodista hacer diferenciación, porque todos los comunicadores siguen el mismo proceso de estructura sin importar el medio en el que trabajen. “Yo creo que ahí la diferencia radica mucho en el tratamiento del contenido de la noticia. Ahora, la jerarquización periodística es la misma para todos los periodistas independientemente en el medio donde estemos.” (Alfaro, comunicación personal, 28 de junio 2017).

En cuanto a Teletica Canal Siete, el jefe de información actual de Telenoticias, Marcelo Castro, hace referencia a que la similitud de las noticias comparadas responde a un desconocimiento de lo que hace la competencia y que el trato de las noticias siempre es pensado en el estilo establecido de la empresa. Y las prioridades del noticiero se toman sin considerar las semejanzas con otros medios.

Lo que pasa es que nosotros en el planeamiento del trabajo, no nos sentamos a pensar qué es lo que está haciendo la competencia, porque no lo sabemos, además, pueda que a la competencia incluso ni quiera cubra la noticia, o pueda que la cubra, pero que la cubra de otra manera. Pero nosotros básicamente lo que hacemos es apegarnos a un estilo que tenemos nosotros para hacer la cobertura de noticias. (Castro, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Además, opina que los periodistas de las redacciones del noticiero tienen limitantes externas que lo restringen, comenta que los grandes enemigos de la calidad de contenido en las noticias son principalmente el poco tiempo, la espera de confirmación de las fuentes oficiales, y considera como Muñoz y Mora, que los pocos reporteros influyen en la calidad de la noticia.

Agrega que: “Los recursos son limitados, aunque creamos que este es un noticiero, en el caso de Canal Siete que se considera que es un medio con muchos recursos, los recursos siempre son limitados. No hay periodistas suficientes.” (Castro, comunicación personal, 03 de julio 2017). Y es difícil, por esta razón, tener garantía de que el noticiero siempre va a contar con noticias nuevas y originales de la agenda propia.

Aquí básicamente lo que los noticieros tienen que hacer es ver la manera de desarrollar sus propios temas, lo que pasa es que ahí está el enemigo recursos, está lo que ocurre todos los días, y está lo que yo pueda tener como tema propio. Pero qué pasa si se viene una noticia grande, donde yo tenga que asignar a todos los periodistas a la noticia, o varios. Y recursos y cámaras y todo. Entonces me cuesta garantizarme temas propios y los tiene, pero no es a veces tan fuerte y tan grande. (Castro, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Según, Gilberto Valencia, actual jefe de información de la edición estelar de Repretel Canal Seis, sí es un problema que se repitan las estructuras en la noticia nacional de la edición estelar y en general. “Esa es la lucha que uno tiene como jefatura, tratar de que el periodista trate de escribir sus informaciones no como en un machote, porque todo el mundo las hace así: en escritura, inserción, parla, inserción y ya.” (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017).

El punto anterior también lo comparte Castro en su sala de redacción de Teletica Canal Siete, cuando comenta que es difícil contar con una totalidad de noticias diferenciadas y que depende del reportero asignado crear un producto bueno, y muchas veces no se obtiene ese resultado.

Es una lucha constante en las salas de redacción y los jefes de redacción, de buscar de alguna forma la excelencia y la calidad, de mejorar siempre las noticias. A un periodista se le dice siempre: “Esto es lo que queremos, esto es cómo lo queremos”, y pueda ser que a veces, o en muchos casos, la nota no sea de plena satisfacción. O en otros casos uno dice: “! caramba! Yo no esperaba tanto”, y que dicha que la nota salió tan buena. (Castro, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Valencia también indica que se da esta manera porque la inmediatez de la naturaleza del reportaje televisivo a veces consume y es un asunto de detectarlo, y concientizar el cambio. “¿Cuál es el problema? Que la mayoría de periodistas, en el corre corre del cierre de edición, olvidamos eso y las hacemos todas iguales.” (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Por su parte Lázaro Malvarez, actual jefe de información de la edición estelar de Teletica Canal Siete, opina que el enfoque hace que las noticias sean diferentes. Y ese es el punto diferenciador más fiable de los periodistas para entregar un trabajo único. Malvarez opina que este es el caso actual del noticiero y explica a continuación:

Toma en cuenta que las noticias de agenda compartidas no se pueden excluir, pero que se diferencian por la información que brindan. “Hay una tendencia, uno que lleva tiempo en esto se percata de los gustos de las personas, yo sé que hay un mito que para alguna gente puede ser una realidad y es que se repiten muchas noticias. Si tenemos un apagonazo en Desamparados, obvio que va a ser noticia el mismo día y al día siguiente. (Malvarez, comunicación personal, 30 de junio 2017).

Hace énfasis en que sus temas pueden ser los mismos, pero el enfoque es diferente y eso hace que las noticias no se repitan, y se trate de un mito que exista repetición de las mismas informaciones en los noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. “Para la percepción del gran público, es la misma noticia, pero no estamos repitiendo.” (Malvarez, comunicación personal, 30 de junio 2017). Malvarez asegura que se trata el tema de forma diferenciada y que incluso en el noticiero estelar en caso de última hora se sacan varias informaciones.

El tema es el enfoque, por ejemplo, nosotros estuvimos ayer en el noticiero de las siete de la noche quizás unos veinte minutos una noticia, la gente puede decir “bueno es repetido”, no es repetido. Estamos dando información útil, se restableció el servicio de electricidad, informaciones de intereses, cómo se combate el incendio, información de antecedentes, qué hacer en caso de que a usted se le haya dañado un electrodoméstico. Entonces yo siento que, para el gran público, sí, es la misma información, no es la misma información. Es un tema del

cual se sacan muchas aristas. (Malvarez, comunicación personal, 30 de junio 2017).

Lo que es una realidad es que existen noticias de las ediciones estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete durante mayo de 2017 que tienen sin duda alguna más, o igual cantidad de elementos en su estructura como imágenes, fuentes, enfoque y tiempo de transmisión. Pero este fenómeno es conocido tanto por los televidentes, como por los periodistas dentro y fuera de los medios.

Es por eso que existen algunas prácticas y alternativas novedosas o simplemente detalles diferenciadores que pueden ayudar a cambiar las similitudes señaladas. Si el tema es el que se repite en las ediciones estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, su tratamiento no necesariamente tiene que ser el mismo. Y algunos de estos consejos y opciones requieren un cambio mayor del medio, pero otros requieren solo un ajuste colectivo y una iniciativa del propio periodista.

Soluciones

Quesada explica que la principal técnica diferenciadora que un periodista puede emplear para diferenciar su noticia es el enfoque. De este depende que un mismo tema, en un mismo día y a una misma hora de transmisión, sea único y personalizado. “Si vos salís con una nota con un enfoque diferente al comunicado, con entrevistados diferentes al comunicado, obviamente yo voy a llegar a escribir una historia diferente y además yo le voy a poder agregar elementos diferentes.” (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Con una selección de enfoque original, las mismas fuentes que se necesitan para una nota, serían automáticamente diferentes, como las cifras y datos que el comunicado no brinda y es una cadena de diferenciación que surge a partir de un enfoque propio del periodista.

A partir de esa definición de un enfoque diferente, con mayor profundidad, con análisis, con antecedentes, con un poquito de interpretación si se quiere, ya yo salgo a la calle a reportear mi nota con un enfoque muy diferente al que va a tener la competencia. Y por supuesto que si yo tengo enfoque diferente, pues los dos

posiblemente no vamos a entrevistar al mismo. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017)

Otra alternativa que Quesada sugiere es que los noticieros Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete practiquen una agenda de noticias diaria propia, para minimizar así la repetición de temas nacionales y evitar las similitudes de estructura comprobadas en esta investigación.

Explica que, si esto sucediera, los dos noticieros se diferenciarían todo el tiempo. “Si el jefe de información y el periodista hacen un esfuerzo por manejar temas propios; tenemos seguro que en un noticiero estelar no vas a tener una sola noticia igual a la competencia, o la competencia no va a tener una noticia igual a vos.” (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017). Pero admite que se necesita de un esfuerzo mayor y más exigencia.

Comúnmente en las redacciones hay periodistas que manejan sus temas propios, pero a la mayoría de los periodistas se les asignan los temas. Entonces a partir de esa definición de las agendas de cada noticiero, ahí es donde los jefes de información o las personas que están coordinando las reuniones tienen que hacer una selección muy minuciosa de los temas que asignan a cada periodista para poder tener una agenda que se diferencie de la competencia. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

La periodista también opina que los mismos comunicadores pueden capacitarse constantemente, tomando en cuenta que en su experiencia las empresas de medios privados no promueven las capacitaciones del personal. “Los medios de comunicación deben tener una mayor apertura para capacitar a sus periodistas... pero para un director o un jefe de información perder a un periodista toda la mañana para que vaya a un seminario, es una pérdida de tiempo, es un recurso menos y son tres notas menos para el noticiero.” (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017) Y agrega que, aun así, existen los medios tecnológicos para aprovechar nuevos conocimientos.

