

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



***ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE NOTICIEROS TELEVISIVOS NACIONALES EN JÓVENES
DE 20 A 22 AÑOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.***

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

PRESENTADO POR:

GARCÍA PERDOMO, TITO URIEL - GP13008

GONZÁLEZ VALENCIA, ROSA MARGARITA - GV11011

MÓNCHÉZ TORRES, MAURICIO XAVIER - MT13006

**LICDA. GLADYS REYNOSA
DOCENTE DIRECTOR**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MAE. ROGER ARMANDO ARIAS

RECTOR

DR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

LIC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

DECANO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

VICEDECANO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LIC. ERNESTO DERAS

JEFE DE DEPARTAMENTO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

LICDA. GLADYS REYNOSA

DOCENTE DIRECTOR

DEDICATORIA:

De: Rosa Margarita González Valencia

Dedico este trabajo a mis padres Blanca Gloria Valencia de González, Hugo Alexander González López y a mis hermanos, Hugo Alexander González Valencia y Rafael Alberto González Valencia

1. AGRADECIMIENTOS:

A Dios por la oportunidad de acceder a la formación académica superior y culminar de forma exitosa el proceso. Quién diría que una pequeña con un retraso de desarrollo desde los siete meses de edad llegaría a graduarse de la Escuela Superior.

A mi amada madre, Blanca Valencia por dedicar su vida a mí y convertirme en una persona de bien. Porque nunca desvaneció en el intento de buscar lo mejor para mí asistiendo durante dos años, sin faltar un solo día, a un tratamiento especializado con el fin de verme completamente saludable.

A mi familia porque fueron la principal motivación y soporte en todo el proceso de crecimiento a lo largo de mi carrera y el motor que permitió que llegase hasta el final.

A mi amado padre, Hugo González por trabajar duro toda su vida para que yo pudiese recibir una educación digna y llegar a esta etapa de mi vida, jamás olvidaré las palabras que él y mi madre nos decían “la mejor herencia que podemos dejarles es una buena educación, aprovéchenla”.

A Hugo y Rafael González, mis hermanos quienes son como unos padres para mí, me ayudaron de todas las maneras posibles.

A las autoridades de la Universidad de El Salvador por la oportunidad de formarme y alcanzar la profesionalización en el área de periodismo.

A los maestros con quienes tuve la oportunidad de aprender, principalmente la Licenciada Beatriz Rosales y el Licenciado Edgar Rivas quienes entre otras cosas, me mostraron que para ser periodista es necesario tener pasión, compromiso y lealtad a los principios.

A mi asesora de tesis, Licenciada Gladys Reynosa.

DEDICATORIA:

De: Mauricio Xavier M3nchez Torres

2. AGRADECIMIENTOS:

Hace un par de a3os inici3 esta traves3a llamada sue3o, al inicio lo hice arriesg3ndome sin saber si lo iba a lograr, fuera de mi hogar y sin el apoyo de mis padres, incluso con no m3s de cinco d3lares en mi bolsillo, me atrev3 a confiar en m3 y a reconocer que si inviertes mucho en tus metas puedes lograr lo que te propongas.

Dios da las batallas m3s fuertes a sus mejores guerreros y no tengo duda que me mand3 a esforzarme y ser valiente en cada prueba, con gusto lo hice sin temer ni desmayar porque sab3a qui3n me respaldaba y estaba conmigo siempre, por ello este triunfo sea para su honra y su gloria.

En segundo lugar, este logro se lo dedico a la persona m3s especial en mi vida, aunque ya no est3 f3sicamente conmigo es el lucero m3s hermoso que alumbraba todas las noches de oscuridad y de incertidumbre que a veces nos toca vivir, Mi Uvita, mi dulce abuela por quien diera todo por abrazar este d3a tan especial. A mi hermano Marvin M3nchez gracias por haber llegado a mi vida a los seis a3os y por ense3arme la fragilidad del ser humano, la paciencia y la humildad, espero vos llegues mucho m3s lejos que yo y que nuestros padres.

En especial quiero agradecer a toda la gente que de una u otra forma pusieron un granito de arena para que yo lograra graduarme, a mi amiga Helen quien me ha inspirado mucho en ser quien soy, a mi ex maestra de lenguaje, Eunice Flores y a mis otros docentes de bachillerato, a quienes no les pes3 ayudarme cuando hice el ingreso a la universidad y me apoyaron econ3micamente, a mi ex jefa, Lucy de Serme3o, por haberme ayudado cuando m3s lo necesite.

A mi t3a Norma M3nchez, gracias por haberme ense3ado a tener car3cter y firmeza durante mis a3os de estudio y finalmente a Adio Ernesto Cardoza, con quien conviv3 muchas experiencias en este camino de las cuales aprend3 mucho y estoy seguro que si te tocara volver a apoyarme para que yo estudiara, lo har3as con gusto como ya lo hiciste en el pasado. En especial gracias a mis compa3eros de tesis Maggie y Uriel, sin duda alguna los mejores recuerdos de la "u" me los llevo porque ustedes estuvieron conmigo.

DEDICATORIA:
De: Tito Uriel García Perdomo

3. AGRADECIMIENTOS:

La culminación de una meta es solamente el inicio de un camino hacia una más grande. No hay palabras para expresar la felicidad que envuelve mi ser al poder completar uno de mis sueños el cual fue cursar la carrera de Periodismo.

Tras este camino hay lágrimas, sudor, amistades y buenos recuerdos, por lo tanto, agradecerles a todas las personas de las cuales hicieron parte del camino no habría espacio suficiente para hacerlo.

Sin embargo, no puedo dejar de lado el agradecer a Dios y su infinita bondad y misericordia por la cual, de su mano, pude lograr una meta que parecía lejana hace más de 5 años, por iluminarme y darme la sabiduría necesaria para poder salir adelante en los momentos difíciles.

Al igual, a toda mi familia, de los que ya no están y los que aún permanecen en el plano material, en especial a mi madre Blanca Flor de García, mujer incansable que madrugada a madrugada me apoyo tanto emocional y económicamente, que cuando quise desistir puso su palabra de aliento y no me dejo caer, al igual que mi padre Héctor Tito García, que incasablemente luchó al lado de mi madre para poder festejar este triunfo.

No puedo dejar de lado a la inspiración y mujer que me vio crecer y que ahora yace en el plano de lo espiritual, a mi abuela, Santos Mejía que con su cariño y ejemplo de vida nos enseñó a luchar por nuestras metas.

A todos los docentes de Periodismo que hicieron parte de este largo viaje durante los 5 años y nos enseñaron todo lo necesario para salir a la calle a desempeñar nuestra profesión y en especial a Licenciada Gladis Reinoso por ser parte vital en este trabajo de grado.

En conclusión, a todas las personas que creyeron y a las que no también, en la capacidad como estudiantes de poder llegar a culminar esta meta, pues han sido parte vital e importante de la motivación que superó toda frustración para hoy poder decir, lo hemos logrado.

CONTENIDOS

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN.....	viii
PALABRAS CLAVES.....	ix
CAPÍTULO 1.....	10
DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	10
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.2. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	14
1.3. DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	14
1.4. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TEMPORAL.....	14
1.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.6. PREGUNTAS GUÍAS.....	15
1.7. JUSTIFICACIÓN.....	16
1.8. OBJETIVOS.....	18
CAPÍTULO II.....	19
CONSIDERACIONES TEÓRICO-CONCEPTUALES.....	19
2.1. ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	19
2.2. PERSPECTIVA TEÓRICA Y SU RELACIÓN CON EL OBJETO DE ESTUDIO...22	
2.3. SISTEMA DE CONCEPTOS.....	26
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGÍA.....	37
3.1. CARÁCTER DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	39
3.3. JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA.....	40
3.4. DESCRIPCIÓN DE LA TÉCNICA.....	41
CAPÍTULO IV.....	47
EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	47
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	47
4.2. PREFERENCIA.....	47
4.3. RAZONES FUNDAMENTALES DE LA PREFERENCIA.....	49
4.4. CONTEXTO FAMILIAR.....	50
4.5. OTROS FACTORES DETERMINANTES DE PREFERENCIA.....	51
4.6. EL FACTO ECONÓMICO COMO DETERMINANTE DE PREFERENCIAS.....	53
4.7. USO SOCIAL DE NOTICIAS.....	55
4.8. ¿PARA QUE UTILIZAN LOS JÓVENES LA INFORMACIÓN DE LOS INFORMATIVOS NACIONALES?.....	59

4.9. PERSPECTIVA Y ANÁLISIS DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS NOTICIARIOS NACIONALES.....	62
CAPÍTULO V.....	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
5.1. CONCLUSIONES.....	65
5.2. RECOMENDACIONES.....	68
FUENTES DE CONSULTA.....	70
ANEXOS.....	77

RESUMEN

El estudio monográfico contiene los resultados de la investigación titulada: estudio de recepción de noticieros televisivos nacionales en jóvenes de 20 a 22 años de la facultad de ciencias y humanidades de la universidad de el salvador. El impacto en diferentes ámbitos como el cultural y social de este estudio de carácter cualitativo subyace en reconocer aquellos pensamientos de la población joven que los lleva a preferir un noticiero televisivo en específico y cómo los contenidos que plantean estas cadenas de información influyen en su desarrollo en distintos entornos de su vida. El trabajo investigativo contiene una estructura de cinco capítulos, el primero enmarca la definición del objeto de estudio, así como los objetivos planteados para su desarrollo. En el segundo se establece las consideraciones teóricas y culturales que permiten contextualizar al objeto de estudio, también una serie de conceptos que son claves para comprender y sustentar la investigación. En el caso del tercer, de manera más concreta contiene la metodología utilizada para el desarrollo del trabajo, que incluye la determinación de la técnica. Por su parte, en el capítulo cuatro se especifican los resultados obtenidos a lo largo del proceso de recolección de información y su interpretación.

PALABRAS CLAVES: Recepción, comunicación, preferencia, mediación, televisión, opinión pública, consumo cultural, jóvenes, medios de comunicación, imaginario colectivo

CAPÍTULO 1

DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La investigación realizada presenta un estudio de recepción de noticieros televisivos nacionales en jóvenes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador, con el fin de determinar la preferencia de los estudiantes con respecto al universo informativo que ofrecen las agencias de noticias.

1.1. Planteamiento del problema

En la realidad de El Salvador, como en la mayoría de sociedades en el mundo, las audiencias de los medios de comunicación son seccionadas por variadas condicionantes que definen el acceso, consumo o gustos de los públicos, que de igual forma denotan el aspecto económico, social y cultural y las edades de los consumidores y otros. Los estudios de mercado en materia privada y los estudios de recepción del área comunicacional de diversas academias son los encargados de investigar las distintas características que definirán los diferentes grupos que conformarán el total de audiencia.

La relación de los más jóvenes con la cultura popular permite conocer los nuevos vínculos entre las generaciones. Sus prácticas con los medios explican las nuevas dinámicas familiares. Lo que hacen juntos los miembros del grupo, lo que no, las negociaciones, elecciones, alianzas, conflictos, discusiones y los espacios y los tiempos que se escucha radio o ve televisión, son muy útiles para analizar las relaciones familiares. (MORDUCHOWICZ: 2008; 99).

En El Salvador, muchos noticieros televisivos se adjudican tener el mayor número de audiencia, en su mayoría el parámetro que utilizan para hacer dicha determinación es la cantidad de reacciones (me gusta), seguidores y reproducción de vídeos que realiza

el público a través de las redes sociales de los informativos; esto no representa un estudio concreto o real de la población que los visualiza, puesto que para el año 2015 un estudio de la Comisión Económica Para América Latina y el

Caribe determinó que solo el 20% de la población residente en El Salvador tenía acceso a Internet.

Por su parte, otros estudios de recepción que se han hecho en nuestro país, van con enfoques comerciales o de tendencia ideológica y de noticieros son pocas las investigaciones que se han hecho, en tal sentido determinar la forma de recepción la percepción y el uso que le dan a la información los jóvenes universitarios es el principal objetivo de esta investigación.

La percepción real de las audiencias y la preferencia hacia uno u otro noticiero televisivo salvadoreño es fundamental para identificar cuál es el más influyente dentro de la opinión pública, pero más importante es conocer cuáles son los factores que determinan que se haga esa elección por parte de los públicos.

En El Salvador, la juventud parece estar informada de cada acontecimiento a la orden del día, los avances tecnológicos y el acceso a nuevas redes de información son factores que permiten la inmediatez de los hechos, paradójicamente muchos jóvenes reconocen que no consumen noticieros nacionales y que se actualizan a través de las redes sociales.

Bajo esta perspectiva, la investigación se centró en conocer la opinión del receptor, dejando de lado al productor y al mensaje mismo; puesto que se buscó demostrar la preferencia de los noticieros televisivos que los estudiantes seleccionan y lo que influye que se den esas elecciones.

La Teoría del Uso Social de los Medios, de Jesús Martín Barbero, afirma que las personas hacen uso de los medios de comunicación para realizar uso crítico de los mensajes que recibe de los medios de comunicación donde influyen diferentes mediaciones sociales, culturales, políticas etc. que determinan la preferencia sobre qué información tomar o rechazar.

Además, concibe a la audiencia como un ente activo, por tal razón se determinó si dentro de las preferencias de las personas se asimilan las condicionantes que la teoría propone, y se analizó el uso que los estudiantes le dan a la información que consumen de las agencias de noticias.

Por su parte, fue necesario conocer lo que plantean las investigaciones al momento de elaborar un estudio de recepción. Por ejemplo, Guillermo Orozco

Gómez, concluyó que los estudios de recepción dan cuenta de las posibles combinaciones o negociaciones entre los diferentes elementos en los intercambios mediáticos para comprender la producción misma de sentido, las fortalezas interpretativas y las significaciones que de todo ello resulten. Una afirmación que esta investigación pretende comprobar a través de su desarrollo.

Este estudio marca un precedente para determinar cuál es el noticiero que prefiere una muestra de la sociedad y las causas de ese fenómeno, además, se fundamenta con planteamientos teóricos que abonan y hacen una aproximación más sustentable de la realidad a la que se pretende llegar.

Dentro de esos planteamientos teóricos se encuentran los de Martín Barbero y Guillermo Orozco Gómez. Para el caso, Martín Barbero ha definido a las mediaciones como “el lugar desde donde se otorga el sentido a la comunicación”; el mundo del trabajo, la política, la producción cultural, son entonces fuentes de mediación de los procesos comunicativos, entre otras.

La etnia, el género, las identidades de la audiencia, las instituciones sociales a las que pertenece, los movimientos y organizaciones ciudadanas en las que participa, son también mediaciones que van conformando el resultado de sus interacciones con los medios.

Los mismos medios y sus características intrínsecas, determinaciones políticas y económicas, sus lógicas de producción y transmisión, sus lealtades y estilos, son una mediación. Así como lo son las mismas audiencias, siempre situadas, tanto como miembros de una cultura y de varias comunidades de interpretación, como en tantos individuos con un desarrollo específico, repertorios, esquemas mentales y guiones para su actuación social. (REVISTA COMUNICAR: 1997; 28). Por tal razón se indagó cuáles son las mediciones propuestas por los autores, que favorecen las preferencias por parte de los estudiantes hacia uno u otro noticiero nacional en específico.

Conocer las determinantes por las que un público hace la elección sobre uno u otro noticiero televisivo permite a los demás informativos en contienda retomar elementos que ayuden a mejorar la calidad de contenidos informativos de interés para los jóvenes.

Estudios previos permitieron conocer las causales y elementos que en ese entonces las audiencias reconocieron como influyentes para la preferencia o recepción de los distintos medios abordados, verificando cuáles aún están presentes y cuáles no, para la recepción de noticieros, brindando un sentido de actualidad a la información recabada en años anteriores.

Un análisis de recepción no debe servir únicamente para conocer la perspectiva o las causales de la preferencia en concreto hacia un programa o medio determinado, al contrario, debe poner en función un aporte necesario desde la perspectiva del receptor, que pueden ser recomendaciones que la audiencia misma realiza con la finalidad de que el emisor las tome en cuenta para el momento de la producción del mensaje.

Los estudios de recepción a nivel latinoamericano constituyen un precedente en cuanto a las audiencias activas y al quiebre del esquema de la comunicación de masas o comunicación unilateral, puesto que identifican que el receptor es activo y decodifica el mensaje para volver a constituir uno nuevo que podrá estar influenciado por las situaciones étnicas, socio económicas, religiosas y familiares que afectan directa o indirectamente según la proximidad del entorno.

El problema es que muchos de estos estudios de recepción están influenciados por grandes grupos de poder con fines publicitarios, que buscan generar una imagen de favoritismo hacia uno u otro producto comunicacional que se genera con fines lucrativos.

A ello, se le suman las pocas investigaciones de recepción que se realizan con fines sociales, que lo único que hacen es ver la comunicación como una mercancía, un canal para promocionar el mercado y no enfocándose en la finalidad vital de informar para transformar.

En El Salvador no existe un estudio de recepción certero que oriente a la gente a conocer la preferencia y el contenido de uno u otro noticiero televisivo y los jóvenes propiamente reconocen el poco consumo de un informativo nacional, tomando como base el tesario de la Universidad de El Salvador.