En la era de la tecnología y de la información en la que estamos, eso no debería de ser una limitación para el periodista. Porque entonces ahora hay mil cursos en Internet, y hay mil maestrías en Internet, y hay mil de todo en Internet. ...Entonces si a mí no me dejan ir a capacitarme...entonces métase a Internet a

ver que encuentra... hay mil cursos actualmente en Internet donde vos podés capacitarte. Y si ya es pereza, pues entonces ya no hay nada qué hacer. (Quesada, comunicación personal, 07 de julio 2017).

Por su parte Muñoz hace referencia al propio reportero, quien debe pensar en su público meta antes de definir una noticia. De esta manera puede diferenciar su contenido noticioso. “Yo creo que algo que se le olvida a uno mucho en el correr, es pensar a quién me estoy dirigiendo, quién es mi público meta, quién me ve.” (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Yo tengo que pensar a quién me estoy dirigiendo, ese motivo es muy importante porque yo ahí puedo variar, puede decir: “bueno, en la noche va a llegarme a ver gente tal vez de un perfil más profesional, tal vez voy a profundizar un poco este tema” ... Uno lo deja, en la carrera, en la búsqueda del enfoque, en la búsqueda de llegar rápido, en la búsqueda de quedarle bien al jefe, uno pierde de vista hacia quién está dirigiendo el producto final. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Muñoz enfatiza en la importancia de manejar imágenes originales que puedan llenar las expectativas de la noticia, más que solo para ilustrar. “Uno tiene que pensar en imágenes, eso también puede marcar mucho la diferencia... Se ven las imágenes de la conferencia de prensa, eso a la gente no le ilustra, no le aporta nada.” (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017). Y lo explica mejor de la siguiente manera:

Con solo que yo haga un pequeño cambio en la imagen, eso refresca. Hay que pensar que la gente ahora es muy visual, ahora en redes sociales tienen muchos datos, tienen muchos gráficos y muchos estímulos visuales. Entonces la televisión es flat, son las mismas imágenes de archivo de siempre, eso no va a generar ningún atractivo tampoco. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Y por último, Muñoz manifiesta que el uso de antecedentes en las noticias que los periodistas desarrollan, les da un factor diferenciador útil y que los obliga a utilizar otro tipo de imágenes y fuentes.

Yo voy y busco antecedentes. Cada cuanto ocurre eso, puedo buscar una estadística que le dé vuelta. Y en lugar de la nota flat que ocurrió hoy, puedo decir “esto se repite cada mes de la misma manera”. Y ahorita hay muchísimas herramientas...ahorita usted se mete a Google, y le aparecen un montón de cosas. Entonces no es tan difícil en la carrera de meterle ese elemento adicional. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

Con respecto de los periodistas nuevos que podrían estar en desventaja al ingresar a uno de estos dos noticieros y no saber diferenciar su trabajo, Muñoz aconseja que no tengan miedo de proponer temas propios en las salas de redacción, porque incluso son estos nuevos temas los que diferencian al noticiero. “Yo creo que, para ese periodista nuevo, lo más importante es que no tenga miedo de proponer.” (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017). Y asegura que la acción de defender esos temas innovadores ayuda a su profesión y al noticiero a ser más original.

A veces entran en una redacción y se sienten atemorizados por esos periodistas grandes que tal vez antes veían en tele, entonces dicen “estoy sentado aquí con fulano de tal”, eso es lo que le pasa a uno cuando entra a una redacción por primera vez. Hay que proponer temas con gente de muchísima experiencia y uno más o menos quiere morir del susto. Pero también uno tiene que tener en cuenta que usted llega fresco, que usted ve las cosas con mucho mayor diferencia, no tiene que tener temor de proponer. (Muñoz, comunicación personal, 06 de julio 2017).

De parte de Mora, una alternativa para diferenciar los temas compartidos en las ediciones estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, es el uso de la tecnología. “Yo creo que la tarea nuestra es aprovechar todos los recursos que tenemos de las nuevas tecnologías para hacer cosas buenas.” (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017). Y con esto, hace un llamado de atención a la formación del comunicador desde su educación.

Los errores no están en los medios de comunicación, sino, en las escuelas. Las escuelas dan cursos flojísimos de *Community Manager*, esa es la estupidez más grande que pueden hacer. Un periodista en este momento debería saber de diseño, para confeccionar infografías, o sea, tiene que tener el coco para confeccionar un

marco conceptual, porque eso en un blog te va a servir, pero también te va a servir en la producción audiovisual por las figuritas que pueden salir mientras vos estás hablando. (Mora, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Con respecto de la diferenciación de los noticieros, los jefes de información también dan sus puntos de vista. Valencia, por ejemplo, admite que la creatividad del periodista es una de las mejores armas de diferenciación accesibles: “Pero también tiene que ver un poco con la creatividad periodística. Si el periodista es creativo, a pesar de que esté contra el tiempo, él puede hacer la diferenciación.” (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Además, Valencia aconseja que los nuevos periodistas aprendan a concentrarse para poder comunicar su producto mejor, “Como pocos medios de comunicación, la tele es un trabajo en equipo, que vos periodista generás el tema, pero tenés que transmitirle tu idea al camarógrafo... al editor... y a tu jefe de información para que titule la nota.” (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017). Y buscar siempre un enfoque diferenciador.

Si estamos sentados en una mesa blanca, y todas las mesas son blancas, ¿que hace a esta mesa diferente de las que hay alrededor? Pensar. El tiempo que tardés en buscar la diferencia va a marcar la pauta de que tu nota sea distinta a la de los demás medios, a pesar de que todos estamos viendo las mismas mesas blancas. Es eso. (Valencia, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Alfaro por su parte considera practicar una modificación de la estructura clásica de la nota televisiva, donde entre en juego mucho el valor por la imagen, por medio de los recursos tecnológicos y del mismo contenido de la noticia. Además de que se tiene que tomar en cuenta la realidad de las redes sociales y como el público es más difícil de complacer hoy día.

Yo creo que para ser creativo en estos tiempos donde competimos con la inmediatez de las redes sociales, y donde ahora los recursos audiovisuales, fotográficos son tan sencillos de hacer gracias a la tecnología, yo creo que ahora el periodista que trabaja en medios debe de saber que la fórmula para hacer un periodista creativo es ser principalmente muy concreto en las informaciones que dé.

O sea, yo creo que la gente ya se acostumbró a leer las primeras 30, 40, 50 palabras de una noticia, poniéndole mucho. Y en este caso que se trabaja en televisión, yo pienso que el éxito para un periodista que quiera ser creativo radica en que se salga de los modelos cuadrados que normalmente vemos en televisión. Que es hablada, inserción, hablada, inserción de la nota. Yo creo que ahora está en utilizar, por ejemplo, estas herramientas tecnológicas, para crear impacto a la hora de la entrada, o sea, desde el mismo lid, con una redacción sencilla, directa, rápida, y muy, muy llamativa. Yo creo que desde ese momento el periodista puede ejercer su creatividad. (Alfaro, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Y admite que durante la rutina diaria es posible marcar la diferencia. A pesar de que el quehacer del periodista televisivo se ve comprometido con un tiempo de cierre de edición, hay espacios para mostrar la ingeniosidad. “Por ahí va un poco lo que puede hacer un periodista para ser creativo, hacer ese tipo de relaciones que le permitan dentro del tan poquito tiempo que hay, poder presentar piezas periodísticas que sean agradables, atractivas y que conquisten a la gente.” (Alfaro, comunicación personal, 28 de junio 2017).

Marín, actual periodista de Teletica Canal Siete, comparte que un reportero debería tener un sello personal en las noticias que crea, así como cualquier otro profesional debería hacerlo para cualquier oficio: “Es la imagen. Si usted es la imagen, se diferencia, hace las cosas diferentes y hace cosas innovadoras, definitivamente la gente lo va a ver.” Y estar atento a lo que podrían sacar los otros medios de un mismo tema. “Tal vez usted como periodista debería tener su estilo, su sello. Y que usted se pregunte: ¿Con que irá a salir este “x” hoy? Hacer usted la diferencia.” (Marín, comunicación personal, 27 de junio 2017)

En la edición de las siete de la noche, que es el noticiero en cuestión, Marín opina que es más probable poder entregar un producto diferenciado, puesto que el factor tiempo es más amplio. Marín explica que los temas de la noche se pueden ir creando durante la mañana y tarde y en el final del día tener alrededor de cinco horas para construir la nota.

“Una vez un profe nos explicó que algunas notas son como un pescado, el pescado tiene las espinas, pero al pescado hay que ir sacándole las espinitas... Si existe tiempo y existe todo y existe el material humano para hacerlo hay que ir

sacando las cosas que están más allá. Si existe todo eso, yo creo que se pueden ir sacando elementos curiosos, elementos llamativos.” (Marín, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Rodríguez, actual periodista de Repretel Canal Seis, explica que cuando se trata de los temas propuestos por él mismo, no hay repetición en otros medios, o al menos no el mismo día. “Cuando es agenda personal, usted ve que los temas no se repiten, agenda propia que llamamos.” (Rodríguez, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Y asegura que la edición final de la nota es importante para darle un sello personal a la noticia. “Que tan curiosa, o que tanta curiosidad tenga usted a la hora de editar, es lo que tal vez puede marcar la diferencia respecto a un mismo tema que lleve la competencia, y haga la diferencia en cuanto cómo se ve la nota.” (Rodríguez, comunicación personal, 03 de julio 2017).

Lo explica muy claro García, actual periodista de Repretel Canal Seis, cuando expone que el “miedo” es la razón que limita a los periodistas a distinguirse uno del otro en su trabajo de crear noticias distinguidas y diferentes y también defiende que su estilo diferenciador se debe a su propia decisión de ofrecer su firma personal y diferenciadora. (García, comunicación personal, 08 de julio 2017).

Confíandose, en sí mismos, estar seguros y convencidos de querer hacer el cambio. De querer hacerlo diferente y de que la convicción que los está empujando a ser diferentes es porque los va a ayudar profesionalmente y espiritualmente. A qué me refiero con esto, a que si usted quiere hacer un reportaje diferente o marcar la diferencia al resto de personas que van a ir con usted al cubrir un mismo tema, es poniéndole su sello. Tiene que estar uno muy seguro de quién es usted, de cuáles son sus ideales, de cuáles son sus valores, y transmitirlos. (García, comunicación personal, 08 de julio 2017).

Además, asegura que está en el periodista tomar las riendas de su trabajo, más que una responsabilidad colectiva. García arremete que al fin y al cabo la responsabilidad recae en el medio al permitir la libertad de exponer la visión del periodista en sus noticias, pero bajo un parámetro taxativo, y no intimidante. “Si usted lo que quiere es hacer diferencia, entonces créaselo usted, conózcase usted y póngalo en práctica. No significa que hay que llevarle la

contraria al medio, no significa llevarle la contraria al jefe, es conocerse y ver las cosas desde una perspectiva diferente.” (García, comunicación personal, 08 de julio 2017).

Peña, quien es periodista actual de Teletica Canal Siete, opina que es muy importante el uso de integración de redes sociales, y de la tecnología para poder contar una noticia diferente, aunque, sea un mismo tema que comparten con otros medios. “Yo creo que formas, hay mil. Ahora la tecnología permite muchísimas cosas.” (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Y afirma que la estructura de la noticia cambia, o se diferencia, cuando hay una historia que desarrollar y no solo un tema que cubrir.

Yo creo que tal vez, nosotros cometemos muchísimos errores, y a veces vemos que publican un video en redes, publicamos el video y *ciao*. O publicamos el video, y vamos a la policía, y la policía nos dice algo y ya. Y yo creo que lo que hace la diferencia es cómo usted arme una historia. Yo creo que ese es el pecado que se comete ahora, uno se queda con lo primero, con lo superficial, con lo que publican en redes.” (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Peña asegura que hay que ir más allá para poder diferenciar las noticias del montón, y hay que incluir los datos importantes y obligatorios de la noticia, pero de una manera que cambie la estructura típica. Y aunque se trabaje bajo la sombra de la información noticiosa obligatoria, se puede crear una historia diferenciadora y entretenida a su vez.

Más allá de la nota informativa, que no se puede perder porque usted siempre tiene que mantener esa información y tiene que incluir datos y tiene que incluir cifras y tiene que manejar esa información. Pero se puede combinar con esa historia, en el final la nota de uno es una historia y saber contarla, yo creo que es la parte más importante y es lo que atrapa y diferencia al periodista. (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017).

Explica que a veces no es solo el tema de quién llega primero, sino de quién lo hace mejor. “Muchas veces por llegar primero, y hacer primero, se olvida eso, la calidad y la forma que tenemos para diferenciarnos.” (Peña, comunicación personal, 27 de junio 2017). Y es

entonces cuestión de preguntarse qué se puede hacer diferente cuando se sabe que todos los medios tienen lo mismo, incluida la competencia directa.

Al plasmar las posibles causas de la repetición de estructura en las noticias de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, queda espacio para recomendar técnicas que cambien este fenómeno. Ningún periodista consultado dio por hecho que estas noticias hacen bien al poseer tanta semejanza, al contrario, reforzaron que su estructura actual debería cambiar. Al mismo tiempo todos demuestran saber de la práctica y repelan continuar con la práctica.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se finalizan las observaciones de las noticias de índole nacional estudiadas y comparadas, al igual que la percepción de los televidentes y las alternativas diferenciadoras que se pueden implementar. Se cumple así, con una comparativa exitosa de las noticias de temas nacionales costarricenses repetidos por Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete en el mismo noticiero de las 7:00 p.m. durante mayo del 2017.

Conclusiones

Se comprueba con este trabajo que la mayoría de noticias con temas nacionales costarricenses de las ediciones estelares de las 7:00 p.m., de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete durante mayo de 2017, se repiten. Se afirma también que la estructura de estas noticias con respecto a tiempo de transmisión, encabezados, fuentes, imágenes y enfoques son iguales o muy similares.

Se comprueba, además, que existe un faltante de diversidad de contenido y de originalidad al desarrollar las noticias nacionales repetidas en las ediciones estelares de Repretel Canal Seis como Teletica Canal Siete. Estas noticias con temas nacionales repetidos en Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, se asemejan más en fuentes y enfoques y la mayoría de las veces tienen transmisión simultánea en ambos noticieros.

Los periodistas contactados de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, tanto reporteros como jefes, afirman saber de esta similitud y repetición de estructura de las noticias con temas nacionales que transmiten los dos noticieros.

Se confirma por parte de las jefaturas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete que la similitud de las noticias con mismo tema que comparten las mismas fuentes y la misma hora de transmisión no es una estrategia de competencia. Se asegura que la similitud de estructura de sus noticias nacionales en las ediciones estelares se da por compartir los mismos temas que ambos consideran temas de la agenda noticiosa del día a día nacional costarricense.

Cuando se trata de noticias nacionales repetidas en los noticieros estelares de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, los televidentes tienen en su mayoría una baja satisfacción con estas noticias. Además, se evidenció que estos noticieros no son su principal acceso informativo,

por lo que las televisoras compiten principalmente con la inmediatez y la creatividad de las redes sociales. La percepción general de los telespectadores con respecto a los temas noticiosos nacionales que se repiten en Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete durante las ediciones estelares de mayo 2017 es mayormente negativa.

Los televidentes perciben, en su mayoría, que la repetición de temas nacionales y la estructura poca diferenciadora en estas noticias, se debe a una estrategia de competencia de ambas televisoras y que esta es la razón principal por la que los dos medios comparten muchas similitudes.

A los telespectadores les disgusta cuando las noticias tienen las mismas imágenes y la misma información en los dos noticieros estelares. Pero cuando estas noticias presentan el mismo tema con enfoques diferentes, la semejanza de estructura y repetición del mismo tema es mejor aceptada y mayor satisfacción.

También se confirma que sí existen opciones para desarrollar noticias diferenciadoras, aunque compartan el mismo tema, en el sistema actual de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete. Y se concluyen las causas por la que no se aplican actualmente:

Primero, que las empresas de Repretel y Teletica tienen políticas internas con poca contratación de personal profesional periodístico, por lo que un mayor peso de responsabilidades recae en los pocos reporteros que laboran. Se puede decir que, a menor cantidad de periodistas, mayor probabilidad de insuficiencias en calidad. Además, hace falta un control de personal en las redacciones, para una mejor planificación de enfoques en las noticias de la agenda nacional costarricense que comparten todos los medios, y mayor inclusión de temas de agenda propia de cada televisora. Por último, existe poca consistencia en capacitaciones para el personal de las redacciones y la falta de herramientas formativas que ayuden a fomentar la creatividad.

Segundo, se comprueba que los jefes de información refuerzan muy poco la práctica de la innovación y el implemento de perspectivas y enfoques diferenciadoras en las noticias nacionales. Además, se comprueba una que los periodistas no utilizan al máximo las herramientas tecnológicas para diferenciar los temas repetidos, ya sea por razones de tiempo o de gustos. Y es también evidente la falta de enfoques novedosos.