Todas estas afirmaciones conllevan a diferentes interrogantes, como el tipo de mediaciones que influyen para la preferencia o rechazo de uno u otro noticiero televisivo nacional, además, conlleva valorar si la comunicación presentada

por los noticieros televisivos nacionales tiene o no algún vínculo meramente publicitario más que informativo. De modo que se puede plantear el supuesto que los jóvenes utilizan la información proveniente de los noticieros televisivos nacionales para informarse, o simplemente por un patrón adoptado en casa.

En ese sentido, es necesario resolver todos estos posibles puntos de debate a través de un estudio profundo que lleve una finalidad de referente social, en donde lo que se busque es orientar al conocimiento y mejoramiento de la información que emitan los noticieros televisivos del país.

1.2. Delimitación del objeto de estudio

El objeto de estudio estuvo delimitado al estudio de recepción de noticieros televisivos nacionales en jóvenes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

1.3. Delimitación del tema

Para realizar la investigación “Estudio de recepción de noticieros televisivos en jóvenes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador” se tomó en cuenta una muestra representativa de los estudiantes entre las edades 20 y 22 años de las carreras pertenecientes a la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

1.4. Delimitación espacio temporal

Este trabajo investigativo se realizó de marzo a mayo del año 2018, en el que se indagó lo planteado anteriormente, para ello se desarrollaron entrevistas a profundidad y grupos focales a los estudiantes de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

1.5. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se presenta a continuación es explicativa descriptiva, puesto que se presenta el fenómeno de las preferencias y se busca explorar el objeto de estudio, ya que se plantea lo más relevante a la situación concreta para posteriormente presentar las causas que originan las selecciones y mediaciones que influyen al momento de realizar la selección de noticieros informativos nacionales.

1.6. Preguntas Guías:

¿Qué factores generan la preferencia en la recepción de los noticieros televisivos de El Salvador en los estudiantes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador?

¿Cuál es la razón por la cual los jóvenes prefieren un noticiero en específico y no otro?

¿Para qué utilizan los jóvenes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de La Universidad de El Salvador, la información que proporcionan los noticieros nacionales?

1.7. JUSTIFICACIÓN

Los estudios de interés de la recepción en el público con respecto a sus preferencias comunicativas, son temas de los cuales se desprende un gran análisis investigativo de beneficio para el estudio de la comunicación en El Salvador, necesarios para hacer hincapié en las preferencias que las audiencias tienen con respecto a los diversos tipos de noticiarios y las causas o mediaciones que definen estas preferencias, según lo planteado por Jesús Martín Babero, quien afirma que las mediaciones son el lugar donde se le otorga sentido a la comunicación.

Estos noticieros se encargan de formar la opinión sobre la realidad social, por ello es importante analizar la preferencia de las diversas audiencias con respecto al tipo de programa que consumen, basado en los intereses que como público poseen por un tipo específico de información.

De este modo, analizar la preferencia y uso que los estudiantes de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador le dan a la información emitida por los noticieros televisivos nacionales, se convierte en un precedente de importancia, ya que puede servir como base y guía al momento de la estructuración de mensajes.

Con este trabajo se proyecta que los estudiantes sean críticos al momento de la exposición de sus preferencias hacia un noticiero nacional, pero sobre todo que sean conscientes de la utilidad que le dan a la información recibida.

Por otra parte, plantea un antecedente teórico para nuevas investigaciones en el país, ya que los resultados obtenidos servirán como referencias de consulta en los centros documentales de la Universidad de El Salvador y se pueden retomar para la creación de nuevos materiales periodísticos relacionados con estudios de recepción.

Además, pretende facilitar el conocimiento a los antecedentes y futuros estudios con respecto a la temática de consumo y uso de información de carácter noticiosa televisiva a los y las periodistas y a los medios de comunicación masivos para la incidencia del manejo de información.

La novedad está presente en el desarrollo del análisis, ya que de una u otra manera se busca crear un estudio actual que dé aportes nuevos y certeros a

través de la representatividad seleccionada, material que emita un aporte para los informativos nacionales actuales y los futuros.

Por tanto, es importante conocer la preferencia sobre los noticieros por parte de los estudiantes, investigando las diversas variables u opiniones que el público tiene con respecto a lo que prefieren consumir en materia de información, es decir, las variables complejas que radican dentro del carácter cualitativo y las mediaciones que estas conllevan a la preferencia de cada persona.

1.8 OBJETIVOS

Generales

- Determinar las preferencias de los noticieros televisivos nacionales por jóvenes de la Universidad de El Salvador.
- Conocer el contenido que presentan los noticieros televisivos para determinar el uso que le dan a la información los jóvenes.

Específicos

- Identificar los contenidos que a los estudiantes de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador les atrae de los noticieros televisivos.
- Establecer cuáles son las causas que determinan la preferencia de los noticieros televisivos en los estudiantes.
- Clasificar cuál es la mediación o mediaciones más repetitivas que determinan la preferencia hacia un noticiero nacional en específico.
- Caracterizar los usos que le dan a la información, los jóvenes de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

CAPÍTULO II

CONSIDERACIONES TEÓRICO CULTURALES

2.1. Antecedentes del objeto de estudio

Los estudios de la recepción, se convirtieron en los últimos veinte años en factores clave en el desarrollo de las Teorías de la Comunicación, dándole al receptor un estatus activo dentro del proceso comunicativo.

El estudio “Recepción de Programas Infantiles de Televisión de niños de 5 a 10 años”, desarrollado en El Salvador en 1989, aborda la preferencia de programas infantiles por parte de la audiencia y los factores que la determinan, muestra aspectos importantes que exponen al receptor como un ente decisivo para el consumo de los diversos programas, haciendo uso del método cualitativo.

En El Salvador se han realizado diversos análisis de recepción dedicados a las preferencias de las audiencias a ciertos programas de televisión, tal es el caso del estudio de recepción “La Recepción de Tele noticieros de El Salvador en el Área Metropolitana de San Salvador”, elaborado en 1997 y está centrado en reconocer cuáles son los noticieros televisivos más demandados por la población en horario indiferente y el porqué de su preferencia.

En años anteriores, el Departamento de Periodismo registra algunos trabajos de graduación sobre recepción, por ejemplo, en el año 2003 se desarrolló la tesina, “La recepción de La Prensa Gráfica en Izalco, un análisis cualitativo”, en ella se determinaron diferentes aspectos que condicionan la preferencia de consumo de un medio informativo en específico de cuatro periódicos en estudio, de los cuales destacan los siguientes: la veracidad, el contenido y el tratamiento de la información por parte del medio.

Por otro lado, siempre en el mismo año, se desarrolló el estudio de recepción “En voz alta, emisora comunitaria del Departamento de Cabañas”, esta investigación concluyó que la población tiene demandas y expectativas en cuanto a las temáticas y la percepción de la programación de la radio, por lo que sirvió para conocer cuáles fueron las posibles mediaciones existentes en cuanto a la recepción de un medio de comunicación y de esa forma se hizo la

comparación en cuanto a las preferencias de los noticieros televisivos nacionales en la presente investigación.

La televisión toma un papel protagónico en el consumo de medios por parte de la población, en especial la juventud. En ese sentido, la encuesta nacional de juventud del 2005 señaló que al 42.9% de los jóvenes ve televisión en su tiempo libre, seguida por un 41.9% que escucha música y un 40.3% que practica deportes, según Amparo Marroquín, en su artículo “Tiempo libre y estéticas del consumo”.

Es decir, que los jóvenes prefieren la televisión antes que la radio o el medio escrito, estas indagaciones propiamente dichas, pensadas en su sentido más amplio, aparecen con mucha fuerza en la región ya en la década de los noventa, con la proliferación de las carreras de comunicación y en parte, empujados por la necesidad creciente de estudios de graduación diferenciados.

Esto lleva a que varias universidades produzcan estudios concretos y localizados con los jóvenes de pregrado, aunque, como se mencionó, los posgrados también empiezan a destacar, en los últimos 5 años. (MARROQUÍN: 2006; Pág. 139).

El análisis de recepción “Estudio cualitativo de audiencias en TV”, realizado por Lexía investigación cualitativa, publicado en 2006 plantea que la principal característica del análisis de la recepción es que efectúa simultáneamente análisis de contenido de los mensajes mediáticos y de su recepción por parte de segmentos específicos de la audiencia, es decir, estudia comparativamente los contenidos mediáticos y lo que la audiencia construye a partir de ellos, denotando que existe un uso que las audiencias le dan al contenido de los medios.

Otra de las investigaciones, se realizó en 2011, denominada “Estudio de recepción de información periodística en jóvenes de 16 a 18 años, estudiantes de educación media del área metropolitana de San Salvador”; en ella se abordaron las causas que determinan la preferencia sobre la recepción de la información periodística en los jóvenes y las razones por las cuales consumen unos u otros medios de comunicación.

Se determinó entonces, el tipo de información periodística que perciben los jóvenes del municipio de San Salvador y además se encontraron, las razones por las que visualizan algunos medios de comunicación masivos y no otros.

En 2012, se desarrolló el estudio de recepción: “La producción periodística del noticiero “Bálsamo Noticias” transmitido por Radio Bálsamo, y su incidencia en el proceso de participación ciudadana de los habitantes del cantón Los Pajales, en el municipio de Santa Tecla, departamento de La Libertad” cuyo objetivo principal fue identificar el proceso de recepción de las y los habitantes en estudio, con respecto a la producción periodística del noticiero “Bálsamo Noticias” y los elementos que lo determinan para desencadenar un proceso de involucramiento ciudadano, además de observar el tipo de mensajes dentro de la producción periodística del noticiero en estudio.

Es decir, la importancia de los estudios de recepción, tanto en las investigaciones planteadas anteriormente como la investigación actual, radica en que las audiencias son entes cambiantes, de las cuales determinando la zona y las condiciones socio culturales políticas y económicas se pueden obtener diferentes resultados de las razones del porque un público pueda preferir un contenido en específico.

Además, es importante destacar que los estudios de recepción no pierden vigencia e importancia con respecto al tiempo, debido a que, con respecto a las épocas, las tecnologías de transmisión de la información, están en constante cambio o actualización.

Es decir, no es lo mismo plantearse un estudio de recepción con respecto al siglo pasado, cuando la TV y la radio eran los medios que dominaban la preferencia sobre las audiencias, a plantearse un estudio de recepción actual donde las plataformas de Internet contribuyen como canales para que los medios tradicionales puedan expandir su alcance a lugares donde antes la TV, por ejemplo, era de difícil acceso.

En resumen, las audiencias están en constante cambio, así como los canales por los cuales la información se difunde a las audiencias, por lo tanto, los estudios de recepción mantendrán su importancia para determinar las razones de las preferencias de las audiencias con el pasar del tiempo.

2.2. Perspectiva teórica y su relación con el objeto de estudio

Los enfoques cualitativos se consideran “el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural”, los cuales se enmarcan en identificar, describir, explorar y explicar de acuerdo a la dimensión del estudio.

Esta investigación es propiamente de enfoque cualitativo en todos sus aspectos y se encargó de describir el fenómeno de la recepción a partir de la percepción de la muestra a estudiarse, haciendo uso de técnicas y herramientas que permitieron conocer y explorar cada uno de las dimensiones que engloba este método.

Lo que se cumplió con la realización de este estudio a partir del método cualitativo, fue responder interrogantes como: ¿Cuál es el fenómeno?, ¿Cómo se llama?, ¿Cuáles son las dimensiones del fenómeno?, ¿Qué variaciones existen?, ¿Qué es importante acerca del fenómeno?, (SALAMANCA, 2006, Pág.112), cuestionamientos que están planteados desde los objetivos a cumplir.

De tal manera que, para describir el fenómeno desde el enfoque cualitativo, la investigación se basó en varias teorías, tales como: “Teoría de los Estudios de Recepción” de Guillermo Orozco Gómez, y se complementa con otras como “el Uso Social de los Medios” de Jesús Martín Barbero y al libro “De los medios a las mediaciones” del mismo autor.

Los estudios de recepción de Guillermo Orozco Gómez marcaron un antes y después en el estudio de la recepción, buscando además de comprender la manera en la que se recepcionaba un medio de comunicación o un programa en específico, entender otros factores como el tiempo que las personas dedican al consumo del objeto indagado.

Además, una característica fundamental de los Estudios de Recepción es que Gómez va más allá de entender lo que es el consumo y se centra en indagar lo que las personas hacen con la información recibida por los medios de comunicación.

Esta teoría responde esencialmente con esta investigación, pues sus ejes fundamentales se basaron en torno al receptor, al entorno y hacia el uso de la información que las audiencias reciben.

La investigación se relacionó con las Teorías de la Recepción en América Latina, que guardan relación estrecha con los estudios realizados por Jesús Martín Barbero referente a las mediaciones, lo cual fue retomado por Guillermo Orozco Gómez, quien hace referencia a que las mediaciones son “el proceso de recepción donde se crean y recrean significados y sentidos desde la interacción de la audiencia con el medio”.

En ese sentido, Gómez agrega que la mediación fundamental permite pensar históricamente la relación de la transformación en las condiciones de producción con los cambios en los espacios de la cultura, es decir, las transformaciones del sensorium de los modos de percepción de la experiencia social. Pero para la razón ilustrada, la experiencia es lo oscuro, lo constitutivamente opaco, lo impensable, según lo plantea Martín Barbero.

Por otro lado, el autor Valerio Fuenzalida, afirma una audiencia dinámica, planteando una recepción activa influenciada por los “Frentes Culturales”, propuestos por Jorge Alejandro González, que dan como resultado un significado concreto, es decir lo construido por el receptor en interacción con el mensaje y su emisor.

Es decir, que los receptores de la información tienen una participación más activa en la construcción de los significados y dejan de lado su papel de audiencia pasiva, para el caso, los estudiantes de las carreras pertenecientes a la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador, en cualquier grado de estudio, tienden a interactuar con el contenido noticioso y los medios como parte inicial del proceso de comunicación y consumo.

En ese sentido, es el aspecto cognitivo estudiado que radica en la mente de los jóvenes universitarios, como actores principales del proceso de recepción, convirtiéndose en los codificadores de mensajes que los medios transmiten, es decir, que cada individuo lo hace de forma independiente, tomando como base, las diversas experiencias, el contexto y marco referencial que tenga, es decir las mediaciones.

Sobre las mediaciones, Gramsci establece que se forman por hegemonías, que no están supeditadas a una clase dominante sino por quienes defienden los símbolos culturales que dominan en la sociedad. (GRAMSCI; 1978, pp.31).

El papel de las medicaciones en la consecución de significados es muy importante, estas influyen de manera distinta en los individuos y su origen, según Orozco Gómez proviene de varias fuentes: cultura, política, economía, clases sociales, edad, etnicidad, medios de comunicación, condiciones situacionales y contextuales, instituciones y movimientos sociales.” Además, surgen en la mente de la persona, en sus emociones y sus experiencias.

Por consiguiente, la investigación propuso al receptor en el proceso de comunicación como un ente activo tal como los productores de mensajes, respaldado por la teoría del uso social de los medios, que plantea la influencia de los medios de comunicación sobre las masas y les otorga el carácter de activo, que además de la capacidad de decidir qué consumir, puede analizar los mensajes.

Lo anterior se apoya en lo que propone Birmingham que el receptor acepta, negocia o rechaza el contenido que ofertan los medios a través de las influencias que reciben mediante los “conductores de información”, como lo plantea Sprott en la introducción de la Psicología Social.

Estos conductores son modelos para otras personas, entre ellos líderes estudiantiles, docentes, amigos de círculos sociales y otros. En este sentido, la información no solo es consumida de forma directa, sino que algunas veces se recibe de parte de terceros y es puesta en consideración por las visiones de mundo entre el receptor y el “segundo paso” o el “líder de opinión”, según lo plantea Paul Lazarsfeld, en 1944.

Todo esto, denota un proceso activo de comunicación entre todos los actores sociales involucrados de la sociedad y no una relación lineal vertical medio-público.

Además, Lazarsfeld agrega tomar como punto de partida al consumidor de los medios más que a los mensajes de estos y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Contempla a los medios del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influidos por ellos.

Postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto. La exposición ante los medios, constituye, por tanto, un conjunto de “alternativas funcionales” para la satisfacción de necesidades.

Existe entonces, una respuesta de la audiencia ante el contenido que se le presenta, va más allá de un acto de recepción, autores como McQuail, Blumler y Brown se refieren al uso de los medios como un proceso interactivo y según Catarina Meléndez relaciona el contenido de los medios con las necesidades, percepciones, papeles y valores individuales, y con el contexto social en el que una persona está situada.

Por lo tanto, al dar tal aptitud al público, se garantiza que la juventud universitaria de la Facultad de Ciencias y Humanidades tiene su preferencia en cuanto a temática, formato, medios y diferentes clasificaciones, además de estilos de lenguaje y redacción para consumir cualquier noticiero, programa o secciones, etc.

En tal sentido, se encuentra el dilema que da origen a la presente investigación ¿qué noticiero televisivo nacional prefieren los jóvenes universitarios? ¿Qué medio lo transmite? Y el ¿por qué? ¿Qué hacen con esa información?

Entendiendo que la investigación gira entorno a la selección de los noticieros que los jóvenes universitarios prefieren a partir de la oferta mediática, se puede afirmar que esta es de corte cualitativo y crítico.