Recomendaciones

Se recomienda a los medios de comunicación, Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete, utilizar con mayor constancia de la agenda propia, es decir, que los temas sean originales de cada periodista. Al mismo tiempo, se deben asignar enfoques diferentes de las noticias de interés nacional que se comunican en todos los medios de comunicación.

Las jefaturas de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete necesitan tener mayor consistencia a la hora de motivar a sus reporteros para que ellos diferencien los temas repetidos con la competencia y se recomienda la realización de más reportajes especializados que diferencien el contenido de cada noticiero y que se evite así la simultaneidad de transmisión de noticias.

Se recomienda considerar contratar más personal, a pesar de las limitantes de recursos de cada medio, para que cada uno de los periodistas tenga más tiempo y mayor calidad en las informaciones que cubren. El periodista también debe reconocer la necesidad de reinventarse y buscar sustentar su propia formación, por medio aprendizaje propio para obtener nuevos conocimientos.

Los periodistas también deben hacer mayor uso de los recursos de postproducción útiles como pantallas atractivas, infografías, gráficos, animaciones o recreaciones que diferencien las imágenes, aun cuando estas son las mismas que las de la competencia. También que incluyan el uso constante de datos estadísticos o de antecedentes para cambiar el orden en su estructura y variar la información de temas repetidos con la competencia.

Con respecto de los nuevos periodistas, los jefes de información deben reconocer las ventajas del reportero joven y su observación particular y fresca de los temas. Los comunicadores sin experiencia deben aprovechar su instinto innovador en las salas de redacción, y ser fieles a su personalidad y estilo para aumentar los ángulos diferenciadores en las noticias y así contar con mayores probabilidades de modernizar los temas de la agenda diaria que se comparten con los otros medios de comunicación.

Es recomendado también un cambio en el plan de estudio universitario, donde las clases de televisión deben ser más y mejor enfocadas en la importancia de la originalidad y la

creatividad que se diferencie de la realidad actual. El estudiante periodista tiene mayor oportunidad de empezar a trabajar con una visión original de los temas nacionales y debe reforzarse académicamente que la habilidad de crear enfoques diferentes es importante para trabajar en la televisión nacional costarricense.

Según los datos de esta investigación, de una u otra manera el cambio en cualquiera de estos aspectos puede ser positivo para mejorar las informaciones repetidas de los noticieros estelares de las 7:00 p.m. en Costa Rica. Tanto Repretel Canal Seis como Teletica Canal Siete tienen espacio para mejorar sus noticias.

Igualmente, Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete tienen la responsabilidad social de dar el mejor producto audiovisual informativo a sus televidentes y se les recomienda tomar en cuenta la insatisfacción de sus audiencias con las noticias repetidas. Si lo que explican es cierto y la similitud de contenido no es una estrategia de mercadeo, la diferenciación de estructura beneficia el contenido periodístico, mejora la formación del profesional y mantiene mayor satisfechos a sus telespectadores.

Referencias

- Academia Mexicana de la Lengua. (2017) **Periodismo**. Recuperado de <http://www.academia.org.mx/periodismo>
- Ackerman, S. y Com, S. (2013). Metodología de la Investigación [Online]. Recuperado el 06 de marzo de 2017 de: <http://site.ebrary.com>
- Arceo, A. (2012). El portavoz en la comunicación de las organizaciones. fundamentos teorico-practicos[Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <https://books.google.com.br/books?id=Ep9P51NOOTAC&printsec=frontcover&dq=El+portavoz+en+la+comunicaci%C3%B3n+de+las+organizaciones.+fundamentos+%09teorico-practicos.&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjza2azOrSAhXlsVQKHc3tBFYQ6AEIHzAA#v=onepage&q=El%20portavoz%20en%20la%20comunicaci%C3%B3n%20de%20las%20organizaciones.%20fundamentos%20%09teorico-practicos.&f=false>
- Baena, G. (2014). Bachillerato General, Metodología de la investigación [Online]. Recuperado el 04 de marzo de 2017 de: <http://www.ebooks7-24.com>
- Baquerin, M. y Scaricabarozzi, R. (2013). Una aproximación al concepto de la percepción de riesgo. La participación de los medios de comunicación [PDF]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: www.uca.edu.ar/uca/common/grupo82/files/ECOS_06_13.pdf
- Barquero, K. (2009). La cobertura de noticias de cultura en la televisión costarricense caso de Telenoticias y Noticias Repretel (Tesis Bachillerato).Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Batthyány, K. y Cabrera, M. (2011). Metodología de la investigación en Ciencias Sociales

Apuntes para un curso inicial[PDF]. Recuperado el 07 de marzo de 2017 de:
http://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2016/12/01_FCS_Batthianny_2011-07-27-lowres.pdf

Bourdieu, P. (1996). Sobre la televisión, Barcelona España, Anagrama[Online].

Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <https://www.scribd.com/>

Brito, G. (2010). Influencia que ejercen los noticieros de televisión en los telespectadores

[PDF]. Recuperado el 01 de junio de 2017 de:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4055/1/UPS-CT001936.pdf>

Camacho, I. (2010). La especialización en el periodismo: Formarse para informar [Online].

Recuperado el 09 de julio de 2017 de:
https://books.google.co.cr/books?id=9Th_VKzKJs4C&printsec=frontcover&dq=periodismo&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=fuentes&f=false

Carrillo, N. (2013). El Periodismo Volátil, ¿Cómo atrapar la información política que se

nos escapa? [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de:
<https://play.google.com/books/reader?id=oKrBAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PT2>

Comparato, D. (2014). De la Creación al Guión: Arte y Técnica de Escribir para Cine y

Televisión [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de:
<https://play.google.com/books/reader?id=A5NIBQAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PT6.w.7.4.2>

Cook, T. y Reichardt, Ch. (1996). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. [Online]. Recuperado el 21 de mayo del 2017 de:

https://books.google.co.cr/books?id=E-vqzcBuCi0C&pg=PA84&dq=metodo+narrativo+es&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=snippet&q=m%C3%A9todo%20narrativo%20

Cortés, M. e Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación [PDF]. Recuperado el 04 de marzo del 2017 de: http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf

Cruz, J. (2012). ¿Periodismo?: Vale la pena vivir para este oficio [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <https://play.google.com/books/reader?id=ozrCe3zsmhcC&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PP1>

Cruz, J. (2009). “El periodismo es un oficio cruel”. El País. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: http://elpais.com/diario/2009/02/15/domingo/1234673555_850215.html

Del Río, D. (2013). Diccionario-glosario de metodología de la investigación social [Online]. Recuperado el 06 de marzo del 2017 de: <https://books.google.com.br/books?id=XtlEAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Diccionario-glosario+de+metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+social.&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjx0Obxu-zSAhWif5AKHWkUBGYQ6AEIHzAA#v=onepage&q=Diccionario-glosario%20de%20metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20social.&f=false>

Díaz, Á. y Luna, A. (2015). Metodología de la investigación educativa: Aproximaciones para comprender sus estrategias [PDF]. Recuperado el 06 de marzo de 2017 de: http://zanadoria.com/syllabi/m1019/mat_cast-nodef/PID_00148556-1.pdf

Farhi, P. (2012). “A local TV trend: And now, the identical news”. The Washington Post. Recuperado de: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/a-local-tv-trend-and-now-the-identical-news/2012/11/27/9369a308-38bd-11e2-8a97-363b0f9a0ab3_story.html?utm_term=.9609d41231e5

Ferreya, A. y De Longhi, A. (2014). Metodología de la investigación II[Online]. Recuperado el 10 de marzo del 2017 de: <http://site.ebrary.com>

Figaro, R. Nonato, C. y Grohmann, R. (2016). Los cambios en el mundo del trabajo del periodista [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <https://play.google.com/books/reader?id=7XreDQAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PT8.w.2.1.156>

Fuenzalida, V. (2000). La Televisión Pública en América Latina [PDF]. Recuperado el 29 de enero de 2017de: <http://dialogosfelafacs.net/wpcontent/uploads/2015/74/74-revista-dialogos-situacion-de-la-television-Publica.pdf>

Gallud, E. (2015). Manual práctico para escribir una tesis [Online]. Recuperado el 07 de marzo de 2017 de: https://books.google.co.cr/books?id=OSQHCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gallud+enrique&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiWm_Xe0tvSAhVGrlQKHZhwB7UQ6AEIGjAA#v=onepage&q=gallud%20enrique&f=false

Gimeno Peralta, M. (2016). El lenguaje de las noticias de televisión [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <https://books.google.com.br/books?id=itqrIOY1DAsC&printsec=frontcover&dq=El+lenguaje+de+las+noticias+de+televisi%C3%B3n&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwi2udaE0erSAhVCDZAKHUmJApQQ6AEIjAA#v=onepage&q=El%20lenguaje%20de%20las%20noticias%20de%20televisi%C3%B3n&f=false>

Grijelmo, A. (2014). El Estilo Del Periodista [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <https://play.google.com/books/reader?id=J6PtAgAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PT7.w.0.0.76>

- Gómez, J, Hernández J. Gutiérrez, L. Arango, G. y Franco, A. (2010). Los noticieros de la televisión colombiana “en observación”: Una mirada desde la academia a la estructura cobertura y contenidos de los tele informativos de la televisión abierta en Colombia[PDF]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v13n2/v13n2a02.pdf>
- González, M. (2016). Hacia la comprensión del engagement de las audiencias de televisión, modelo conceptual multidimensional desde la comunicación [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de:
<http://web.a.ebscohost.com/Legacy/Views/static/html/Error.htm?aspxerrorpath=/ehost/pdfviewer/pdfviewer>
- Gómez, M. (2006). Introducción a La metodología de la investigación científica [PDF]. Recuperado el 04 de marzo del 2017 de:
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/eureka/pudgvirtual/introduccion%20a%20la%20metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf>
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación[PDF]. Recuperado el 04 de marzo del 2017 de:
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/eureka/pudgvirtual/introduccion%20a%20la%20metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf>
- Gutiérrez, M. (2006). Análisis de contenido de las noticias de los periódicos de la prensa y la nación sobre el conflicto por el río San Juan en el año 2005 (Tesis Bachillerato). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Hernández, J. (2016). “Tendencias del Periodismo en el 2016”. Contact Magazine. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de:
<http://www.contactomagazine.com/cafeimpreso/tendencias-del-periodismo-en-2016.htm#.WNLOUaJMHIU>

Hernández, L. Márquez, L. y Ponce, J. (2009). Estudio sobre la calidad de los noticieros de televisión local en Nuevo León—México— el caso de Multimedios Televisión, Televisión Azteca Noreste y Televisa Monterrey[PDF]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <http://www.ur.mx/investigacion/monografia01.pdf>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Cuarta edición [PDF]. Recuperado el 04 de marzo del 2017 de: https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición [PDF]. Recuperado el 03 de agosto del 2017 de: <http://www.mediafire.com/file/7n8p2lj3ucs2r3r/Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+-+sampieri+-+6ta+EDICION.pdf>

Instituto Cervantes. (2012). Saber Narrar [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: https://play.google.com/books/reader?id=jm_hrsguYEUC&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PT5.w.0.0.115

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). Los Elementos del Periodismo [PDF]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <http://septien.mx/wp-content/uploads/2016/02/Los-elementos-del-periodismo.-Bill-Kovach.pdf>

Marín, C. (2017). El informativo de Televisión: Producción, guión y edición audiovisuales [Onlines]. Recuperado el 06 de junio de 2017 de: <https://play.google.com/books/reader?id=ilO6DgAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=en&pg=GBS.PT5>

Martínez, J. (2006). Teorías de Comunicación [PDF]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <http://files.pedagogia-latinoamericana13.webnode.mx/200000105-d338cd431e/Teor%C3%ADas%20de%20Comunicaci%C3%B3n.pdf>

- McCombs, M. (2004). Estableciendo la agenda El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento[PDF]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <http://www.teaydeportea.edu.ar/wp-content/uploads/2016/03/Estableciendo-la-agenda-McCombs.pdf>
- Miceviciute, J. (2013). Frame periodístico: un concepto puente entre la Psicología, la Sociología y la Lingüística [PDF]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer35-04-miceviciute.pdf>
- Mingorance, J. (2015). Análisis y tratamiento de las audiencias televisivas y su realidad en ‘andalucíadirecto’ de canal sur tv[PDF]. Recuperado el 1 de junio del 2017 de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/39742/AN%C3%81LISIS%20Y%20TRATAMIENTO%20DE%20LAS%20AUDIENCIAS%20TELEVISIVAS%20Y%20SU%20RE.pdf?sequence=1>
- Molina, C. (2012). Importancia de la Preproducción de un Programa Televisivo de Noticias. El Caso de Hechos Guatemala[PDF]. Recuperado el 1 de junio del 2017 de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1042.pdf
- Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa Guía didáctica [PDF]. Recuperado el 04 de marzo del 2017 de: <https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>
- Morales, L. (2012). Estructura y sentido de la noticia televisiva: Parámetros para la construcción y el análisis del mensaje en el entorno audiovisual [PDF]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41047/39294>
- Morán, G. y Alvarado, D. (2010). Métodos de investigación métodos de investigación [PDF]. Recuperado el 06 de marzo del 2017 de:

<https://mitrabajodegrado.files.wordpress.com/2014/11/moran-y-alvarado-metodos-de-investigacion-1ra.pdf>

Moriña, A. (2017). Investigar con historias de vida [Online]. Recuperado el 21 de mayo del 2017 de:

https://books.google.co.cr/books?id=sw_FDQAAQBAJ&pg=PA19&dq=metodo+narrativo+es&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=metodo%20narrativo%20es&f=false

Osorio, F. (2014). Epistemología y ciencias sociales: Ensayos latinoamericanos [Online]. Recuperado el 06 de marzo del 2017 de: https://www.researchgate.net/publication/261025688_Epistemologia_y_ciencias_sociales_ensayos_latinoamericanos

Peralta, M. (2012). Teleinformativos: la noticia digital en televisión [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de:

<https://books.google.com.br/books?id=mSKF8H11mV0C&printsec=frontcover&dq=Teleinformativos:+la+noticia+digital+en+televisi%C3%B3n+miquel+peralta&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiL-qDP3urSAhVEiZAKHfhHCg4Q6AEITAA>

Poveda, M. (2016). “Periodismo Televisivo”. Un manual escrito por el profesor Miguel Ángel Poveda [PDF]. Recuperado el 06 de junio del 2017 de: http://www.udima.es/sites/udima.es/files/%C3%ADndice_periodismo_televisivo_0.pdf

Real Academia Española. (2017). Definición de Periodismo. Recuperado el 31 de mayo del 2017 de: <http://dle.rae.es/?id=SdXSbMM>

Resano, H. (2016). La trastienda de un informativo: Descubre cómo se decide y prepara lo que nos van a contar [Online]. Recuperado el 7 de junio del 2017 de: <https://play.google.com/books/reader?id=PzH4CwAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=en&pg=GBS.PT4.w.0.0.373>

Rincón, O. y Estrella, M. (2001). Televisión: Pantalla e identidad [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: [https://books.google.com.br/books?id=vQX3zLMi9QoC&pg=PA12&dq=\)+Televisi%C3%B3n:+Pantalla+e+identidad&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiX5cOE3-rSAhVFWpAKHYiUA7UQ6AEIHzAA#v=onepage&q=\)%20Televisi%C3%B3n%3A%20Pantalla%20e%20identidad&f=false](https://books.google.com.br/books?id=vQX3zLMi9QoC&pg=PA12&dq=)+Televisi%C3%B3n:+Pantalla+e+identidad&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiX5cOE3-rSAhVFWpAKHYiUA7UQ6AEIHzAA#v=onepage&q=)%20Televisi%C3%B3n%3A%20Pantalla%20e%20identidad&f=false)

Rodríguez, D. y Valldeoriola, J. (2009). Metodología de la investigación. [PDF]. Recuperado de: <http://sociologoscentral.blogspot.com/2012/09/metodologia-de-la-investigacion-david.html>

Rodríguez, S. y León, D. (1998). “La feria de la noticia”. El Tiempo. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-796796>

Roseli, F. y Nonato, C. (2016). Los cambios en el mundo del trabajo del periodista [Online]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <https://play.google.com/books/reader?id=7XreDQAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=es&pg=GBS.PT19.w.3.0.16>

Ruiz, F. (2014). Cómo entender al periodismo [PDF]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: http://www.kas.de/wf/doc/kas_39776-1522-1-30.pdf?141129185720

Sabés F. (2008). La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo [Online]. Recuperado el 11 de julio de 2017 de: <https://books.google.co.cr/books?id=JKJCo-uHU88C&printsec=frontcover&dq=periodismo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi2mvLp0oHVAhWGoD4KHdiICh44HhDoAQhVMAC#v=onepage&q=encabezado&f=false>

Sádaba, T. (2008). Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo- Medios [Online]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <https://www.scribd.com>

Salinas, P. (2012). Metodología de la investigación científica [PDF]. Recuperado el 04 de marzo del 2017 de: https://botica.com.ve/PDF/metodologia_investigacion.pdf