Con base a lo anterior planteado, se puede decir, que durante la investigación se buscó definir las mediciones planteadas por Guillermo Orozco, para determinar su influencia al momento en que los jóvenes decidan recepcionar “x” o “y” noticiero de la palestra nacional, para crear sentido o significado al mensaje que se les transmite a través de estos medios y a través de dichas mediaciones, poder medir las razón histórica principal que los estudiantes para determinar el tipo de noticiero a consumir, tomando en cuenta lo planteado por Valerio Fuenzalida, donde afirma un tipo de audiencia dinámica.

2.3. SISTEMA DE CONCEPTOS

Para llevar a cabo esta investigación, se establecen los siguientes términos guía como pilares fundamentales que intentarán materializar los objetivos del estudio en resultados concretos.

Uno de los primeros conceptos que es necesario comprender y que servirá de base para entender la investigación es el de **recepción**; según la Real Academia Española, es el acto de recibir ondas de transmisión a través de un aparato radiofónico, televisivo o escrito.

Quiere decir que, a través de los medios de comunicación tradicionales, las personas reciben contenidos de diferente índole, en el caso específico de los noticieros, contenido informativo, la recepción como tal puede ser un acto directo o indirecto, directo cuando de forma consciente se sienta a consumir un noticiero e indirecto cuando le es contado por otro medio que puede ser una persona de su círculo cercano.

Para el desarrollo del estudio y determinar la muestra, la condición principal fue la recepción directa de cualquier noticiero, el recibimiento de contenido informativo por parte de los participantes es clave para determinar el uso de la información.

La recepción como tal ha sido un proceso que a lo largo de la historia ha pasado por una metamorfosis y esto debido a que los tiempos también han ido evolucionando, en un principio el receptor simplemente aceptaba todo mensaje de manera muy pasiva, pudiendo así los medios manipular a las masas a su antojo.

Ese cambio se hizo visible al observar que los individuos no siempre aceptan los contenidos que se les brinda, cuestionan el mensaje del emisor, su credibilidad y su calidad y es con base a eso que crean su propia interpretación, dejan de ser receptores pasivos y ser activos.

Con esos cambios en el receptor que se hicieron visibles a lo largo del estudio, la **comunicación** comenzó a ser vista como una interacción social, según Shutz es el medio por el cual los sujetos superan su experiencia de la trascendencia de los otros, especialmente sus experiencias del mundo. Por medio de los

signos, el proceso comunicativo permite a los sujetos ser conscientes de los pensamientos de los otros.

Para el caso del estudio en cuestión, se concluye que la comunicación es la transmisión de información con un lenguaje común a través de un canal, mientras que por un lado el televisor es el emisor, la audiencia funge como receptor.

Entendiéndose audiencia como cualquier persona que utilice cualquiera de los medios de comunicación en una circunstancia determinada (NIGHTINGALE, 1999, pp. 34)

En ese sentido, la **audiencia activa** cada vez va siendo más latente en las sociedades y al existir permite el desarrollo completo del proceso comunicativo, es decir, es un tipo de audiencia que hace una interacción con el mensaje.

Este término surge en 1970 y con él diversas teorías que se contraponen a otras como el caso de la aguja hipodérmica que básicamente establece que el receptor puede ser fácilmente manipulado al no presentar ningún tipo de resistencia.

Además, según el autor Huertas, una audiencia puede ser muy cambiante con el paso del tiempo y esto debido a diversos factores tales como las novedades tecnológicas, sociales, culturales y políticas.

En ese sentido, mientras se desarrolló el estudio, se observó que muchos de los participantes pese a que consumen un noticiero televisivo, lo hacen también por redes sociales y que la acción de ver un noticiero por televisión forma parte de una costumbre familiar que les fue inculcada.

La audiencia activa analiza el contenido del mensaje que se le presenta y posteriormente realiza una interpretación subjetiva del mismo, con ello la actividad comunicativa también se modifica y por lo tanto se crea un nuevo paradigma que puede resumirse en: fuente-emisor-estimulo-receptor-efecto; la audiencia decodifica la información que el medio le presenta y su interpretación define su accionar. (MCQUAIL, 1994, pp.4 -5)

Por el tipo de audiencia que fue entrevistada, estudiantes universitarios, la tendencia se orientó a que la interpretación de la información presentada por

el noticiero fuese más allá de lo superficial, más allá de la intención del medio, basada en el contexto social, académico, político y cultural del individuo; al ser una audiencia activa le permite identificar lo que puede servirle o no de la información otorgada, pudiendo desechar lo innecesario.

Significa que cuando se dice responder, hace referencia al uso que para el caso el televidente hace de la información; en muchos de los casos dentro del estudio se determinó que el receptor la utiliza para sentirse informado, cabe señalar en este punto que entorno al contenido para que un contenido sea denominado como **información** debe presentar características básicas.

Entre las que se destacan: cumplir el propósito de incrementar el conocimiento respecto a algo, debe brindar datos relevantes acerca de un suceso, por lo tanto, la información es un contenido noticioso, es decir un suceso que tenga un interés masivo o global dentro de una o varias sociedades.

El comportamiento de la audiencia con respecto a la concepción de contenidos es muy interesante para los investigadores es por ello que surge la iniciativa de observar la recepción de mensajes según el entorno cultural y qué tanto puede afectar en la forma de pensar de las personas y en la construcción de sus juicios de valor.

Para ello es necesario definir **cultura popular**, de acuerdo con la Real Academia Española, en términos generales, la definición de cultura hace referencia al conjunto de conocimientos que permite a una persona desarrollar su juicio crítico, mientras que popular es lo peculiar del pueblo o procede de él, significa entonces que en conjunto hace referencia al conjunto de manifestaciones artísticas y folklóricas que emana directamente del sistema de creencias, valores y tradiciones de un pueblo.

Según el autor **Mijaíl Bajtín, experto en cultura popular de la Edad Media**, la cultura popular surge como una oposición a la cultura oficial y se caracteriza por ser un producto fundamentalmente creado y consumido por las clases populares, compuestas fundamentalmente por individuos de baja extracción social, está arraigada en las tradiciones, valores y creencias de la gente.

Un fenómeno muy interesante descubierto en la investigación fue el consumo de noticieros televisivos por cultura, jóvenes que crecieron con la idea de que para estar más y mejor informado necesitan recepcionar información de un

noticiero. Un acto tan tradicionalista como sentarse en casa con la familia a presenciar las noticias.

Un medio de comunicación forma parte de una cultura popular y en la mayoría de casos la condiciona, culturalmente se conoce el dicho “si lo dicen en las noticias es cierto”, las personas por tradición dan ese sentido de credibilidad a los diferentes noticiarios y es precisamente por eso que siguen consumiéndolos porque forma parte de su vida cotidiana, porque determinan su accionar dentro de la sociedad y eso se comprueba con un ejemplo sencillo.

El noticiero matutino es consumido por la familia que es un ente cultural, antes de irse a sus trabajos sintoniza la señal para enterarse de cómo está el tráfico por las zonas donde transitan sus miembros.

“Ver la constitución de lo masivo por fuera del chantaje culturalista que los convierte inevitablemente en procesos de degradación cultural” reconocer las racionalidades y las estrategias de las culturas cotidianas y romper desde ahí las culturas institucionalizadas dentro o fuera del Estado. (FORD, 1994, pp. 74)

Por lo tanto, la cultura popular influye mucho en la consecución de significados por parte de los individuos frente a los mensajes que las mass media ponen a su disposición, de acuerdo a los arraigos culturales, así será la forma de ver la información presentada por un medio.

Dentro de la cultura popular se encuentran la familia, el entorno social, cotidiano, etc., y todo ello influye en la percepción, es decir en la forma de percibir al medio, para el caso, el noticiero por parte de la persona.

En ese sentido, la audiencia crea en su imaginario una preferencia, un gusto que le permite consumir el noticiero y es precisamente la familia y el entorno social que colabora en el desarrollo de la **preferencia**.

Según la Real Academia Española, este término se define como sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos, es decir, la idea que una persona tiene sobre algo o acerca de alguna situación.

Quiere decir que la preferencia es la acción de decidir ver un medio informativo que cumpla o como mínimo se acerque a los gustos y requerimientos culturales y otros del individuo.

Y para que la preferencia sea determinada existen factores denominados **mediaciones** que influyen, la mediación a criterio de los investigadores es en palabras simples un acto de intervención en una persona para condicionarlo influir de cierta manera en su actuar.

En términos más teóricos, la **mediación** según Martín Barbero, es el poder que tienen las audiencias en planear un plan estratégico en la configuración de su propio mundo, explica que en la televisión se pueden observar los rasgos de emancipación sobre todo en el núcleo de la cotidianidad familiar, el tiempo de repetición y la competencia cultural, elementos que son analizados para entender posteriormente la lógica de producción y de usos de este medio.

Para ello, Barbero propone lugares de mediación: la cotidianidad familiar y la competencia cultural.

Por un lado, la cotidianidad familiar es al mismo tiempo "uno de los pocos lugares donde los individuos se confrontan como personas y donde encuentran alguna posibilidad de manifestar sus ansias y frustraciones". Sin embargo, la mediación que la cotidianidad familiar cumple en la configuración de la televisión no se limita a lo que puede examinarse desde el ámbito de la recepción, pues inscribe sus marcas en el discurso televisivo mismo.

Al ser el núcleo familiar un lugar de exposición de ideas e inquietudes, un ambiente cercano, de confort y confianza para el individuo influye en la determinación de una preferencia. Por ejemplo, una persona que se siente con sus padres a ver un noticiero televisivo, hará un intercambio de ideas y gustos por lo que sentirá un ambiente agradable y eso puede hacer que prefiera ver el noticiero. En ese sentido, varios participantes del proceso de investigación expresaron que la hora del noticiero era una forma de convivir con su familia.

Por otro lado, dentro de la competencia cultural, Barbero explica que los hábitos de clase atraviesan los usos de la televisión, los modos de ver, y se hacen manifiestos que son observables etnográficamente en la organización del tiempo y del espacio cotidiano.

Por ejemplo, Barbero se pregunta ¿Desde qué espacios mira la gente el televisor: privados o públicos, la casa, el bar de la esquina, el club de barrio? ¿Y qué lugar ocupa el televisor en la casa: central o marginal, preside la sala en que

se hace la vida "social" o se refugia en el dormitorio, o se esconde en el armario de donde se saca solamente para ver algo muy especial?

Se puede interpretar que el lugar donde es colocado el aparato televisivo determina el grado de importancia que tiene dentro del hogar, además, desde qué espacio de la casa es visto, determina si la televisión forma parte de un ambiente de interacción social; las mediaciones por lo tanto intervienen como factores que determinan una preferencia de un noticiero en específico

Por lo tanto y como se mencionó anteriormente, el individuo luego de elegir una interpretación del mensaje, hace **uso de la información**, y esto se refiere según la Real Academia Española, a la utilidad que tiene la información dentro del individuo.

Es decir, la construcción de significados, de modo que, según el estudio hecho por medio de los grupos focales, se evidenció que normalmente la audiencia, el uso que le da es para el desarrollo de su cotidianidad, como forma de interacción con su entorno y círculos sociales, otros para mantenerse informado que en muchos casos condiciona su forma de actuar respecto a las situaciones de la realidad. Por ejemplo, si en el noticiero el reportero dijo que se prevén lluvias, las personas al salir de casa llevan su paraguas para evitar mojarse.

Martín Barbero menciona que en los usos no habla sólo la clase social, habla también la competencia cultural de los diversos grupos que atraviesa las clases, por la vía de la educación formal en sus distintas modalidades, pero sobre todo los que configuran las etnias, las culturas regionales, los "dialectos" locales y los distintos mestizajes urbanos en base a aquellos.

Para concebir observar el comportamiento de la audiencia respecto a los noticieros nacionales se trabajaron grupos focales, este instrumento es muy útil ya que se logra un contacto directo con las personas involucradas y de esta forma se logra percibir de manera más eficaz sus percepciones y formas de vida.

Los **grupos focales** son una discusión en grupo puede ser categorizada bajo grupo focal, siempre y cuando el investigador promueva y esté atento a las interacciones de los participantes en el grupo. (KITZINGER, 1995, pp. 300)

En otras palabras, es un grupo de personas que han sido seleccionadas y convocadas por un investigador con el propósito de discutir y comentar, desde su punto de vista, el tópico o tema propuesto por el investigador (POWELL, 1996, pp. 201)

Se puede interpretar que los grupos focales se desarrollan durante las etapas preliminares o exploratorias de un estudio, es una técnica útil si el fin es la recolección de información, estos están conformados por un grupo de personas que previamente son seleccionados conforme a una base de requisitos y el objetivo de reunirlos es escuchar su percepción respecto a un tema en específico desglosado en preguntas.

El análisis cualitativo el cual tiene una función principal basada en los objetivos planteados dentro de la investigación, es lo que se realiza con la información proveniente de los grupos focales.

Para comprender este término, la Real Academia Española define análisis como la separación de las partes de algo para conocer su composición, mientras que la palabra cualitativo hace referencia a reconocer las partes con las que está compuesto algo.

Al relacionar ambos significados se puede concluir que el **análisis cualitativo** es la vista en detalle de los componentes que conforman una situación o para el caso acerca de la información que se produce en la realidad interna y externa del sujeto y es utilizada por propósitos de indagación.

En ese sentido, los datos cualitativos obtenidos son sobre las interacciones de los sujetos entre sí y frente a los medios de comunicación, en este caso la televisión junto con el entorno y lo que se hace con ellos son reflexiones con el fin de extraer significados que permitan comprender la situación del objeto de estudio.

Los medios de comunicación y para este caso los noticieros televisivos despiertan la **opinión pública** a nivel global, así mismo utilizan las figuras de los líderes de opinión para influenciar de algún modo a las audiencias, por ejemplo, el caso del noticiero TN21 utiliza la voz de Roberto Hugo Preza para construir una opinión pública específica del noticiero.

Walter Lippmann explica que la formación de un modelo de opinión pública depende de los medios de comunicación, demostró que esas ventanas abiertas al mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él.

La opinión pública, sostiene Lippmann, responde, no al entorno, sino a un pseudoentorno construido por los mass media, es decir que, entre el entorno y los individuos, está la presencia de un factor que estimula su comportamiento.

Según la Real Academia Española, la palabra opinión hace referencia a una valoración que tiene una persona respecto a otra o algo; por su parte, el término público se refiere que algo o alguien están a la vista de todos.

El grupo investigador define que la opinión pública son los juicios de valor que la audiencia crea del contenido del noticiero televisivo que observa, este concepto puede ser influenciado entre otras cosas, por líderes de opinión, la familia y el contexto social en el que se encuentre.

Además, el estudio de la opinión pública toma en consideración lo que opina la gente, cómo se forman los propios pensamientos acerca de los asuntos públicos, cómo se transmiten a los demás y cómo las opiniones que circulan entre las personas llegan a ser una parte sustancial de la realidad social.

En ese sentido, cuando la gente habla entre sí y pone en circulación sus opiniones en el espacio social, contribuye a la formación de un tejido social específico, intangible y a la vez aprehensible para casi todos. Ese plano de la vida social constituido por las opiniones que las personas emiten y circulan entre ellas es llamado **opinión pública**.

(MORA 2005: pp. 23)

Ante lo anterior, se concluye la opinión de las audiencias respecto al contenido presentado por los diferentes noticieros televisivos depende de lo que el mismo noticiero desea que piensen de él, conforme a eso crea su imagen.

En otro orden, según el análisis y pruebas, los noticieros tienen básicamente la misma **oferta informativa**, la diferencia entre ellos es el formato y la intención con el que presentan la información.

En ese sentido, este término tiene que ver con la información disponible que colocan los noticieros a disposición del televidente, la cual es decidida por los medios y no conforme a los intereses de la audiencia, esto se concluye luego de que todos los miembros de los grupos focales expresaran inconformidad en que la mayoría de contenidos presentados por el noticiero de su preferencia limitan la información.

Entonces es el medio quien crea la necesidad del tipo de contenido que el noticiero presenta y es así como el individuo crea el hábito de consumo. En El Salvador todas las cadenas de noticias televisivas tienen una misma base de contenido, todos cubren prácticamente lo mismo, esto se determinó al hacer una comparación de las pautas informativas diarias de diversas cadenas de noticias del país, por ejemplo, Canal 12, Canal 21 y Canal 33 cubren prácticamente lo mismo.

Es de esta manera que los diversos medios de comunicación logran hacer una concentración de la **realidad social**. De acuerdo al monitoreo de contenido de los noticieros televisivos nacionales, se identificó que los mass media construyen una sola realidad con la que los individuos se identifican, por ejemplo, en todas las informaciones, todos los días y en todas las emisiones, los noticieros presentan contenido de violencia e inseguridad.

Por lo tanto, la única realidad percibida por el televidente es un país violento en su totalidad y esto genera un imaginario colectivo por parte de la población salvadoreña, todos concuerdan en que al salir de casa tienen que ser precavidos y evitar la visita a zonas consideradas de alto riesgo en determinadas horas del día.

En ese sentido, la Real Academia Española, **realidad social** se entiende como un producto del conjunto de relaciones que establecen los seres humanos a través del tiempo, es decir surge a consecuencia de la relación de ellos y los medios, ellos y la sociedad.

Así mismo, hay otras realidades que debido a que los medios no las presentan, no es tan percibida y no es tan latente en la población, por ejemplo, temas de corrupción del gobierno, entre otros, en la mayoría de ocasiones las personas los desconocen o si conocen es a través de otro tipo de medios, como en la actualidad lo son las redes sociales.

Para conocer acerca del **imaginario colectivo**, se describe que imaginario, del latín imaginarius, connota la significación de aparente, mientras que colectivo, es lo común a un número de individuos, es la característica de dicho grupo, comparten un mismo interés, en otras palabras, se *identifican* en y por algo. (PEÑUELA V, 2012, pp 4 y 8)

Por lo tanto, el registro de lo imaginario confluye de una forma lógica en el colectivo, reacomoda cada una de las representaciones que en un grupo humano se han creado para la existencia de la opinión pública y permiten que su vida como hecho, sea imaginado como real; sea establecido como orden en lo social. (PEÑUELA V, 2012, pp 10)

En otras palabras, el imaginario colectivo es el pensamiento común dentro de un grupo y cabe señalar que lo social converge, entonces, de una forma u otra en el comportamiento de los sujetos que hacen parte de él y la información que se construye en torno a su acción.

Entonces, la audiencia actúa conforme a lo social, lo cual es manipulado por los medios. Además, esta es un **conductor de información**, los noticieros emiten la información, el televidente la recibe, la interpreta, retiene y posteriormente intercambia con los miembros de su colectivo o sociedad. La información es conducida hacia los diferentes círculos sociales de su entorno.

Por otro lado, es muy importante tener claro el concepto de **consumo cultural** para la comprensión del tema abordado en la investigación, y para tener una mejor visión este término, el autor García Canclini expone lo siguiente.

Una definición inicial del consumo como "conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos" concepción que denota, de entrada, la complejidad del abordaje, pues el consumo involucra prácticas sociales, que son a la vez simbólicas, por medio de las cuales los productos son apropiados y objeto de usos diversos.

Posteriormente, Canclini define al consumo cultural como "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica".

Los consumos culturales se concluyen que son conjuntos de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde, al menos, estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.

Por lo tanto, para el caso la televisión es una vía de consumo de bienes culturales, específicamente el noticiero, es un bien cultural que es consumido para satisfacer la necesidad de estar informado por parte de las audiencias.

La información que sale de los noticieros televisivos pasa por un proceso de selección previo, dicho contenido es presentado a los televidentes de acuerdo a los intereses de lo que quiere darse a conocer, es decir, ellos brindan la información tanto como les conviene, por lo tanto, no todas las noticias son contadas, eso genera una **retención de la información** por parte del medio televisivo.

En consecuencia, se determina que la retención de la información permite un control del medio sobre lo que consume la audiencia en términos noticiosos, es decir que el noticiero decide la cantidad de contenido informativo le da al individuo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Carácter de la investigación

La investigación “Estudio de recepción de noticieros televisivos nacionales en jóvenes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador”, es de carácter cualitativo, a través de la cual se estudió todo lo subyacente dentro de los pensamientos de los jóvenes de la facultad que conlleva a preferir un noticiero televisivo nacional, su información y el uso que estos le dan a esa información, lo cual se descifró a través del paradigma interpretativo.

Por su parte, Gregorio Rodríguez Gómez plantea que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas.

La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales como: entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, grupos focales, textos históricos, imágenes, sonidos, que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.

En este sentido, la investigación de carácter cualitativo se aplicó al “Estudio de recepción de noticieros televisivos nacionales en jóvenes de 20 a 22 años de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador”, a través de dos grupos focales conformados por estudiantes de la Facultad, para lograr determinar la preferencia de los investigados con respecto a las mediaciones que los influyen a elegir X o Y noticiero de la palestra nacional.

Como tal, la investigación da la apertura necesaria para poder determinar todas esas influencias o mediaciones que plantea Jesús Martín Barbero, que subyacen en el pensamiento diverso de los jóvenes a estudiar, apertura que una investigación cuantitativa carece.

A través del grupo focal como técnica empleada para conocer el pensamiento de los diferentes jóvenes de las diferentes carreras de la facultad, se puede conocer de manera clara directa, concisa y precisa, el pensar, la crítica y análisis que los jóvenes de la facultad hacen con respecto al contenido vertido dentro de los medios transmisión hacia ellos, un sector de la sociedad salvadoreña con un pensamiento más amplio de la realidad debido a su preparación profesional dentro de la Universidad de El Salvador.

Para lograr una investigación efectiva, este tipo de investigación exige implementar una base científica ideal para comprender los datos; de esta forma, el paradigma interpretativo sirve como base teórica y así interpretar de manera ideal todas las ideas vertidas en los grupos focales que se desarrollan en esta investigación.

En suma, la investigación cualitativa permite conocer a jóvenes que conforman las carreras de la Facultad de Ciencias y Humanidades.

En concreto: sus contextos sociales y mediaciones con el fin de producir un conocimiento más integral de los procesos comunicativos, conociendo en específico el proceso a través del cual los jóvenes como receptores de los noticieros nacionales otorgan sentido a los referentes mediáticos y se producen para sí significados concretos, que evidencia su aceptación, negociación o resistencia por parte de ellos como, creando confrontación de identidades y producción cotidiana de cultura.

Por lo tanto, este trabajo es interpretativo puesto que la investigación permite explorar desde cada uno de los hogares de los diferentes miembros a participar en el estudio, la preferencia y reconstrucción de información que permiten entender y describir la recepción de noticieros televisivos nacionales.

3.2. Determinación de la muestra

La muestra para la ejecución de la investigación fue tomada de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador, sede central, la cual cuenta con una población de 6,125 estudiantes, esto según la base de datos de la administración académica de dicha facultad¹, siendo este el universo estudiado.

Para llevar a cabo la ejecución del estudio, se conformaron 2 grupos focales, de 11 personas cada uno, tomando en cuenta como base las 22 carreras que conforman la facultad, pertenecientes tanto a la zona urbana como rural del país, lo que determinó estatus económicos, sociales, educativos y culturales distintos cada uno, con el propósito de incluir mayores posibilidades de respuesta y comportamiento ante la temática.

También, se analizó la variedad de experiencias y contactos que los estudiantes universitarios tienen con ciertos ámbitos culturales, religiosos, políticos y otros que de alguna manera moldean su forma de percibir su realidad o contexto en el que viven.

Las características para incluir a los integrantes de los grupos focales, se basaron en género, edad y que sea estudiante de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador, tomando en consideración un total de 22 personas, distribuidos de la siguiente manera:

Por género: 11 hombres y 11 mujeres. **Sector estudiantil:** estudiantes de las 19 carreras que conforman la Facultad de Ciencias y Humanidades. **Edad:** De 20 a 22 años que consuman un noticiero televisivo nacional, con un mínimo de 4 veces por semana.

¹<http://www.academica.humanidades.ues.edu.sv/sites/www.academica.humanidades.ues.edu.sv/files/E-Inscritos%20CP-2017%20%2802102017%29.pdf>

3.3. Justificación de la muestra

Según la CEPAL en América Latina la población juvenil es la mayor parte de los habitantes de cada país, para la muestra de esta investigación se ha decidido trabajar con estudiantes de educación superior, específicamente de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

La selección de la población de este centro de estudios se realizó de acuerdo con la factibilidad del grupo investigador y su relación con el mismo, puesto que se conocen las instalaciones, autoridades y otros aspectos que facilitarán el desarrollo de la técnica a implementar.

Cada grupo focal estuvo conformado por 11 estudiantes que pertenecen a distintas carreras de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador, y que tienen entre 20 y 22 años de edad respectivamente, esto permitió diversidad de respuestas, equidad de género y sobre todo un análisis profundo de la temática abordada.

Los requisitos fueron que los jóvenes universitarios se encuentren entre las edades 20 a 22 años y que consuman como mínimo un noticiero televisivo nacional; siempre se buscará una equidad entre los participantes.

De ese manera, es posible obtener la mayor gama de información y opiniones posibles a esto se le agregó que debe consumir como mínimo 4 veces por semana un noticiero televisivo nacional.

Otro aspecto importante es que los jóvenes seleccionados para la realización de la técnica provienen de las distintas áreas del país, sean estas urbanas o rurales.

El trabajar con estudiantes de la Universidad de El Salvador permite la versatilidad de lugares, y una diversidad de opiniones que se originan de los distintos y diversos sectores de la sociedad divididos tanto económico, social, y culturalmente, lo cual es factible para ampliar la cantidad de criterios de los diferentes sectores sociales, presentando un universo de ideas del pensamiento colectivo de los jóvenes.

3.4. Descripción de la técnica

En este estudio, el objeto se abordó desde el método cualitativo, que tiene como fin mostrar las cualidades y mediaciones que residen en el pensamiento no cuantificable de los jóvenes de la Facultad de Ciencias y Humanidades con respecto a las preferencias de noticieros televisivos nacionales.

Este método va más allá pues posibilita explorar el objeto desde diversas realidades incluyendo al propio investigador, por esta razón se hará uso de la técnica de investigación cualitativa del grupo focal.

Según Jazmine Escobar y Franci Ivonne Bonilla Jiménez, en su artículo “Grupos focales y una guía conceptual metodológica”, “los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semi estructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador; de igual forma, explican que “el propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias experiencias y reacciones en los participantes, esto no sería fácil de lograr con otro método.

Además, comparado con entrevista individual, los grupos focales permiten obtener una multiplicidad de miradas y procesos emocionales dentro del contexto del grupo”.

Esta técnica acerca la investigación al objetivo principal, analizando la recepción de la muestra escogida y al mismo tiempo indagar las preferencias de los noticieros y cómo pueden influir en la vida cotidiana.

Para aplicar esta técnica se conformaron dos grupos focales de un total de 11 personas cada uno, cumpliendo con las características de género, edad, pertenencia estudiantil a la Facultad de Ciencias y Humanidades y recepción de noticieros con un mínimo de cuatro días por semana.

Otras características que se agregaron a los requisitos anteriores, son:

- Residir en cualquier área del país.
- Cursar segundo y/o tercer año de cualquiera de las carreras.
- Estudiante activo.

Estrategias que se utilizaron.

- La duración de cada grupo focal no será mayor de dos horas.
- Las sesiones serán planificadas con anticipación.
- Se prometerá un incentivo para los participantes.
- Se utilizará una guía de preguntas generadora de información.

La técnica que se utilizó es el grupo focal, debido a su versatilidad y la forma en que puede aportar a crear una aproximación a la realidad en cuestión mediante la complementariedad.

Como parte de la ejecución del método cualitativo, la utilización de esta técnica es con base a las teorías en las que se basa el estudio, como es la Teoría del Uso social de los Medios.

Martínez-Miguel, dice que el grupo focal “es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto”. (MIGUELEZ M: 2012, pp.116).

La técnica es particularmente útil para explorar los conocimientos y experiencias de las personas en un ambiente de interacción, que permite examinar lo que la persona piensa, cómo piensa y por qué piensa de esa manera.

Los grupos focales tienen su fundamento teórico en la epistemología cualitativa, defiende el carácter constructivo-interpretativo del conocimiento, lo que implica destacar que el conocimiento es una producción humana, en donde el conocimiento es una construcción que se genera al confrontar el pensamiento del investigador con los múltiples eventos empíricos que se presentan.

Se caracteriza en la visión de las investigaciones sociales como un proceso de comunicación, un proceso dialógico, donde la comunicación es una senda para

conocer los procesos de sentido que caracterizan a los sujetos individuales y a través de éstos, conocer la forma en que diferentes condiciones objetivas de la vida social afectan al hombre.

Por medio del grupo focal fue posible para el investigador, identificar aquellos elementos que forman las causas de preferencias de los noticieros televisivos nacionales.

Con el estudio de recepción que forma parte de las técnicas de investigación, es una forma de estudiar las experiencias y opiniones de las personas participantes, con el único fin de conocer las diferentes visiones de mundo de cada una y lograr identificar el objeto de estudio.

GUÍA METODOLÓGICA PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DURANTE LOS GRUPOS FOCALES.

PAUTAS:

- Presentación de la investigación y objetivos por parte del investigador.
- Inicio de sesión, presentación de las preguntas generadoras de información a los asistentes.
- Desarrollo, Pregunta-Respuesta
- Cierre

El estudio de recepción buscó propiamente conocer la preferencia de las audiencias estudiadas en cuanto a los noticieros televisivos nacionales, con este ejercicio se pudo no solo obtener los datos necesarios, sino ampliar las respuestas de cada uno de los estudiantes involucrados.

Como equipo de trabajo se designó a Rosa Margarita González Valencia como moderadora en el primer grupo focal, y a Mauricio Xavier Mónico Torres para el segundo; el compañero Tito Uriel García se desempeñó como encargado del área de logística para ambos grupos focales.

Para aplicar la técnica de grupo focal se abordaron los tópicos siguientes:

- Identificar el noticiero televisivo nacional que más es consumido por las personas participantes.
- El número de televisores que hay en la casa de cada una de las personas y en cuántos de ellos la familia observa noticias.
- Los estudiantes residen con su grupo familiar o fuera de el
- Las personas observan los noticieros para informarse.

- Localizar las mediaciones que influyen para la preferencia hacia uno u otro noticiero.
- Las secciones de los noticieros que los jóvenes en cuestión prefieren y que los lleva a elegir esos segmentos de los informativos.
- Caracterizar el noticiero que los jóvenes consumen desde su perspectiva.
- Que le agregarían o quitarían las personas involucradas en el grupo focal al noticiero que ellos consumen.

BATERÍA DE PREGUNTAS A REALIZARSE EN LOS GRUPOS FOCALES POR PARTE DE LOS MODERADORES.

- 1. ¿Cuál es el noticiero que ustedes prefieren?**
- 2. ¿A qué hora del día consumen dicho noticiero?**
- 3. ¿Con quién y adonde observan ese noticiero?**
- 4. ¿Cuántos televisores hay en sus casas y en cuántos de ellos se ven noticias?**
- 5. ¿Qué tipo de recepción de señal tienen sus aparatos televisivos?
Análoga o digital.**
- 6. ¿Cuánto tiempo pasas al día frente a la televisión?**
- 7. ¿Les han sugerido algún noticiero? ¿Cuál y quién?**
- 8. ¿Cuáles son las noticias que presentan con mayor frecuencia en su noticiero?**
- 9. ¿Con que finalidad ven el noticiero que prefieren?**
- 10. ¿Qué información del noticiero les atrae más y por qué?**
- 11. ¿Qué uso le dan a esa información que reciben?**
- 12. ¿Cómo catalogarían o describirían ustedes al noticiero televisivo nacional de su preferencia en cuanto al manejo de la información que expone?**
- 13. ¿Qué mejorarían o quitarían del noticiero televisivo nacional que ustedes prefieren para mejorar la calidad del contenido?**

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de la técnica de recolección de información.

Uno de los principales objetivos de este estudio es conocer la preferencia de las personas participantes en cuanto a las preferencias con respecto a los noticieros televisivos nacionales; específicamente se buscó definir de manera individual el noticiero de aceptación para cada estudiante.

4.2. Preferencia

Las 22 personas participantes, en su mayoría, contestaron que el informativo nacional que más visualizan es el Noticiero Hechos, el cual es transmitido en emisiones matutinas a las 5:30 de la mañana, meridianas a la una de la tarde y estelares de las ocho de la noche, el segundo noticiero que más se mira es Código 21 y se mencionaron nombres como Telenoticias 19, Teledos, Noticias 4 Visión y El Noticiero de Canal 6.

Este comportamiento de preferencia tiene una base teórica expresada por Canclini en su teoría Consumo Cultural, “una persona apropia un producto o lo familiariza a partir de sentir que es una necesidad tenerlo”, en tal sentido y en su mayoría, los estudiantes que participaron en los grupos focales reconocen y hacen como parte de su rutina el visualizar los noticieros que se expusieron anteriormente casi todos supliendo la necesidad de la información, por ejemplo, “me interesa el clima por cualquier situación que pueda darse y así estar prevenido, además lo deportivo”, o “por ver digamos cuáles colonias o lugares son los más peligrosos y tratar de evitarlos por eso”. Además, las prácticas de consumo que menciona la teoría se relacionan con comportamientos, hábitos, preferencias y gustos.

En ese sentido, el consumo implica uso, desgaste, adquisición, disfrute, recepción de significados de un 'algo' que desde la perspectiva económica satisface una necesidad; es decir, es un satisfactor. Esto último podría entenderse como "todo lo que el hombre estima como apto o capaz de concurrir en forma directa o indirecta, mediata o inmediata, a la satisfacción de sus necesidades" (DORANTES, 1971, p17)

Explica que los satisfactores pueden ser bienes o servicios. Los bienes tienen como característica que "debido a sus cualidades reales o supuestas" son considerados como capaces de satisfacer necesidades (DORANTES, 1971, p17)

Es lo que ocurre precisamente con la audiencia y el noticiero televisivo, las personas lo miran porque necesitan suplir una necesidad que es la de informarse y ven en las cadenas de noticias el servicio idóneo que les proporcione dicha satisfacción.

Al relacionar la teoría de Canclini con los resultados de las preferencias, se afirmó que esto da pauta a que los participantes asocien los noticieros televisivos nacionales con la realidad social, el gusto del formato en el que prefieren recibir la información de acuerdo al medio que transmite los informativos y los hábitos a seguir en su diario vivir.

4.3. Razones fundamentales de la preferencia

En adición a lo anterior, este comportamiento se complementa con factores como los horarios de los noticieros, con quienes se visualizan, el tipo de señal de los aparatos receptores, entre otras cosas.