Sandoval, L. (2013). Medios, masas y audiencias, Lecturas sobre teoría social de la comunicación [PDF]. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <http://mma.tecnologiaycultura.com.ar/wp-content/uploads/2014/01/Sandoval-Medios-masas-audienciasfinal.pdf>

Stelter, B. (2012) “You can Change the Channel, but Local News Is the Same”. The New York Times. Recuperado el 4 de febrero del 2017 de: <http://www.nytimes.com/2012/05/29/business/media/local-tv-stations-cut-costs-by-sharing-news-operations.html>

Taylor, F. (2004). Incorporación de la tecnología en la producción de telenoticieros: el caso de Telenoticias (Tesis Bachillerato). Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

Villalobos, E. (1997). El derecho a la información[Online]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <https://books.google.co.uk/books?id=Q4Xax18gxEC&pg=PA242&lpg=PA242&dq=analisis+noticias+periodismo+costa+rica&source=bl&ots=3ROyIVuC-R&sig=9qU4BLkcNHPytGbDE5avdjf-Mb8&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju-ZzF-PvRAhVGI5AKHqQBk4ChDoAQg8MAU#v=snippet&q=noticias&f=false>

Wolton, D. (2000). Internet, ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación [PDF]. Recuperado el 29 de enero de 2017 de: <https://tpcomunicaciontresunlz.files.wordpress.com/2011/11/wolton-dominique-internet-y-despues.pdf>

APÉNDICES

Apéndice A - Tabla 12 - Estructura de la noticia

Noticia	REPRETEL Noticia 1	TELETICA Noticia 2
Hora	19:16	19:14
Tema	Robo Turrialba	
Encabezado	“Pecho en tierra y con una bolsa plástica en la cabeza, un hombre ingresó a un local comercial en Turrialba, aprovechó la oscuridad para llevarse dinero en efectivo y también artículos de valor.”	“El OIJ de Turrialba busca a un hombre que ingresó a robar a un local comercial, el responsable cubrió su rostro con una bolsa plástica.”
Tiempo	1´17´´	1´15´´
Fuentes	0	0
Imágenes	Video cámara de seguridad	Video cámara de seguridad
¿En qué son diferentes?	Música de fondo.	
¿En qué son iguales?	Solo muestra Video original del hecho, sin ninguna diferencia visual. Ninguno muestra algo más. Comparten misma hora de transmisión.	
Hora	19:35	19:18
Noticia	REPRETEL Noticia 3	TELETICA Noticia 4
Tema	Misa día del trabajo	
Encabezado	“La iglesia aprovechó la ceremonia para desarrollar temas como el sistema de pensiones de la Caja, incluso no descarta participar en la mesa de diálogo si así la invitan.”	“El Arzobispo de SJ pide buscar a los responsables de la crisis en el sistema de pensiones y una mayor participación de la Iglesia en ese tema.”
Tiempo	2'	1'28"
Fuentes	3	2
¿En qué son diferentes?	Pase en vivo desde asamblea en Repretel. Repretel tiene una fuente más. Orden de los temas de enfoque: Ausencia del presidente y papel de la iglesia en tema de sistema de pensiones.	
¿En qué son iguales?	Repiten dos fuentes. Mismos 2 temas de enfoque. Mismas tomas de apoyo.	
Noticia	REPRETEL Noticia 5	TELETICA Noticia 6
Hora	19:20	19:17
Tema	Directorio Asamblea	
Encabezado	“Dos evangélicos, dos liberacionistas, una independiente y una libertaria manejarán la Asamblea Legislativa este último año. Los diputados juramentaron al nuevo directorio.”	“Finalmente el nuevo directorio legislativo fue elegido, fue completado hoy. Tras el impaz de ayer la libertaria Natalia Díaz resultó electa vicepresidenta.”
Tiempo	1´28´´	3´05´´
Fuentes	1	4

¿En qué son iguales?	Mayoría de tomas iguales. Mismos enfoques del tema. Comparten misma hora de transmisión.	
¿En qué son diferentes?	Una utiliza sonido ambiente de la toma en juramentación. Diferente orden de temas de enfoque: primero desmayo del diputado y después directorio nuevo. Mayoría de fuentes distintas. Una utiliza edición de cámara rápida.	
Noticia	REPRETEL noticia 7	TELETICA noticia 8
Hora	19:09	19:08
Tema	Tránsito Atropello	
Encabezado	“¿Recuerdan a la conductora que se llevó en la tapa de su carro a un oficial de tránsito? ¿Qué pasó con ella? ¿En qué condición quedó? ¿Es cierto que se expone a pagar cincuenta millones? Se lo contamos.”	“El tráfico atropellado por una conductora en Heredia, pidió que no lo mandaran más a regu el tránsito en el sitio del accidente. La Fiscalía acusó a la sospechosa del atropello.”
Tiempo	1´40´´	2´2´´
Fuentes	1	2
¿En qué son diferentes?	Utilizan una toma apoyo distinta en, los documentos. Vestimenta del oficial. El enfoque del tema es distinto.	
¿En qué son iguales?	Repiten 1 fuente. Mismas imágenes en su mayoría. Comparten misma hora de transmisión.	
Noticia	REPRETEL noticia 9	TELETICA noticia 10
Hora	19:01	19:01
Tema	Avalancha	
Encabezado	“En Oreamuno de Cartago una pequeña represa cedió y provocó una avalancha que dañó siembras y también un vehículo.”	“Un video muestra la fuerza con que una cabeza de agua destruyó sembradíos de cebolla en seis parcelas en Oreamuno de Cartago. Un reservorio de agua construido sin permisos colapsó y provocó la emergencia que incluso destruyó un vehículo.”
Tiempo	2´00´´	2´45´´
Fuentes	3	3
¿En qué son diferentes?	Una tiene la contraparte, el dueño de la represa. Las tomas son aéreas y caseras.	
¿En qué son iguales?	Comparten dos fuentes. Tienen el mismo enfoque. Ambas abrieron los noticieros. Mayoría de imágenes iguales.	
Noticia	REPRETEL noticia 11	TELETICA noticia 12
Hora	19:01	19:01
Tema	Allanamiento	
Encabezado	“Nos encontramos en el sector de Guachipelin de Escazú, específicamente más bien en Bebedero, donde esta tarde el OIJ ha allanado la vivienda de la persona asesinada el día de ayer en el sector de Guachipelin.”	“Vamos a ver de inmediato imágenes captadas a eso de las cuatro de esta tarde, cuando agentes del servicio táctico del OIJ hacían el ingreso a esta lujosa propiedad...”

Tiempo	4´	7´
Fuentes	1	1
¿En qué son diferentes?		
¿En qué son iguales?	Ambos son pases en vivo al inicio de la edición. Comparten la misma imagen del hecho. Comparten misma fuente.	
Noticia	REPRETEL noticia 13	TELETICA Noticia 14
Hora	19:17	19:17
Tema	Lluvias	
Encabezado	“Las lluvias provocaron colapsos en varios puntos de la capital. La cantidad de agua que está cayendo es el doble de lo que normalmente se registra al inicio del invierno.”	“Las lluvias han sido fuertes en el centro de la capital en los últimos días, incluso ya se acercan al promedio histórico del mes de mayo.”
Tiempo	1´10´´	1´40´´
Fuentes	2	1
¿En qué son diferentes?	Diferente enfoque del tema: colapsan las alcantarillas en San José y la otra es la cantidad de lluvia que cayó en la capital. Imágenes alcantarillas y de personas.	
¿En qué son iguales?	Comparten misma hora de transmisión. Mayoría de imágenes son de lluvia en calles. Comparten una fuente.	
Noticia	REPRETEL noticia 15	TELETICA Noticia 16
Hora	19:22	19:22
Tema	Internet	
Encabezado	“Todos los cantones tendrían Internet gratuito, eso pretende la SUTEL con el proyecto espacio públicos conectados.”	“Ciudadanos de todo el país podremos navegar gratis por Internet en parques, vagones de tren y universidades estatales. A continuación, le presentamos el proyecto anunciado por Fonatel.”
Tiempo	41´	2´10´´
Fuentes	1	1
Tomas de apoyo diferentes		
¿En qué son diferentes?	Una es nota en Off, y la otra es nota completa. Una tiene sondeo.	
¿En qué son iguales?	Mayoría de tomas iguales con personas en parques con celular, sentados en bancas, caminando y detalles del celular. Misma hora de trasmisión. Misma fuente.	
Noticia	REPRETEL noticia 17	TELETICA noticia 18
Hora	19:17	19:15
Tema	Bombero	
Encabezado	“Los bomberos que cayeron 25 metros en su camión en Acosta se recuperan en el Hospital del trauma. Esa institución informó	“Uno de los bomberos que cayó a un guindo con un camión de emergencia afirma que el instinto de sobrevivencia