En ese sentido, el *factor horario* es uno de los puntos muy importantes que influyen dentro de la preferencia debido a la disponibilidad de ofertas informativas en exposición a la hora que los estudiantes pueden sintonizar la TV, la mayoría de los participantes coincidieron en que la noche es el horario más factible en el que consumen el noticiero, “en la noche, en la edición estelar”; “durante la noche, a las ocho”; “en la noche”; “entre las ocho y las nueve”.

Este factor se puede visualizar en las acotaciones de los participantes, quienes afirman que en su mayoría observan las ediciones estelares o nocturnas y algunos las matutinas de los noticieros, pero solo en dos casos miran las de meridiano, puesto que elementos como el estudio, trabajos o *rutinas diarias* influyen para que ocurra este fenómeno.

No menos importante, otro de los factores que determinan la preferencia noticiosa son las personas con las que los estudiantes hacen la recepción del noticiero, haciendo alusión a la *proximidad familiar*.

4.4. Contexto familiar

En este sentido, la investigación apunta a que los estudiantes visualizaban las noticias con sus padres, compañeros de vida o solos, “en mi casa son como 13 personas, pero, solo mi papá, mi mamá y yo vemos el noticiero”, “yo solo en casa”, “Como solo vivimos tres, sólo los tres estamos pendientes de las noticias y siempre con cualquiera de los dos o los dos”.

Datos interesantes que hacen cumplir la teoría del Consumo Cultural de Canclini en donde las personas adoptan y relacionan los productos a partir de la creación de una necesidad adquirida, en este caso las personas han adoptado recibir en familia los informativos nacionales, “en mi casa y con mis dos papás”, “con la familia, 8 personas, en casa”, “con mi familia en casa”, con el fin de suplir la necesidad de informarse.

Cabe destacar que *la familia* también es una mediación según la teoría De los Medios a las Mediaciones de Jesús Martín Barbero, la cual es retomada también en los Estudios de Recepción de Guillermo Orozco Gómez, puesto que ambas plantean que la proximidad de las relaciones familiares es determinante para la elección de la recepción en las personas; Barbero hace referencia a que una concepción que ve en la familia uno de los espacios claves de lectura y decodificación de la televisión.

La cotidianidad familiar es al mismo tiempo "uno de los pocos lugares donde los individuos se confrontan como personas y donde encuentran alguna posibilidad de manifestar sus ansias y frustraciones". Además, le atribuye una filosofía que le otorga a la televisión una función puramente especular, empieza a abrirse paso una concepción que ve en la familia uno de los espacios claves de lectura y decodificación de la televisión.

En tal sentido, para reafirmar el último apartado se cuestionó el número de aparatos de recepción televisiva que hay por casa de las 22 personas de los grupos focales, para determinar la *proximidad familiar* al momento de visualizar los noticieros.

La respuesta a esta interrogante arrojó como resultado que en total hay 42 aparatos de recepción de señal televisiva distribuidos en las distintas casas de los estudiantes investigados, del total de televisores, solo en 31 se observan noticias, lo que quiere decir que en efecto la proximidad familiar al momento de la recepción se cumple puesto que los estudiantes casi en todos los casos están acompañado de un familiar cuando esto ocurre.

4.5. Otros factores determinantes de preferencia

Además, *la temporalidad social*, Barbero lo explica en que es un tiempo repetitivo, que comienza y acaba para recomenzar, un tiempo hecho no de unidades contables, sino de fragmentos. Es insertándose en el tiempo del ritual y la rutina, como la televisión inscribe la cotidianidad en el mercado.

Cada texto televisivo remite su sentido al cruce de los géneros y los tiempos. En cual género pertenece a una familia de textos que se replican y reenvían unos a otros desde los diversos horarios del día y la semana. En cuánto tiempo "ocupado", cada texto remite a la secuencia horaria de lo que le antecede y le sigue o a lo que aparece en el palinsesto otros días a la misma hora. Visto desde la televisión, el tiempo del ocio cubre y devela la forma del tiempo del trabajo: la del fragmento y la serie.

Por otro lado, está *la competencia cultural*, tiene que ver con que los hábitos de clase atraviesan los usos de la televisión, los modos de ver, y se hacen manifiestos que son observables etnográficamente en la organización del tiempo y del espacio cotidiano, por ejemplo, Barbero se pregunta ¿Desde qué espacios mira la gente el televisor: privados o públicos, la casa, el bar de la esquina, el club de barrio? ¿Y qué lugar ocupa el televisor en la casa: central o marginal, preside la sala en que se hace la vida "social" o se refugia en el dormitorio, o se esconde en el armario de donde se saca solamente para ver algo muy especial?

La lectura de la topografía posibilita el establecimiento de una topología simbólica configurada por los usos de clase. Del mismo modo, es posible trazar una tipología social de los tiempos: desde la pantalla encendida todo el día hasta el encendido sólo para ver el noticiario o la serie de la BBC.

Basándose en los planteamientos anteriores, se concluyen varias situaciones, la primera es que la familia juega un papel fundamental en la determinación o decisión del individuo al momento de elegir un noticiero y además es en el entorno familiar donde ocurre la interacción de sus miembros. Es debido a eso que los jóvenes entre 20 y 22 años observan los noticieros televisivos con al menos, un miembro de su familia nuclear y en otros casos con todos los que forman parte del círculo familiar.

Por otro lado, respecto a la temporalidad social, significa que los textos televisivos son repetitivos, es decir, los televidentes son los encargados de repetir esa serie de mensajes que se les transmite, ya sea con o sin interpretación propia.

Mientras que, con la competencia cultural, puede observarse una gama de usos que no tienen que ver únicamente con la cantidad de tiempo dedicado, sino con el tipo de tiempo, con el significado social de este tiempo y con el tipo de demanda que los diferentes jóvenes le hacen a la televisión.

Barbero relaciona la TV y las mediaciones de la siguiente manera “Lo que me interesaba era la TV ¿Por qué? Por las mediaciones que aparecen: la cotidianeidad familiar, o sea, en lo que pasa en la casa cuando se juntan a mirar la telenovela o la TV; desde la TV como se organizaba la jornada de la gente, de la temporalidad; la telenovela y el noticiero funcionaban como la continuación del monasterio y sus campanas para los campesinos medievales”.

A partir de la frase anterior, Barbero expresa que el noticiero o la novela de la TV aparte de aparecer en la cotidianidad o expresar proximidad familiar, también organiza a lo que se hace en ese momento del día, en la época medieval los monasterios tocaban las campanas al amanecer, al mediodía y al atardecer y esto es lo que repite la novela o el informativo en cada uno de los hogares, no solo dar proximidad sino organizar y hacer cotidiano el momento de recepción.

4.6. El factor económico como determinante de preferencias

Guillermo Orozco Gómez, en los Estudios de Recepción plantea que los medios mismos establecen una mediación con las audiencias de acuerdo con sus *características políticas, económicas, sus lealtades y sus estilos*.

El conocer si una familia es capaz o no de tener televisión de paga o recepción gratuita puede ser determinante para cualificar la economía de las familias de las que provienen los estudiantes participantes de los grupos focales.

Según el censo realizado por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC) en 2010, en El Salvador, entre los años 2005 y 2010, la adquisición del servicio de televisión de paga o cable subió de 3.3 % al 11.8 % en la zona urbana del país, mientras que en la zona rural pasó del 0.1 % al 0.90 %.

Con el dato anterior y tomando en cuenta que en el país hay más de seis millones de habitantes, el porcentaje es muy bajo y eso tiene que ver con que la economía de las familias en el país, no le permite a la mayoría obtener un servicio de televisión de paga.

Bajo dicha premisa, la investigación a través de los grupos focales se enfocó en determinar el tipo de señal televisiva que cada estudiante poseía en sus hogares, donde las opciones disponibles en nuestro país son análogas o digitales.

Teniendo en cuenta que en El Salvador los salarios mínimos rondan los 300 dólares y el precio de la canasta básica urbana ronda los 200 dólares según la Dirección General de estadísticas y censos DIGESTYC, el que un hogar pueda tener televisión de paga determina el estatus económico en el que puede estar una familia. Por ejemplo, Karina, participante de uno de los grupos focales afirma que en su hogar no tienen televisión digital debido a sus altos costos.

Ante esto, en el estudio de investigación, 15 personas de los grupos focales respondieron que tienen señal digital o de cable mientras que siete dijeron que en sus casas aún se recibe la señal de forma análoga, debido a que el cambio a señal digital les implica un costo extra y mayor y no lo consideran una necesidad básica para vivir por lo que se mantienen con la que tienen.

Se puede decir entonces que la diversificación de las dos señales aún se mantiene en los distintos hogares, y muchos de ellos afirmaron que prefieren no pagar, pero

reconocen que tienen más de un aparato televisivo en sus casas, por lo que se afirma que el nivel socio económico de estas personas se orienta a la clase media baja.

Se puede hacer la relación entre las causas del porqué las familias salvadoreñas mantienen la señal análoga con respecto al dato presentado anteriormente según el censo, pese a que el servicio de cable o servicio de televisión de paga forma parte de los servicios dentro del hogar, no representa un servicio básico, es decir, fundamental para sobrevivir, todo lo contrario, es visto como un lujo, ya que implica un gasto extra para las familias o personas que lo adquieren.

4.7. Uso social de Noticias

La teoría del Uso Social de los Medios de Jesús Martín Barbero, plantea que los mensajes de los medios de comunicación deben estar bien ubicados al público al que son transmitidos, es decir a una clase social determinada, puesto que, si no es así, esto puede significar una pérdida para el medio.

Lo que busca esta teoría es conocer lo que las personas se apropian de los distintos programas televisivos, por ende, es necesario conocer la clase social de la audiencia pues reconoce que es un público activo pensante y reflexionante.

Por su parte, un factor no menos importante, pero si igual de determinante que los factores anteriores es el tiempo en el que los estudiantes dedican para ver televisión, ya que permitirá conocer la proximidad del noticiero en su rutina y el espacio que brindan al observar noticias, por lo tanto fue de suma importancia determinar el factor del tiempo invertido frente a sus aparatos receptores.

Muchos participantes y en su mayoría, orientaron su respuesta a las dos horas diarias promedias, aunque algunos reconocieron pasar más tiempo oscilando las 10 o 12 horas frente un televisor, lo importante es saber que las emisiones estelares de los noticieros y las matutinas duran alrededor de una hora en día de semana habitual, por lo que se afirmaría que la mitad del tiempo en la que los estudiantes que englobaron los grupos focales de esta investigación pasan frente a una pantalla de TV es para visualizar un noticiero.

En este sentido, la investigación determinó que la proximidad y reconocimiento de los noticieros en la vida de los estudiantes es muy cercana, puesto que están acopladas al tiempo rutinario de cada uno de ellos, esto significa un elemento determinante en los factores que influyen en las preferencias y aceptación de los informativos.

Por ejemplo, los estudiantes ven noticieros en la emisión que más les conviene con respecto a sus horarios de clases, consideran en que miran contenido noticioso mayoritariamente durante la noche, ya que coinciden con la llegada de ellos a sus casas y su disponibilidad de tiempo.

Dentro de las mediaciones encontramos *los círculos sociales* del contexto en donde se desenvuelve el individuo, escuela, trabajo, comunidad, etc. Estos elementos

pueden influenciar en cierta medida la elección que el sujeto realiza al momento de identificar un noticiero televisivo.

Lo anterior debido a que las sugerencias para visualizar un noticiero en específico pueden surgir de compañeros de trabajo, maestros o vecinos y bajo este paradigma la investigación llevó a poner en cuestión la sugerencia de otras personas con respecto a la sintonía de algún noticiero específico, para poder definir cuál noticiero sería y quién fuera la persona influyente.

Por ejemplo, uno de los miembros de los grupos focales contó su experiencia cuando un compañero de trabajo le sugirió observar el noticiero de Canal 10 en un horario específico, ya que considera que su contenido le podría interesar por su calidad.

De las 22 personas en los grupos focales, solo seis personas aceptaron que les han sugerido noticieros, en su mayoría las personas que han hecho las sugerencias son familiares, amigos o compañeros de trabajo, entre los noticieros que han sido sugeridos se encuentran Hechos de Canal 12, Telenoticias 19 de Grupo Megavisión, TCS y Panorama 10.

Parte de los objetivos de esta investigación fue conocer si las mediaciones estaban presentes en la recepción de noticieros televisivos nacionales, además de identificar cuáles son, y en esta pregunta se ponen de manifiesto el entorno social y las relaciones interpersonales del individuo.

Esto último influirá en el tipo de contenido que adquieren las audiencias por parte de los informativos, cada noticiero tiene su estilo, forma y tratamiento diferente con la información por lo que es necesario conocer las distintas secciones que los estudiantes identifican o en todo caso, la información que más se repite. Esto se puede denotar en cada grupo focal de los realizados donde los estudiantes de las diferentes carreras identificaron al tema de la violencia y política como ejes centrales de los informativos dejando en segundo plano a la economía, cultura y temas sociales.

Lo anterior está relacionado a la oferta informativa de los medios de comunicación, en cada uno prevalecen las mismas temáticas porque muchas cadenas de noticias realizan la misma cobertura de temas y fue comprobado a partir de una comparación de pautas informativas entre Canal 33 y Canal 21.

Haciendo referencia a lo anterior, Erick, Karelyn, Karen, Susan, pertenecientes al primer grupo focal analizado, opinan que los temas de mayor relevancia mostrados por los noticiarios son la violencia, donde se enmarca las muertes, asesinatos, y actividades ilícitas, y la política donde la centralización son temas de corrupción y actualidad nacional dentro de ese campo.

En su mayoría, casi todos los miembros de los grupos focales expusieron que lo que más identifican ellos en la información que transmiten los noticieros es la violencia y los asesinatos, otros mencionaron en repetidas ocasiones la política y la economía, y en menor medida las cosas buenas y secciones altruistas.

Ante tales afirmaciones, se puede hacer una interrogante con base a este resultado ¿A caso la violencia es lo que vende en los noticieros televisivos nacionales?

Según el sitio en línea “Mediosfera.WordPress.com”, la violencia es como la guerra que conviene en todos los escenarios económicos, aunque no sean correctos y presenta tres efectos negativos importantes que puede darse a partir de la exposición de la violencia en los medios de comunicación:

Produce un efecto adictivo, prueba de ello, es la gran cantidad de contenido violento que las televisoras ponen al aire, gracias a la demanda de la audiencia, y esto es lo que lo hace rentable.

Se expone frecuentemente que el hecho de que las personas se les expongan con material violento de forma constante, provoca una modificación en la percepción humana con respecto a la violencia. Esto se puede comprobar con la opinión de Carolina, participante del grupo focal 1, quien expresó ver las noticias con el fin de poder determinar el nivel de violencia que está sufriendo el país.

Así mismo, Karelyn, estudiante de la Licenciatura en Letras, manifestó que sintoniza el noticiero con la finalidad de informarse sobre las colonias más afectadas por la ola de violencia nacional para poder evitar acudir a esos determinados lugares.

De esta manera, se puede determinar cómo *el nivel de información transmitida* por los informativos afecta la percepción de los usuarios con respecto al entorno en el que se desarrollan.

Rojas Marcos es quien denomina este fenómeno como “síndrome del mundo malo”, en donde las personas se perciben más débiles y vulnerables ante la imponente presión de la violencia que en algún momento oprimirá, sin saber cómo defendernos

de ella. Este sería el efecto contrario al de la doble identificación del verdugo y la víctima.

Los medios de comunicación provocan en la audiencia una percepción de menor alarma frente a la violencia. En este caso serviría para que las personas toleren la inevitable violencia del mundo.

Sin duda alguna, lo único que hace la violencia en los medios de comunicación expuesta de manera constante es generar un efecto repetitivo o psicótico, y los habitantes de esa sociedad expuesta caminan intranquilos por sus calles. Karen, participante del grupo focal 1, identifica a los medios de comunicación como entes de consumo de información como transmisores de la violencia que se vive en la estructura social nacional.

Esta afirmación es válida teniendo en cuenta que una de las consecuencias del contenido que los medios de comunicación presentan es crear imaginarios colectivos en donde pueden presentarse falsos estereotipos, cotidianidades de la sociedad y situaciones comunes de un individuo de la sociedad, en donde la gente las adopta y las hace personales, otros participantes de los grupos focales de la investigación reconocen que su interés político también se ve influenciado muchas veces por los perfiles que los medios de comunicación presentan.

Por ejemplo, Carolina, perteneciente al primer grupo focal en análisis, opinó que la información política vertida por los noticieros la utiliza para poder determinar las potenciales opciones que tiene con respecto a las personas que se postularan como futuros líderes políticos y funcionarios públicos.

Es por eso que un pilar fundamental de este estudio es conocer el uso que los individuos le dan a la información que reciben o para que la utilizan y ante esto, es necesario cuestionar la finalidad con la que los estudiantes sintonizaban un determinado noticiero.

4.8. ¿Para que utilizan los jóvenes la información de los informativos nacionales?

En su totalidad, las 22 personas seleccionadas contestaron que la finalidad con la que ven el contenido de los noticieros es para informarse, algunos diferenciaron secciones más que otro, pero de lo que más les interesa es tráfico, violencia, acontecer nacional e internacional.

Esto contribuye a que las audiencias creen un imaginario social o colectivo que permite ampliar y conocer otras partes internas de la misma nación, en donde se puede observar la cultura, población y grados de inseguridad que tiene un lugar en específico, lo cual ayuda al ciudadano a aceptar o advertir de los lugares que son o no transitables.

Aunque los medios de comunicación salvadoreño están conscientes del efecto cascada que puede generarse a partir de la presentación de imágenes repetitivas de violencia, parece no importarles, el imaginario colectivo del ciudadano promedio salvadoreño es estar alerta en todo momento ya que la realidad insegura que los medios de comunicación muestran del país trasciende de manera negativa incluso afuera de las fronteras.

Si bien es cierto no se puede desligar la violencia de la realidad, pero los manuales de estilo de cada medio son los que determinan la forma explícita o implícita en la que se tocará este tema para su difusión, y en El Salvador los noticieros en su mayoría no lo poseen ya que solo siguen líneas editoriales propias de los medios de comunicación al que pertenecen.

A este punto, el estudio ha expuesto las preferencias, mediaciones y contenido que presentan los noticieros; sin embargo, el factor de retención de la información es importante dentro del proceso comunicativo para poder crear una audiencia activa cuestionando las secciones de los informativos que los participantes tienen para escoger.

Los estudiantes en estudio calificaron de amarillista, vendidos, y hasta burda la información que los diferentes noticieros que los medios de comunicación, ya que lejos de presentar una realidad sin retoques, muestran una realidad que convenga conforme a la línea editorial de cada noticiero.

Jesús Martín Barbero menciona en al Uso Social de los Medios, que existe una articulación, cotidiana y permanente, con las rutinas del receptor, la comunidad, lo

nacional y lo global, y que esta reacción ante el mensaje realiza así una retroalimentación.

“Mediación” puede significar cómo los medios tradicionales (prensa, cine, radio y TV) se hallan en la mitad entre la realidad y la audiencia, y ejercen diferentes roles además reproducen una ideología, rehacen la cultura de las mayorías, se recrean géneros en cuya trama narrativa (principalmente el melodrama) trabajan bien mezclando el imaginario mercantil y la memoria cultural.

Denis McQuail plantea que “El uso de los medios es, típicamente, específico de una situación y orientado a objetivos sociales que se dan como resultado de la participación en comunidades interpretativas”.

"Las audiencias de géneros mediáticos particulares a menudo componen “comunidades interpretativas” separadas que comparten las mismas formas de discurso y marcos para hacer sentido de los medios.

Es decir, el individuo perteneciente a una audiencia activa, el uso que le dará a la información servirá para reconstruir información a partir de su modo y estilo de vida, costumbres adquiridas y el entorno que le rodea. Este proceso finaliza e inicia un nuevo ciclo de comunicación cuando toda la información sea procesada por el individuo y éste la exponga nuevamente en su entorno.

Cuando la audiencia es activa, ésta se toma la tarea de hacer con la información que el medio le presenta una interpretación propia, es a partir de esta descomposición y reconstrucción del contenido consumido que crea sus propias significaciones y conceptos con base a su contexto y otros factores que influyen en él.

Lo anterior no está separado de esta investigación, ya que, en casos como el de Karen, estudiante participe del grupo focal dos, expone que a partir de la información que el noticiero le brinda construye su ruta de destino a los lugares que debe llegar, puesto que reconoce como una realidad contundente el cierre de una calle si así aparece en el informativo.

De la misma forma, Lisseth también involucrada en el grupo focal reconoce que ella visualiza los noticieros para estar al tanto de lo nacional y lo internacional reconociendo que lo que sucede fuera de las fronteras del país también afecta a la realidad nacional, por ello se puede afirmar que la estrategia con la que los estudiantes observan las noticias más allá de informarse es para también construir su propia realidad a partir de los datos que adquieren en los informativos.

Basados en los resultados de las respuestas expuestas por los individuos participantes de los grupos focales se pudo enfatizar que *los estudiantes le dan uso*

a la información para tomar conciencia, transformarla en actitudes y mantenerse informado de la realidad en la que viven.

4.9. Perspectiva y análisis de los estudiantes sobre los noticiarios nacionales

Sin embargo, cabe destacar que dentro de los noticieros también existen aspectos negativos en cuanto a la imagen que proyectan los informativos en los individuos, por eso fue importante definir cómo los estudiantes catalogaron o describieron al noticiero televisivo nacional de su preferencia en cuanto al manejo de la información.

A pesar que los informativos nacionales son los que transmiten información que sirve para crear una realidad dentro del entorno de los individuos, lo cierto es que la imagen que proyectan en los estudiantes participantes en casi su mayoría es negativa.

Por ejemplo, Alexander, miembro del grupo focal 2 afirmó que la imagen de los noticieros que él visualiza es sensacionalista y el 6 lo considera falso puesto que a veces la información que presentan no tiene lógica y omiten información.

Los adjetivos con los que han sido catalogados son populistas, amarillistas, vendidos e incluso mentirosos, sin embargo, Jorge participante del grupo focal número 2 afirmó que en su caso con noticias 4 Visión que es el noticiero que él prefiere, tratan de ser objetivos.

Esta realidad responde a la línea editorial a la que el medio pertenece, ya que, en El Salvador, los medios de comunicación responden a intereses de grupo de poder político que difunden únicamente la conveniencia de los patrocinadores, dicha situación afecta la realidad profesional de los comunicadores y periodistas en donde sus derechos son violentados y vulnerables.

Por ejemplo, la Asociación Nacional de Periodistas de El Salvador APES reconoció a través de sus redes sociales el día 3 de mayo de despidos masivos de periodistas de la Prensa Gráfica, según explicaron el medio de comunicación impreso puso de manifiesto que tenían problemas financieros y por eso recortaban personal.

Un claro ejemplo en donde los periodistas no tienen estabilidad laboral en las empresas de comunicación y a eso hay que sumarle la sobrecarga laboral a la que se someten aquellas personas que quedan laborando en los medios.

El profesionalismo y la objetividad últimamente responde al marketing y la publicidad, en los informativos nacionales, estos factores son los que les dan una mala imagen y concluyen muchas veces en cuestionar la veracidad de la información ya que responde a intereses económicos y tribales.

Por ejemplo, Moisés Urbina reconocido presentador de Tele Corporación Salvadoreña, afirmó que él es periodista porque lo ejerce, aunque su carrera estudiada sea Ingeniería Eléctrica, esto lo expresó el día 10 de mayo de 2017, en una entrevista realizada en su espacio informativo.

Lo cierto es que un médico no se puede autodenominar como tal si no tiene el estudio y la preparación incluso un enfermero no puede ir a ejercer su labor si no está reconocido como tal por la junta médica salvadoreña, pero en la realidad salvadoreña cualquier persona que puede hablar bien frente a cámaras se autodenomina periodista.

Milagro Hernández (2017). “Un médico puede matar a una persona en un quirófano, pero un mal periodista puede matar a una sociedad entera”.

Conociendo lo anterior reflejado y como parte del aporte de esta investigación, se cuestionó a los estudiantes en cuanto a cómo mejorar el contenido de los noticieros nacionales.

Los estudiantes acotaron que debería haber un balance entre la información negativa con la positiva, además de evitar la ridiculización y sátira de la violencia puesto que se burlan del dolor ajeno.

Giselle, estudiante participante del primer grupo focal comentó que le gustaría que “las noticias malas las omitieran un poco, poner por ejemplo las muertes en cuadros estadísticos, que se presente contenido educativo más que cultural, lo cultural es bueno para nosotros porque más o menos lo entendemos, pero muchas personas no les interesa eso porque no tienen la educación adecuada para captar ese tipo de información, más espacios para educar a la gente, que se enfoquen en acciones por ejemplo alguna reforma política pero sin tintes partidarios”.

Ante esta afirmación, algunos estudiantes piensan que el problema viene de raíz y recomiendan cambiar a los dueños de los medios de comunicación, otros no fueron tan radicales y solamente pidieron que se respete el profesionalismo de la carrera de periodismo y se ponga solo gente capacitada para ejercer.

Susan participante del grupo focal número 2 tiene una opinión muy particular con respecto al apartado anterior, “a mí me parece que deberían si cambiar la manera en que trabajan y cambiar a ciertas personas porque yo he visto cuando hacen reportajes por ejemplo, y las reporteras son inútiles así y no hay otra palabra para decirlo entonces deberían cambiar a esas personas o tengan o sea un criterio mejor,

mayor preparación para poder dar esas entrevistas porque lo hacen como para no sé, ni siquiera como describirlo, pero por compromiso, entonces creo que deberían cambiar esas personas y poner gente más capacitada que de noticias como de verdad y de forma objetiva y cambiar también que el noticiero en sí en general sea más objetivo no por un color y que saquen noticias no solo muertes, no sólo cosas malas sino que también cosas buenas porque las cosas malas en cierta parte son importantes, pero no todo es tan malo entonces, tal vez si bombardean de cosas buenas tal vez empiecen a pasar más cosas buenas, tal vez”.

Además, destacaron la necesidad que el contenido de la información debe ser balanceado, es decir que, así como se presenta temas referidos a la violencia y delincuencia, deben ser mostrados temas más sanos para la mente del televidente tales como los relacionados con expresiones culturales, emprendurismo y de más, ya que el desbalance, aseguran que provoca cada vez más en la sociedad salvadoreña un estrés social que se ve reflejado en la cotidianidad.

Para lograrlo, las personas propusieron una reestructuración de la agenda con la que los diferentes medios trabajan.

Jennifer Hernández, participante del primer grupo focal opinó que los noticieros deberían dar “énfasis a las cosas positivas porque a pesar de lo malo que se vive, hay cierto grupo de personas donde existe el humanismo, el noticiero solo se encarga de influir miedo en la sociedad”.

A partir de lo anterior se puede destacar que los jóvenes y quizá la sociedad misma se interesarían más en los contenidos de los noticieros siempre y cuando, este mismo fuera más serio y comprometido con la finalidad de informar y balancear la información, dándole el mismo espacio a las cosas buenas que a las malas, no fuera parcial en los datos que presenta y sobre todo educaran con respeto a la sociedad.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

A partir de la información recabada se concluye que los noticieros preferidos son “Noticiero Hechos” y “Código 21” tomando como base la credibilidad, imparcialidad y variabilidad en su contenido, con respecto a los demás noticieros en cuestión según el público meta evaluado.

Los ejercicios realizados en esta investigación permiten afirmar que las causas por las cuales los jóvenes prefieren un noticiero en específico, son dos principales, por un lado, se encuentran las temáticas abordadas; ya que cada noticiero tiene un distinto estilo que fomenta un atractivo para cada uno de los públicos, los cuales significan una proximidad y reconocimiento de las audiencias.

En tal sentido la mayoría de los jóvenes estudiados opinó que la variación de la información y el estilo con la que esta es presentada en cada noticiero los hace interesarse más en comparación de otros, puesto que los informativos favoritos, tienen secciones específicas que van de la mano con el avance de la tecnología y a la vez presentan particularidades en la forma de redacción y presentación al momento de transmitir datos, los cuales los caracteriza de una manera distinta a otros que solo se enfocan en temas de economía y violencia nacional.

La segunda causa que determina la preferencia hacia los noticieros mencionados tiene que ver con el horario en el que se presentan cada una de las emisiones, ya sean matutinas, del mediodía o la emisión estelar, Noticiero Hechos concuerda con la rutina de la mayoría de los participantes, de igual forma Código 21 en su única emisión estelar de las 9 de la noche logra reunir a las distintas familias de los estudiantes frente al televisor.

A pesar que otros noticieros de distintas cadenas televisivas concuerdan con el horario de los expuestos anteriormente, al combinar la proximidad e identificación de la información con la factibilidad de horarios de las audiencias, tenemos como resultado la razón de preferencia de los dos ya mencionados, a

esto se le suman algunas mediaciones determinantes que influyen directamente en la elección de los mismos, por ejemplo:

El entorno familiar es la mediación que los estudiantes reconocen como más influyente al momento de elegir uno u otro noticiero, puesto que en su mayoría al momento de visualizar los informativos reconocen que se crea un espacio de debate y discusión con su núcleo hogareño a partir de los distintos tópicos recepcionados, incluso algunos afirman que ver x o y programa de información nacional es considerado ya una tradición familiar.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que la familia y el hogar se vuelven un lugar para descodificar el contenido informativo.

En igualdad de importancia, el factor cultural aparece también como una mediación, las familias tradicionales en El Salvador crean una rutina de informarse sobre la realidad del país por medio de la televisión; el aparato televisivo, al tener uno como mínimo, es mayoritariamente colocado en la sala de la casa, el lugar mayor transitado por los individuos, lo que concluye en una topografía que simboliza una cotidianidad de las familias en informarse a través de este medio de comunicación.

Los círculos sociales actúan también como mediadores en la decisión de preferencia de un telenoticiero, ya que, al ser un lugar de socialización, el individuo puede ser inducido a ver uno en específico el cual puede volverse su preferido.

La agenda informativa de todos los noticieros en cuestión tiene su base en dos lineamientos, política y seguridad, es decir, los temas que son abordados son aquellos relacionados a política, delincuencia y criminalidad.

Los contenidos que la juventud prefiere observar tienen que ver mucho con cultura, clima y delincuencia principalmente; la exposición de la violencia tiene como causante, su alta demanda en las diferentes audiencias.

Los jóvenes utilizan la información principalmente para realizar una transmisión e intercambio de contenido adquirido a otras personas, es decir, una socialización de información.

Además, satisfacer la necesidad de mantenerse informado sobre la realidad nacional, información que influye directamente en el accionar de cada uno

conforme a su contexto. En ese sentido, la juventud se vuelve una audiencia activa, ya que, elabora sus propios significados de lo que se le presenta y es así como lo aplica a su entorno.

En tal sentido y bajo las respuestas emitidas por los participantes, se asegura que el uso que estos mismos le dan a la información es en primer lugar informarse, puesto que en su totalidad los datos vertidos por los noticieros les sirven para construir un imaginario social, nacional e internacional de los acontecimientos más relevantes.

De igual forma las secciones tecnológicas que comparten algunos de estos noticieros permiten a los jóvenes innovarse, y a la vez actualizarse en cuanto al uso de nuevas herramientas y adelantos científicos que contribuyen en algunos casos a mejorar la calidad de vida del ser humano.

En cuanto al entretenimiento, los jóvenes utilizan las secciones de espectáculos de cada noticiero, puesto que el contenido de la misma permite que los receptores se enteren de la información catalogada de interés popular ya que va relacionada con artistas, moda, cine y farándula.

Se concluye que los noticieros crean un imaginario colectivo basado en dos creencias primordiales: una sociedad violenta, dejando de lado la parte positiva y en el caso de la política, verla como un sinónimo de corrupción e injusticia.

Todos los noticieros tienen algún grado de parcialidad y amarillismo por el estilo y política en la presentación de la información, además proporcionan información con insuficiente sustentabilidad.

5.2 RECOMENDACIONES

A los medios de comunicación, que puedan presentar una imagen fiable a las nuevas y viejas generaciones de públicos, que con la ampliación del acceso a la información y a la profesionalización del individuo de manera académica, logran tener un panorama más amplio de la realidad, con una comprensión que exige una despolitización de la realidad, donde se presente los datos de manera más objetiva, sin importar favorecer o desprestigiar a los diferentes sectores de la sociedad para así cumplir con uno de los fines de la comunicación, el cual es informar.

Así también, a los estudiantes, deben de diversificar su panorama informativo para así poder entender los diferentes escenarios y posturas que nos plantean los noticiarios de nuestro país. De esta forma, al tener dos puntos de vista, y de planteamientos de ideas propuestos por dos noticiarios de diferentes líneas editoriales, puedan discernir y crear una interpretación de la realidad más objetiva.

Los estudiantes como profesionales de su entorno, son los encargados de difundir a través de la comunicación interpersonal los diferentes puntos de vista de la percepción de la realidad difundidas a través de los medios de comunicación y en especial de los informativos salvadoreños, para así poder contribuir a crear un panorama más amplio de la realidad en su entorno, ya sea familia, círculo de amigos o conocidos.

La función de los medios de comunicación, y en específico los noticieros nacionales es informar a la población sobre la realidad del país en todos sus escenarios. Por lo tanto, a los medios de comunicación se recomienda dejar de lado la violencia, delincuencia, corrupción, etc., como información medular de nuestro país. Los públicos exigen un cambio radical a la manera en cómo se pinta nuestra sociedad, donde se le debe dar importancia a las noticias que destaquen aspectos culturales, tecnológicos e innovaciones que afecten de manera positiva al cambio de pensamiento de los expectantes.

La agenda informativa elaborada por los medios de comunicación debería ser más amplia y abordar temas más allá del ámbito delincencial y político, la sociedad necesita temas enfocados en el desarrollo como país, tomando en cuenta que la audiencia utiliza la información para compartirla entre su círculo

social y familiar, es importante la creación de mayor contenido cultural para que los temas de conversación cotidianos sean de aprendizaje y no solo fatalidades.

Además, las cadenas de noticias necesitan evidenciar en mayor medida el grado de imparcialidad al momento de presentar su contenido, al no ser, la audiencia identifica el sensacionalismo y prefiere informarse por otros medios. Si bien es cierto que no podría existir imparcialidad pura pero los noticieros no deben perder el objetivo claro que tienen que es el de informar y permitir que las personas formen su propio criterio con respecto a lo que se les presenta.

IV. FUENTES DE CONSULTA

A. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

BARBERO, J (1992) **Televisión y melodrama**, Colombia, Editorial Tercer Mundo, pp 294.