	que un accidente como esos ocurre cada 10 años.”	lo aferró a la vida.”
Tiempo	2'40''	2'33''
Fuentes	2	1
¿En qué son diferentes?	Una tiene 1 fuente más. Utiliza animación del accidente. Utiliza una pantalla. Enfoque del tema.	
¿En qué son iguales?	Comparten parcialmente la misma hora de entrega. La misma fuente con el testimonio de la víctima.	
Noticia	REPRETEL noticia 19	TELETICA noticia 20
Hora	19:01	19:18
Tema	puente	
Encabezado	Pase en vivo: “El puente Alfredo González Flores, quedó demarcado, iluminado y con seis carriles. Es definitivamente un alivio, para más de seis mil conductores que todos los días utilizan esta importante vía.”	“Tras años de presas, angustias y otras obras que no duraron, este miércoles se inauguró el nuevo puente Alfredo González Flores.”
Tiempo	2'18''	2'36''
Fuentes	2	3
¿En qué son diferentes?	Una es en pase en vivo. Tiempo de transmisión es distinto. Una tiene pase en vivo, y la otra es de estudio.	
¿En qué son iguales?	Ambas inician con la misma inserción de la llamada del Presidente. Comparten una fuente. Comparten mayoría de imágenes.	
Noticia	REPRETEL noticia 21	TELETICA noticia 22
Hora	19:06	19:07
Tema	Oficial	
Encabezado	OFF: “La Dirección de la Fuerza Pública investiga que ocurrió en la frontera con Panamá este lunes...”	“Un policía panameño fue detenido en territorio costarricense portando su arma de fuego lo cual es prohibido. Pero luego de varios minutos de enfrentamiento lo dejaron ir. Algunos testigos captaron el video de esta inusual detención.”
Tiempo	1'22''	3'07''
Fuentes	OFF	1
¿En qué son diferentes?	Una es nota completa y la otra un off sin inserción. Solo una ofrece fuente. Una tiene documento de Panamá y fotografías, no solo video.	
¿En qué son iguales?	Comparten mismo tiempo de transmisión. Tienen el mismo video como imagen principal. La información es igual al inicio.	
Noticia	REPRETEL noticia 23	TELETICA noticia 24
Hora	19:37	19:20
Tema	Reforma	
Encabezado	“El gobierno inauguró nuevas y modernas instalaciones para los privados de libertad en	“La nueva unidad de atención integral en la Reforma tiene una capacidad para

	la Reforma, algunos de ellos califican este espacio de residencial, en el cual hay 407 nuevos espacios.”	704 privados de libertad.”
Tiempo	2''28''	2'11
Fuentes	3	6
¿En qué son diferentes?	Una es musicalizada y con texto. Una presenta más fuentes, cinco presos y la otra solo dos.	
¿En qué son iguales?	Las tomas son mayormente similares. Comparten la misma fuente oficial.	

Nota: Elaboración propia.

Apéndice B – Tabla 13 – Extensión de Noticias

Noticia	Repretel	Comparación	Noticia	Teletica
Noticia 1	1, 17 minutos	vs	Noticia 2	1, 15 minutos
Noticia 3	2 minutos	vs	Noticia 4	1,28 minutos
Noticia 5	1,28 minutos	vs	Noticia 6	3 minutos
Noticia 7	1,40 minutos	vs	Noticia 8	2 minutos
Noticia 9	2 minutos	vs	Noticia 10	2,45 minutos
Noticia 11	4 minutos	vs	Noticia 12	7 minutos
Noticia 13	1,10 minutos	vs	Noticia 14	1,40 minutos
Noticia 15	41 minutos	vs	Noticia 16	2,10 minutos
Noticia 17	2,40 minutos	vs	Noticia 18	2,33 minutos
Noticia 19	2,18 minutos	vs	Noticia 20	2, 36 minutos
Noticia 21	1,22 minutos	vs	Noticia 22	3, 07 minutos
Noticia 23	2,28 minutos	vs	Noticia 24	2,11 minutos

Nota: Elaboración propia.

Apéndice C- Tabla 14 - Encabezados

Igual información de encabezado	Diferente información de encabezado
Noticia 1 y Noticia 2	Noticia 5 y Noticia 6
Noticia 3 y Noticia 4	Noticia 7 y Noticia 8
Noticia 11 y Noticia 12	Noticia 9 y Noticia 10
Noticia 15 y Noticia 16	Noticia 13 y Noticia 14
Noticia 21 y Noticia 22	Noticia 17 y Noticia 18
Noticia 23 y Noticia 24	Noticia 19 y Noticia 20

Nota: Elaboración propia.

Apéndice D - Tabla 15 - Fuentes

Noticias	Fuentes iguales	Fuentes diferentes
Noticia 1 y Noticia 2	Sin Fuente	Sin Fuente
Noticia 3 y Noticia 4	2	1
Noticia 5 y Noticia 6	1	4
Noticia 7 y Noticia 8	1	1
Noticia 9 y Noticia 10	2	1
Noticia 11 y Noticia 12	1	0
Noticia 13 y Noticia 14	1	1
Noticia 15 y Noticia 16	1	0
Noticia 17 y Noticia 18	1	1
Noticia 19 y Noticia 20	1	2
Noticia 21 y Noticia 22	0	1
Noticia 23 y Noticia 24	1	7

Nota: Elaboración propia.

Apéndice E- Tabla 16 - Enfoques

Mismo enfoque	Diferente enfoque
Noticia 1 y 2	Noticia 7 y 8
Noticia 3 y 4	Noticia 13 y 14
Noticia 5 y 6	Noticia 17 y 18
Noticia 9 y 10	Noticia 19 y 20
Noticia 11 y 12	
Noticia 15 y 16	
Noticia 21 y 22	
Noticia 23 y 24	

Nota: Elaboración propia.

Apéndice F - Tabla 17 – Formulario Grupo Focal I

Grupo Focal 1	
Fecha	24 junio 2017
Moderador	Anniel Quesada
Lugar	Paseo Colón
Tiempo	34 minutos
Preguntas de Inicio	
De los noticieros de las 7:00 p.m. de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete Teletica Canal Siete de Teletica Canal Siete, cuál prefieren sintonizar y por qué.	
Les voy a mostrar tres noticias de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete Teletica Canal Siete Teletica Teletica Canal Siete del mes pasado de mayo.	
Noticia "Robo".	
Después de ver estas noticias, ¿Cuál es su primera impresión?	
Noticia "Avalancha".	
¿cuáles similitudes y diferencias observaron entre ambas noticias?	
Noticia "Bombero".	
¿Qué opinan del contenido de noticias que les da Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete en el mismo noticiero, el mismo día?	

Participantes	Nombre	Edad	Sexo	Residencia
1	Vivian Valverde	31	F	San Pedro
2	Diana Santamaría	25	F	San José
3	Marcela Arias	27	F	Santa Ana
4	Luis Rodríguez	20	M	San José
5	Martin Adebisi	47	M	Santa Ana
6	Nicolás Andrés	31	M	Curridabat
7	Gabriela Jodie	28	F	Sabana
8	Marianela Arias	31	F	Santa Ana

Nota: Elaboración propia.

Apéndice G - Tabla 18 – Formulario Grupo Focal II

Grupo Focal 2				
Fecha	28 de junio 2017			
Moderador	Anniel Quesada			
Lugar	Paseo Colón			
Tiempo	27 minutos			
De los noticieros de las 7:00 p.m. de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete Teletica Canal Siete de Teletica Canal Siete, cuál prefieren sintonizar y por qué.				
Les voy a mostrar tres noticias de Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete Teletica Canal Siete Teletica Teletica Canal Siete del mes pasado de mayo.				
Noticia “Robo”.				
Después de ver estas noticias, ¿Cuál es su primera impresión?				
Noticia “Avalancha”.				
¿cuáles similitudes y diferencias observaron entre ambas noticias?				
Noticia “Bombero”.				
¿Qué opinan del contenido de noticias que les da Repretel Canal Seis y Teletica Canal Siete en el mismo noticiero, el mismo día?				
Participantes	Nombre	Edad	Sexo	Residencia
9	Karla Alvarado	30	F	San Pedro
10	Isaac Solís	34	M	Curridabat
11	Ana López	40	F	Coronado
12	Marco Coll	55	M	San José
13	Javier Fernández	35	M	San José
14	Roxana Mendoza	33	F	San José
15	Aaron Richard	45	M	San José
16	Allan Vado	30	M	San José

Nota: Elaboración propia.