BONILLA, J (1993) **El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado**, España, Editoriales Jensen, K.B. y N.W. Jankowsk Bosch, pp 323.

CORTEZ, Javier (2017) **Bullying en Ciudad Juarez**, México, Editoriales Otra Cara, pp. 166.

FORD, Aníbal (1984) **Cultura Popular y (medios) de comunicación**, Argentina, Editorial Legasa, 311pp.

GRANDE, Julio (1999) **La influencia de la televisión**, El Salvador, Editorial e Imprenta Universitaria, Universidad de El Salvador, pp 183.

GUREVITCH, Michael (1985) **Usos y gratificaciones de la comunicación de masas**, España, Editoriales M. De Moragas, pp 334.

KLAUS, J (1990) **Plusvalía semántica: bosquejo de una teoría pragmática de la recepción de los medios en Estudios sobre las culturas contemporáneas, Vol. IV, No. 10**, México, Editoriales Centro Universitario de Investigaciones Sociales/Universidad de Colima, Colima, pp 183.

MARTÍN, Barbero (1987) **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**, España, Editoriales Gustavo Gill, pp. 247.

MC QUAIL, Denis (1997) **Análisis de la audiencia**, Reino Unido, Editoriales Sage, pp. 166.

MONZON, Cándido (2006) **Opinión Pública, comunicación y política**, España, Editorial Tecnos, pp. 355.

OROZCO, Guillermo (1996) **Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo, ediciones de la Torre**, España, Ediciones de la Torre-Universidad Iberoamericana, pp 191.

SERRANO, Martín (2004) **Producción social de la comunicación**, España, Editorial Alianza, pp. 253.

VASALLO, María (1999) **La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas**, Brasil, Editoriales Diálogos de la Comunicación, No. 56, pp 250.

B. FUENES HEMEROGRÁFICAS

AMAI (2006) **El análisis de la recepción: estudio cualitativo de audiencias de la TV en Datos, diagnósticos, tendencias**, Revista de la AMAI, No. 8, Julio-Septiembre, México, S.E, pp 30.

MATTELART, A & MATTELART, M. (1987) **La recepción: el retorno al sujeto, Diálogos de la comunicación**, Perú, S.E, pp. 30.

OROZCO, Guillermo (1994) **Televisión y producción de significados**, México, Universidad de Guadalajara, pp 51.

OROZCO, Guillermo (1995) **Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio**, México, S.E, Universidad iberoamericana, pp. 65.

C. FUENTES ARCHIVOLÓGICAS

ALMENDAREZ, C, PINEDA, Z & ROMERO, D. (2011) **Análisis de recepción de los lectores del área metropolitana de San Salvador sobre las noticias económicas nacionales dentro de la sección económica de La Prensa Gráfica**. (Tesis de pregrado) El Salvador, Universidad de El Salvador.

BELLATERRA, F. (2001) **La metodología cualitativa en la investigación de la recepción televisiva. Análisis comparativo de las técnicas y de los**

supuestos, (tesis de postgrado) España, Universidad Autónoma de Barcelona.

BONILLA, A, GARCÍA, C & VILLALTA, A. (2017) **La recepción de noticias ambientales de los medios impresos en el área metropolitana de San Salvador desde octubre a diciembre de 2016**. (Tesis de pregrado) El Salvador, Universidad de El Salvador.

CÁCERES, C, CHINCHILLA, A & HERNÁNDEZ, M. (2016) **Análisis de recepción de los habitantes del área metropolitana sobre la violencia en el Municipio de San Salvador**. (Tesis de pregrado) El Salvador, Universidad de El Salvador.

CALLEJAS, A, CAMPOS, F & DE RAMÍREZ, A. (2014) **Uso del internet como herramienta de aprendizaje por estudiantes de cuarto año de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador** (tesis de pregrado) El Salvador, Universidad de El Salvador, San Salvador.

CLAUDIO, E & FLORES, T. (2010) **La recepción televisiva de jóvenes estudiantes de nivel medio de Comalcalco, Tabasco (México) Una exploración autorreflexiva del uso de la televisión con técnicas cualitativas**. (Tesis doctoral) España, Universidad Autónoma de Barcelona.

DE JESÚS, A, CRUZ, V & BONILLA, E. (2015) . **Estudio de recepción: las calidades de las informaciones periodísticas sobre la violencia social desde la perspectiva de los estudiantes de periodismo de la Universidad de El Salvador. Casos: “Noticias 4 visión” de canal 4 y “Código 21” de canal 21**. (Tesis de pregrado) El Salvador, Universidad de El Salvador, San Salvador.

DOMÍNGUEZ, V, TORRES, R & NEHEMÍAS, M (2017) **Análisis de recepción del programa “Diálogo sonsonateco” en los jóvenes de 18 a 30 años del casco urbano del municipio de Sonsonate**. (Tesis de pregrado) El Salvador, Universidad de El Salvador.

LOZANO, C. (1995) **Recepción de medios, clases, poder y estructura. Cuestiones teórico metodológicas de investigación cualitativa de la audiencia de los medios de comunicación de masas en Comunicación y sociedad**, (tesis de pregrado) México, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

D. FUENTES EN LÍNEA

BARBERO, Jesús, **Jóvenes: comunicación e identidad en Pensar Iberoamérica, Revista de cultura, Organización de Estados Iberoamericanos**, (40 párrafos) (en línea <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>)

BRACERO, José, Milagro Hernández. **Cuba: el periodismo y sus amigos, dos tesoros** (27 párrafos) artículo de Radio Cubana (en línea http://www.radiocubana.cu/radialistas_cubanos/32-historia-de-la-radio-cubana/memoria-radial-cubana/2092-milagro-hernandez_cuba-el-periodismo-y-sus-amigos-dos-tesoros) consultado el 20 de enero de 2019.

ENCINAS, Lía, **En los medios también hay violencia**, (25 párrafos) artículo de Jóvenes y Conscientes, (en línea <http://jovenesyconscientes.blogspot.com/>) consultado el 15 de enero de 2019.

GÓMEZ, Guillermo Orozco, **Los Estudios de Recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a mucho más**, (13 páginas) artículo de Universidad Federal de Río Grande del Sol, (en línea <http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/3629/4400>) consultado el 29 de julio de 2018.

PEÑUELA, Alejandro, ÁLVAREZ, Guillermo, **Imaginarios, colectivos: implicaciones sociales. Una aproximación psicológica a las agendas de información**, (37 párrafos) artículo de Razón y Palabra, Revista Electrónica en América Latina especializada en comunicación, (en línea <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/lpenuela.html>) consultado el 2 de agosto de 2018.

PSICOACTIVA.COM. **Emociones** (en línea <http://www.psicoactiva.com/emocion.htm>) consultado el 23 de enero de 2019

REVISTA COMUNICAR, **Medios, Audiencia y mediaciones, De Orozco Gómez** (1999) (en línea <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=8&articulo=08-1997-06>) consultado el 22 de enero de 2019.

RUBIO, José, **Opinión Pública y medios de comunicación**, (68 párrafos) artículo de Gazeta de Antropología, (en línea https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html) consultado el 2 de agosto de 2018.

SANTOS, Samuel, **¿Qué es la Realidad Social?**, (3 párrafos) artículo de Quizlet, (en línea <https://quizlet.com/63722171/que-es-la-realidad-social-flash-cards/>) consultado el 2 de agosto de 2018.

URIARTE, Eduardo, **Los Medios de Comunicación de masas y la Opinión Pública**, (12 páginas) artículo de Universidad Complutense de Madrid, (en línea <http://webs.ucm.es/info/cpuno/asoc/profesores/lecturas/uriarte.pdf>) consultado el 3 de agosto de 2018.

E. FUENTES ORALES

ALAS, Giselle (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

ALFARO, Karen (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

CABEZAS, Sofía (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

CAMPOS, Alexander (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

CASTRO, Zulma (2018) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019.

CHICAS, Karen (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

DÍAZ, Jorge (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 17 de febrero de 2019

DUEÑAS, Carlos (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

FLORES, Ruth (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 17 de febrero de 2019.

GARCÍA, Karelyn (2018) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

GONZÁLEZ, Susan (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

GUTIÉRREZ, Lourdes (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

HENRÍQUEZ, Jennifer (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

HERNÁNDEZ, Antonio (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 17 de febrero de 2019.

JUAREZ, Carolina (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

LÓPEZ, Alejandro (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 17 de febrero de 2019.

MÀRTÍNEZ, Óscar (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

MÉNDEZ, Erick (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

MONTANO, Lisseth (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

PÉREZ, Ileana (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

SÁNCHEZ, Josué (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 10 de febrero de 2019

SOLORZANO, Ismael (2019) estudiante de Educación Superior de la Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador, 24 de febrero de 2019.

ANEXOS

DESARROLLO DE GRUPO FOCAL 1

MODERADOR: XAVIER TORRES.

Pregunta	Respuestas
1. ¿Cuál es el noticiero que prefieres?	<p>Josué: el noticiero que yo prefiero es Hechos de canal 12.</p> <p>Óscar: Yo también Hechos de canal 12.</p> <p>Sofía: yo Meganoticias 19.</p> <p>Giselle: Telenoticias 21.</p> <p>Alexander: Las noticias del 19, creo que es el mega, del 12 y también las del 6 en la noche, el noticiero de canal 6.</p> <p>Carlos: Yo sería el del canal 2, Teledos y Noticiero Hechos.</p> <p>Ileana: Código 21, Noticias 4 Visión y el del 6.</p> <p>Zulma: Hechos de Canal 12.</p> <p>Jennifer: Noticiero Hechos.</p> <p>Lourdes: el de canal 6 y código 21.</p>
2. ¿A qué hora consumen dicho noticiero?	<p>Josué: A la hora que yo veo el noticiero hechos es la emisión estelar de las 8 la noche.</p> <p>Óscar: también 8 de la noche.</p>

	<p>Sofía: 7 de la noche.</p> <p>Giselle: siempre 7 de la noche.</p> <p>Alexander: yo creo que, en la mañana, a las 7 creo que empiezan y el de la noche que es el del canal 6.</p> <p>Carlos: el de las 7:00 pm del dos y a las 8:00 pm del 12.</p> <p>Ileana: a las 8:00 pm y a las 9:00 pm.</p> <p>Zulma: a las 8:00 pm.</p> <p>Jennifer: a las 8:00 pm.</p> <p>Lourdes: a las 8:00 pm y el del mediodía.</p>
<p>3. ¿Con quién y dónde observan dicho noticiero?</p>	<p>Josué: con mi familia en casa.</p> <p>Óscar: con mi mamá ahí en la casa.</p> <p>Sofía: con mis papás en la casa.</p> <p>Giselle: solo con mi papá ahí en la casa.</p> <p>Alexander: con toda la familia en casa (tres miembros).</p> <p>Carlos: yo solo con mi tía en casa.</p> <p>Ileana: con mi familia en mi casa (5 miembros).</p>

	<p>Zulma: con mi compañera de vida en mi casa.</p> <p>Jennifer: con mi abuela y mis hermanos en la casa.</p> <p>Lourdes: con mis papás en mi casa.</p>
<p>4. ¿Cuántos televisores hay en su casa y en cuántos de ellos se ven noticias?</p>	<p>Josué: Hay dos TV y solo se ve en uno.</p> <p>Óscar: en la mía hay tres TV y solo se ven en dos.</p> <p>Sofía: en la mía hay tres y solo se ven en dos.</p> <p>Giselle: en la mía solo tenemos uno y ahí se ve.</p> <p>Alexander: solo uno y en ese.</p> <p>Carlos: igual solo uno y en ese se ven.</p> <p>Ileana: en mi casa hay dos, pero solo en uno se ven noticieros.</p> <p>Zulma: dos y en los dos se ven.</p> <p>Jennifer: uno y solo en uno.</p> <p>Lourdes: tres y solo en uno se ven.</p>
<p>5. ¿Qué tipo de recepción de señal tienen sus aparatos televisivos? Sea análogo o digital.</p>	<p>Josué: en mi caso tengo señal digital.</p> <p>Óscar: cable</p> <p>Sofía: digital</p>

	<p>Giselle: digital</p> <p>Alexander: análogo</p> <p>Carlos: análogo</p> <p>Ileana: digital</p> <p>Zulma: análogo</p> <p>Jennifer: digital</p> <p>Lourdes: digital</p>
<p>6. Durante el día ¿cuánto tiempo pasas frente a la televisión?</p>	<p>Josué: aproximadamente de 2 a 3 horas durante todo el día.</p> <p>Óscar: dos horas</p> <p>Sofía: dos horas.</p> <p>Giselle: como tres horas diarias</p> <p>Alexander: de 6 a 8 horas.</p> <p>Carlos: dos horas.</p> <p>Ileana: máximo dos horas.</p> <p>Zulma: dos horas.</p> <p>Jennifer: dos horas.</p> <p>Lourdes: varía porque puedo pasar casi toda la noche como 6 horas.</p>

<p>7. ¿Les han sugerido algún noticiero alguna vez? Y ¿quién lo ha sugerido?</p>	<p>Josué: a mí me han sugerido el de Meganoticias 19, mis papás.</p> <p>Óscar: ninguno</p> <p>Sofía: ninguno</p> <p>Giselle: ninguno</p> <p>Alexander: no</p> <p>Carlos: no</p> <p>Ileana: no</p> <p>Zulma: no</p> <p>Jennifer: no</p> <p>Lourdes: no</p>
<p>8. ¿Cuáles son las noticias que presentan con mayor frecuencia en el noticiero que ustedes prefieren?</p>	<p>Josué: en noticiero hechos hay noticias nacionales, temas del día y un tema específico sobre la realidad salvadoreña.</p> <p>Óscar: los asesinatos, las noticas rojas.</p> <p>Sofía: delincuencia.</p> <p>Giselle: prácticamente asesinatos, noticias de corrupción en casos de partidos políticos, realidad nacional y noticias internacionales.</p> <p>Alexander: debates, tráfico vehicular, la violencia.</p>

	<p>Carlos: clima, temas políticos, violencia, secciones especiales contando historias, espectáculos, hay una variedad.</p> <p>Ileana: espectáculos, deporte, cultura, es lo menos que se presente, lo más que se presenta son nacionales, violencia, temas políticos, pero solo del punto de vista que les conviene.</p> <p>Zulma: en carácter nacional creo que, de violencia, la política y allá a las quinientas algo bueno y las internacionales.</p> <p>Jennifer: realidad nacional, violencia, la corrupción en la política.</p> <p>Lourdes: más que todo se puede observar la violencia, los que piden ayuda, tráfico, más que todo, cosas políticas.</p>
<p>9. ¿Con qué finalidad ven el noticiero que prefieren?</p>	<p>Josué: la principal finalidad es informarme, quizás con ese noticiero que tiene un poco más de seriedad desde mi punto de vista.</p> <p>Óscar: informarme del ámbito nacional.</p> <p>Sofía: de informarme por el poco tiempo que tengo para ver noticias.</p>

	<p>Giselle: para informarme y porque uno tiene que dominar un poco los temas que están aconteciendo en la realidad salvadoreña.</p> <p>Alexander: conocer la información transmitida de un noticiero y de los otros dos para ver qué concordancia hay en la información que no están transmitiendo.</p> <p>Carlos: para informarme, me entero de lo que ha pasado en el día aquí en el país y ver las noticias de otros países.</p> <p>Ileana: informarme.</p> <p>Zulma: informarme.</p> <p>Jennifer: informarme.</p> <p>Lourdes: informarme.</p>
<p>10. ¿Qué información del noticiero les atrae más y por qué?</p>	<p>Josué: personalmente las notas relacionadas con cultura o telecomunicación porque a la cultura le dedican menos tiempo por eso es necesario conocer acerca de esos temas, para estar al tanto y actualizarnos.</p> <p>Óscar: a nivel nacional, el de crimen para ver cómo anda el nivel de asesinatos en el país.</p>

	<p>Sofía: la parte de la violencia, la delincuencia y las internacionales, me gusta estar enterada quizás por las materias que llevo.</p> <p>Giselle: en lo personal me gusta ver las noticias que tienen aspectos políticos que hablan sobre legislatura y todo eso, leyes, sobre todo el ámbito educativo que hablan de tal reforma porque tengo la oportunidad de contrastar lo que ellos nos dicen cuando yo voy a los centros escolares a ver la realidad, entonces uno va viendo lo que a uno le dicen y la realidad. Me gusta ver cómo le mienten a la gente. También me gusta ver las noticias de política internacional para contrastar el estado en el que se encuentra el gobierno actual si es culpa solo de ellos o si otros países, otras realidades tienen algo que ver.</p> <p>Alexander: el ámbito de los debates, cómo se contradicen los políticos, lo judicial cuando meten preso a algún político por ciertas corrupciones, los asesinatos, y también los cierres de calles, el clima que, aunque a veces es falsedad, el deporte porque estoy relacionado a la Educación Física entonces tengo que saber un poco más de eso.</p> <p>Carlos: a mí dos cosas, la parte cultural porque debería dársele un poco más de</p>
--	---