Apéndice H - Tabla 19 – Formulario de Escala de Actitud

1- Las noticias que veo en estos dos noticieros son las mismas la mayoría del tiempo.				
Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	Endesacuerdo
2- Opino que estos dos noticieros comparten muchas veces los mismos entrevistados.				
Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	Endesacuerdo
3- Opino que estos dos noticieros presentan muchas veces las mismas imágenes.				
Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	Endesacuerdo
4- Los periodistas de estos dos noticieros deberían ser más originales con sus noticias.				
Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	Endesacuerdo
5- Si estos dos noticieros presentarán las mismas noticias de forma diferenciada, yo los sintonizaría más a menudo.				
Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	Endesacuerdo
6-Creo que los televidentes de estos noticieros merecen mayor variedad de contenido.				
Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	Endesacuerdo

Nota: Elaboración propia.

Apéndice I - Tabla 20 - Valores de escala de actitud

	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni en Acuerdo o Desacuerdo	Poco de Acuerdo	En desacuerdo	Total
	1	2	3	4	5	
	Valor Máximo: 6	Valor Máximo: 12	Valor Máximo: 18	Valor Máximo: 24	Valor Máximo: 30	
Individuo 1	3	4	3			10
Individuo 2	2	8				9
Individuo 3	2	6	3			10
Individuo 4	1	2	9			12
Individuo 5	3	6				7
Individuo 6	2	4	6			12
Individuo 7	3	2		8		13
Individuo 8	4	2	3			9
Individuo 9	2	6	12			20
Individuo 10		8	6			14
Individuo 11		8	3	4		15
Individuo 12			6	12	5	23
Individuo 13	3	2	3	4		12
Individuo 14		2	12		5	19
Individuo 15	1		6	12		19
Individuo 16	2	2	9			13

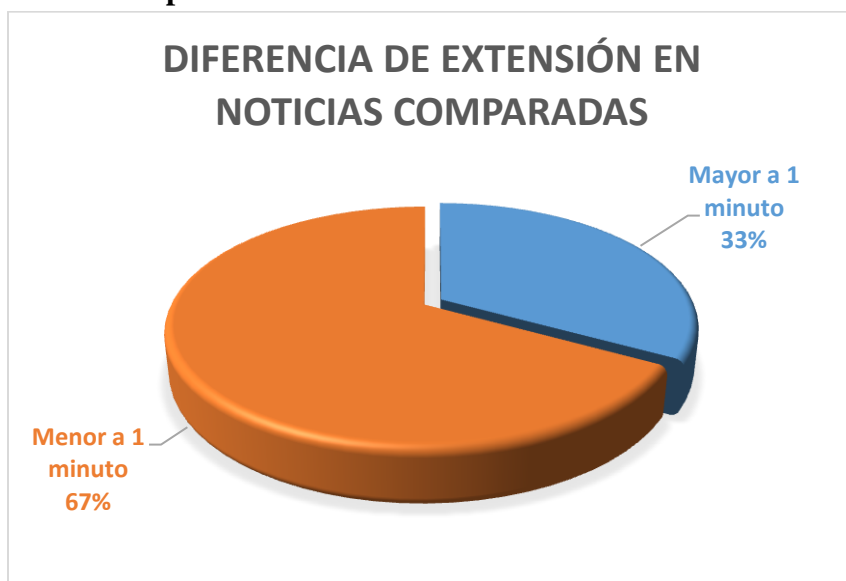
Nota: Elaboración propia.

Apéndice J - Gráfico 1 - Extensión de la noticia



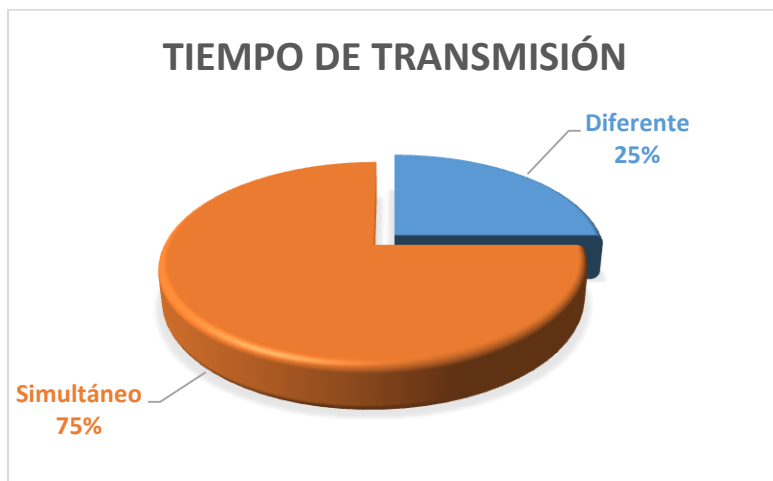
Nota: Elaboración propia.

Apéndice K- Gráfico 2 - Tiempo de extensión de la noticia



Nota: Elaboración propia.

Apéndice L - Gráfico 3 – Transmisión de la noticia



Nota: Elaboración propia.

Apéndice M - Gráfico 4 - Encabezados



Nota: Elaboración propia.

Apéndice N - Gráfico 5 - Fuentes



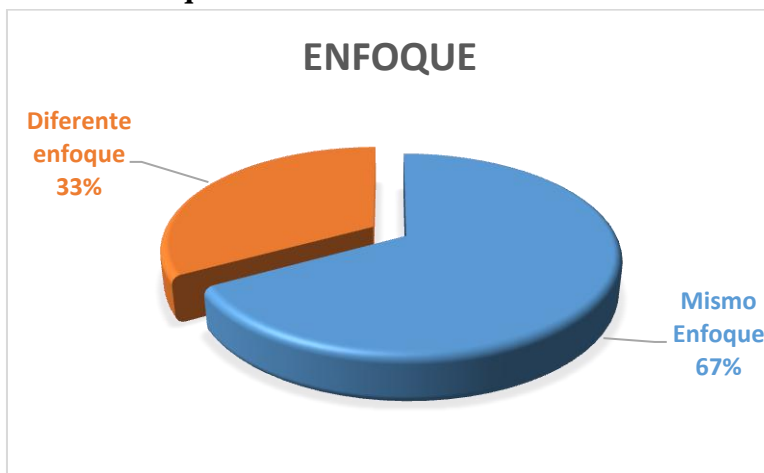
Nota: Elaboración propia.

Apéndice Ñ - Gráfico 6 - Imágenes



Nota: Elaboración propia.

Apéndice O - Gráfico 7 - Enfoque



Nota: Elaboración propia.

Apéndice P - Imagen 1 - Grupo Focal 1



Apéndice Q - Imagen 2 - Grupo Focal 2



Apéndice R - Imagen 3



Apéndice S - Imagen 4



Apéndice T - Formulario de Entrevistas

Periodistas:

¿Los temas nacionales del día a día en la edición estelar Telenoticias y de Noticias Repretel, se repiten en ambos porque son pocos, o porque la agenda noticiosa obliga a cubrir los mismos?

¿Cómo se puede diferenciar más esta nota que sabe que saldrá también en el otro noticiero? A veces incluso al mismo tiempo.

¿Qué alternativas innovadoras se podrían emplear con las imágenes de apoyo y las fuentes que suelen repetirse mucho?

¿Qué obstáculos tiene como periodista si quisiera entregar una noticia más diferenciada?

¿Cree que el poco tiempo para crear la nota es parte de la causa del problema de repetición?

¿Qué se puede hacer en edición, al utilizar la tecnología, para diferenciar las tomas de apoyo cuando son las mismas que la competencia?

¿Opina que es un reto individual del periodista, o colectivo de jefe, editor y camarógrafo, realizar notas periodísticas que tengan más diferencias que similitudes con el otro noticiero?

Para los nuevos reporteros, ¿Qué consejo le daría si ingresan a trabajar en uno de los dos noticieros para presentar noticias únicas y mejores que la competencia?

Jefe de Información:

¿Por qué hay el noticiero estelar de Noticias Repretel y de Teletica Canal Siete comparten tantos temas noticiosos?

¿Es estrategia de mercadeo que salgan al mismo tiempo, o simplemente casualidad?

Estas notas pueden diferenciarse en imágenes y fuentes, por ejemplo, sonidos, etc. ¿por qué no es así?

¿Se debería motivar al periodista contantemente para que siempre cree una noticia innovadora y diferenciadora independientemente del tema?

A veces el periodista cae en una rutina informativa donde no se aporta un factor original o entretenido en la noticia, ¿Cómo se puede cambiar y evitar?

¿Es el tiempo una limitante por la que el periodista cae en esta rutina informativa?

¿Qué tan importante es el factor tecnológico para hacer de un mismo tema e imagen, un producto único?

¿Cuáles serían algunas alternativas básicas periodísticas que ayuden a diferenciar las noticias?