	<p>énfasis a parte a la cultura de nuestro país, cuestiones del arte y secciones de tecnología qué novedades hay y un poco las secciones de espectáculos con respecto a la moda, saber de eso porque creo que mi carrera tiene que ver un poco, cuestiones de creaciones.</p> <p>Ileana: me gusta basarme en la violencia y en el lado político, porque debemos saber cómo está nuestro país y también evitar hacer cosas o pasar por lugares que están muy peligrosos para salvaguardar tu vida, sobre todo en San Salvador y solo político porque podemos ver cómo estas personas solo muestran un lado de la moneda.</p> <p>Zulma: el acontecer del país porque tenemos que estar informados, la violencia y los lugares más peligrosos, pero también me gustan las cosas buenas porque creo en medio de tanto caos ver algo bueno es bastante alentador para no quedarse solo con las cosas negativas.</p> <p>Jennifer: el ámbito nacional porque siendo ciudadanos no podemos estar viviendo con los ojos cerrados acerca de lo que pasa en la actualidad y al verlo podemos hacer algo para cambiarlo.</p> <p>Lourdes: me gustan dos puntos diferentes, los asesinatos, cómo está el</p>
--	--

	país y la parte buena, cosas de cultura, de espectáculo.
<p>11. ¿Qué uso le dan a esa información que el noticiero les da?</p>	<p>Josué: para adquirir un cargo de conciencia con respecto a lo que ocurre en nuestra realidad, la coyuntura social, política y económica que está sucediendo, ver un análisis y posibles soluciones ante esos problemas.</p> <p>Óscar: me sirve para la carrera y me genera un poco de conciencia para cambiar un poco la realidad.</p> <p>Sofía: conocimiento personal y porque me ayuda bastante en la carrera.</p> <p>Giselle: uso que estima la carrera, estudio psicología, veo porqué la sociedad salvadoreña está tan paranoica, hay pruebas estandarizadas que dice que la paranoia es un rasgo común en nuestra población por la situación de la violencia, entonces me preguntó cómo no está así de trastornada la población si los medios solo eso nos presentan, es decir, estamos afectados por las noticias, contenido negativo y veo cómo eso afecta en la población.</p> <p>Alexander: en el ámbito deportivo por mi carrera, saber cómo está esto de la política.</p>

	<p>Carlos: me informo, pero no salgo a la calle con esa mentalidad negativa, simplemente para informarme. Además, por mi carrera, a veces presentan secciones de moda, combinación de colores, creaciones y eso me sirve.</p> <p>Ileana: porque me llena de responsabilidad para empezar a hacer un cambio e influenciar a las nuevas generaciones.</p> <p>Zulma: para crear mi propio criterio y mis propias opiniones de lo que ocurre.</p> <p>Jennifer: me sirve para una ampliación de conocimiento en todas las áreas que brinda el noticiero, cada área está alrededor de nosotros e implica en nuestras vidas y es necesario tener más conocimiento acerca de eso.</p> <p>Lourdes: para informarme y también ver que en otros municipios hay diversas muestras de arte, sirve de inspiración para ampliar las formas artísticas.</p>
<p>12. ¿Cómo catalogarían al noticiero televisivo de su preferencia en cuanto al manejo de la información que exponen?</p>	<p>Josué: un poco sensacionalista, pero al mismo tiempo cumple con algunas funciones periodísticas.</p> <p>Óscar: populista porque no restringe a ninguna parte de la población, sino que</p>

	<p>se dirige a todos y sensacionalista también.</p> <p>Sofía: sensacionalista y también un poco comprometido con la información.</p> <p>Giselle: sensacionalista totalmente.</p> <p>Alexander: canal 19 y canal 12 los caracterizo como sensacionalistas y el 6 lo considero falso, siento que a veces la información que presentan no tiene lógica, omiten información.</p> <p>Carlos: sensacionalista.</p> <p>Ileana: Código 21 y el de canal 4, sensacionalistas y de canal 6 poco comprometido con la información.</p> <p>Zulma: el área política sensacionalista mientras que en el área de violencia es comprometida con la información.</p> <p>Jennifer: sensacionalista Noticiero Hechos.</p> <p>Lourdes: falta de credibilidad porque no toman muy en serio las noticias.</p>
<p>13. ¿Qué mejorarían del noticiero o qué le quitarían para mejorar la calidad en su contenido?</p>	<p>Josué: temas culturales, datos históricos que de alguna manera se les dé más prioridad en cuanto al tiempo. Darle relevancia más a aspectos como el altruismo, cosas que le den un plus a tanta noticia trágica.</p>

	<p>Óscar: quitaría parte de la información negativa, crímenes y todo eso y pondría más información que vaya con el objetivo de educar a las personas.</p> <p>Sofía: que saliera un poco más de cultura, que la sección de internacionales sea más amplia y lo que no se ve que son las cosas buenas que suceden que sean incluidas.</p> <p>Giselle: me gustaría que las noticias malas las omitieran un poco, poner por ejemplo las muertes en cuadros estadísticos, que se presente contenido educativo más que cultural, lo cultural es bueno para nosotros porque más o menos lo entendemos, pero muchas personas no les interesa eso porque no tienen la educación adecuada para captar ese tipo de información, más espacios para educar a la gente, que se enfoquen en acciones por ejemplo alguna reforma política, pero sin tintes políticos.</p> <p>Alexander: que quiten un poco la falsedad, que censuren un poco todos los ámbitos, por ejemplo, la violencia afecta al turismo, el presentar ese tipo de noticias crea una mala imagen del país, que tengan planes educativos donde informen a la gente respecto a recreación, arte, farándula también.</p>
--	--

	<p>Carlos: en el país hay bastantes puntos de arte, que se focalicen más en eso, porque tienden hacer muy políticos y a las notas de crimen. Enfocarse a las cosas que se están haciendo en el país, en cuestión del arte las cosas que sean explotadas.</p> <p>Ileana: hacer el trabajo con el profesionalismo adecuado, no tienen una posición crítica, me molesta porque quieren hacer vivir una mentira.</p> <p>Zulma: bajarle un poco a la violencia, en la parte política tener más credibilidad, agregar más cultura y arte.</p> <p>Jennifer: dieran énfasis a las cosas positivas porque a pesar de lo malo que se vive, hay cierto grupo de personas donde existe el humanismo, el noticiero solo se encarga de influir miedo en la sociedad.</p> <p>Lourdes: que la información sea más verídica, las fuentes más fiables, no solo se cerraran, sino que hubiese artículos sobre cosas que pasan en el mundo que nos sirva para mejorar como sociedad.</p>
--	--

DESARROLLO DE GRUPO FOCAL 2

MODERADOR: XAVIER TORRES

PREGUNTA	RESPUESTAS
1. ¿Cuál es el noticiero que prefieres?	Alejandro: Noticiero de Canal 6

	<p>Ruth: el del 21, TN21</p> <p>Antonio: Código 21.</p> <p>Jorge: Noticias 4 visión</p>
2. ¿A qué hora consumen dicho noticiero?	<p>Alejandro: en la noche, en la edición estelar.</p> <p>Ruth: en la noche.</p> <p>Antonio: en la noche.</p> <p>Jorge: en la noche.</p>
3. ¿Con quién y dónde observan dicho noticiero?	<p>Alejandro: con la familia, 8 personas, en casa.</p> <p>Ruth: con la familia, 8 personas, en la casa.</p> <p>Antonio: en mi casa son como 13 personas, pero solo mi papá, mi mamá y yo vemos el noticiero.</p> <p>Jorge: yo solo.</p>
4. ¿Cuántos televisores hay en su casa y en cuántos de ellos se ven noticias?	<p>Alejandro: uno y en ese mismo</p> <p>Ruth: en los tres y en los tres se miran noticias.</p> <p>Antonio: hay cinco y solo en dos.</p> <p>Jorge: hay tres y en los tres.</p>
5. ¿Qué tipo de recepción de señal tienen sus aparatos televisivos? Sea análogo o digital.	<p>Alejandro: análogo</p> <p>Ruth: digital</p>

	<p>Antonio: digital</p> <p>Jorge: digital</p>
6. Durante el día ¿cuánto tiempo pasas frente a la televisión?	<p>Alejandro: alrededor de 10 horas.</p> <p>Ruth: una o dos horas lo más.</p> <p>Antonio: entre 12 a 16 horas.</p> <p>Jorge: una hora promedio.</p>
7. ¿Les han sugerido algún noticiero alguna vez? Y ¿quién lo ha sugerido?	<p>Alejandro: una vez una amiga me dijo que viera un noticiero izquierdista.</p> <p>Ruth: nunca</p> <p>Antonio: un compañero de trabajo que empezara a ver los del 2,4 y 6.</p> <p>Jorge: un docente me sugirió ver un noticiero del 10, Panorama creo que se llama.</p>
8. ¿Cuáles son las noticias que presentan con mayor frecuencia en el noticiero que ustedes prefieren?	<p>Alejandro: más que todo de violencia y corrupción.</p> <p>Ruth: asesinatos.</p> <p>Antonio: igual violencia.</p> <p>Jorge: violencia.</p>
9. ¿Con qué finalidad ven el noticiero que prefieren?	<p>Alejandro: porque siempre hay una sección deportiva o por el clima.</p> <p>Ruth: por costumbre.</p>

	<p>Antonio: un poco de costumbre para generar plática, para pasar el rato.</p> <p>Jorge: para estar informado.</p>
<p>10. ¿Qué información del noticiero les atrae más y por qué?</p>	<p>Alejandro: el clima por cualquier situación y la deportiva.</p> <p>Ruth: lo deportivo.</p> <p>Antonio: lo cultural cuando hacen cosas de los pueblos, es lo que más me llama la atención.</p> <p>Jorge: reportajes de personas que necesitan ayuda.</p>
<p>11. ¿Qué uso le dan a esa información que el noticiero les da?</p>	<p>Alejandro: por ejemplo, para estar informado del clima y tomar medidas al respecto.</p> <p>Ruth: ninguno.</p> <p>Antonio: estar informado, de vez en cuando en una plática se puede sacar un tema de conversación.</p> <p>Jorge: para conocer nuestro entorno.</p>
<p>12. ¿Cómo catalogarían al noticiero televisivo de su preferencia en cuanto al manejo de la información que exponen?</p>	<p>Alejandro: amarillista.</p> <p>Ruth: cómico.</p> <p>Antonio: ciertas noticias son buenas, pero son cómicos.</p> <p>Jorge: trata de ser objetivo.</p>

<p>13. ¿Qué mejorarían del noticiero o qué le quitarían para mejorar la calidad en su contenido?</p>	<p>Alejandro: que se dejen de exagerar las cosas y que no es necesario eso, simplemente dar las noticias y a la par de eso, hay cosas buenas, pero no se enfocan en eso, se enfocan en lo malo. Por ejemplo, de las marchas se enfocan en el desorden que se genera y no en el objetivo de la marcha.</p> <p>Ruth: que sean más serios.</p> <p>Antonio: intentar que no se satiricen las noticias, que no se centren en lo malo, intentar en la parte educativa, meter datos curiosos.</p> <p>Jorge: educar a través de secciones dentro del noticiero.</p>
--	---

DESARROLLO DE GRUPO FOCAL 3

MODERADOR: XAVIER TORRES.

Pregunta	Respuestas
7. ¿Cuál es el noticiero que prefieres?	<p>Ismael: Hechos supongo, el de canal 12</p> <p>Karelyn: el del 6</p> <p>Susan: son tres, Código 21, Tele 2 y 4 Visión</p> <p>Karen: Hechos</p> <p>Erick: Código 21</p> <p>Carolina: Hechos, Canal 6, el del 2 y 4 Visión</p> <p>Liseth: Hechos, Canal 2 y Noticias 4 Visión</p> <p>Karen: Ehhh Hechos y Noticias Mega Visión, ehh el del 21 TN 21</p>
8. ¿A qué hora consumen dicho noticiero?	<p>Ismael: Durante la noche, 8</p> <p>Karelyn: Entre 8 y 9 creo</p> <p>Susan: En la noche, los sábados por la mañana y los demás por la noche</p> <p>Karen: En la mañana, a las 6</p> <p>Erick: En este caso Código 21 creo que tiene una presentación lo que es al mediodía como a la 1 de la tarde, pero</p>

	<p>en la hora que lo visualizo es a las 9 de la noche</p> <p>Carolina: Bueno Hechos solo en la noche y los demás también siempre en la noche a las 7, 8 y 9 de la noche y a veces que tengo más oportunidad en la mañana que veo, pero TCS</p> <p>Lisseth: En la noche</p> <p>Karen: Noche y mañana</p>
<p>9. ¿Con quién y dónde observan dicho noticiero?</p>	<p>Ismael: ¿Estás hablando de presentar directamente? Sí, en mi casa, solo</p> <p>Karelyn: En mi casa y con mi mamá</p> <p>Susan: En mi casa y con mis dos papás</p> <p>Karen: En mi casa y quiero ver, a veces mi mamá</p> <p>Erick: En mi casa, depende el horario que tenga mi papá de trabajo o es con los dos o sólo con mi mamá</p> <p>Carolina: Como solo vivimos tres, sólo los 3 estamos pendientes de las noticias y siempre con cualquiera de los dos o los dos</p> <p>Lisseth: Con mi mamá y mi hermana</p> <p>Karen: Con mi mamá</p>

<p>10. ¿Cuántos televisores hay en su casa y en cuántos de ellos se ven noticias?</p>	<p>Ismael: Hay tres televisores y en dos</p> <p>Karelyn: Sólo uno y en ninguno</p> <p>Susan: Solamente uno y en ese</p> <p>Karen: En uno</p> <p>Erick: Dos y en uno</p> <p>Carolina: Sólo uno</p> <p>Lisseth: Uno</p> <p>Karen: Dos y en uno</p>
<p>11. ¿Qué tipo de recepción de señal tienen sus aparatos televisivos? Sea análogo o digital.</p>	<p>Ismael: Ha, digital</p> <p>Karelyn: Digital</p> <p>Susan: Digital</p> <p>Karen: Análoga</p> <p>Erick: Digital</p> <p>Carolina: Análoga</p> <p>Lisseth: Análoga</p> <p>Karen: Digital</p>
<p>12. Durante el día ¿cuánto tiempo pasas frente a la televisión?</p>	<p>Ismael: No más de cinco o diez minutos</p> <p>Karelyn: Dos horas máximo</p>

	<p>Susan: Dos horas máximo los días de semana y los fines de semana incrementa a cinco</p> <p>Karen: Una hora</p> <p>Erick: Solamente los fines de semana tres horas</p> <p>Carolina: En televisión, una hora lo más</p> <p>Lisseth: Máximo dos horas</p> <p>Karen: Días de semana una hora y los fines de semana dos máximo</p>
<p>7. ¿Les han sugerido algún noticiero alguna vez? Y ¿quién lo ha sugerido?</p>	<p>Ismael: No</p> <p>Karelyn: El del 12 pero porque el esposo de mi prima trabaja ahí</p> <p>Susan: No ninguno</p> <p>Karen: No a mí tampoco</p> <p>Erick: No</p> <p>Carolina: No</p> <p>Lisseth: Hechos, mi prima</p> <p>Karen: No</p>
<p>14. ¿Cuáles son las noticias que presentan con mayor frecuencia en el noticiero que ustedes prefieren?</p>	<p>Ismael: Política</p> <p>Karelyn: Muertes</p>

	<p>Susan: Violencia, política y en caso de Código 21 sería un poco de sátiras</p> <p>Karen: Política, violencia y a veces quejas de la comunidad o como está el tráfico</p> <p>Erick: En este caso sería violencia y sátiras</p> <p>Carolina: Política, economía y partes que dan de, bueno a mí me gustan voces de ayuda cosas así de altruismo y quiero ver, solamente</p> <p>Lisbeth: De igual manera la política, la violencia, a veces la situación de la economía mundial, nacional y cosas así</p> <p>Karen: Violencia, política y tráfico</p>
<p>15. ¿Con qué finalidad ven el noticiero que prefieren?</p>	<p>Ismael: Para estar al tanto de la actualidad</p> <p>Karelyn: Igual, para saber qué es lo nuevo</p> <p>Susan: Informarse sobre política</p> <p>Karen: Yo solo para informarme si hay una calle cerrada</p> <p>Erick: Llenarme de información actual</p> <p>Carolina: La verdad que para saber cómo va el rumbo del país</p>

	<p>económicamente y para ver las estadísticas de violencia</p> <p>Lisseth: La verdad que considero importante verlos noticieros porque como ellos dicen estás al tanto de lo que sucede a nivel nacional, internacional porque muchas veces bueno la mayoría del tiempo lo internacional afecta al país entonces, tenés que estar al tanto de todo eso</p> <p>Karen: Informarse sobre la actualidad, sobre todo en general</p>
<p>16. ¿Qué información del noticiero les atrae más y por qué?</p>	<p>Ismael: Bueno en mi caso como lo que yo más veo es sobre política entonces, para saber la información política sobre qué rumbo la puedo tomar</p> <p>Karelyn: No sé, o sea, quizás por ver digamos que colonias o lugares son los más peligrosos y tratar de evitarlos por eso</p> <p>Susan: Es un poco parecido a Ismael para como conocer el rumbo político y saber adonde</p> <p>Karen: Yo ya había mencionado para ver cómo está lo del tráfico y todas esas cosas ero siempre termino viendo todo lo demás, pero para mí todo lo que dicen no es muy cierto, así que como decirle el uso que le doy no sé sólo para informarme de ciertas cositas</p>

	<p>Erick: En este caso creo que sería para ver como supuestamente va progresando el país o como va empeorando en cierto punto de vista de las personas</p> <p>Carolina: Yo utilizo la información la verdad para criticar y juzgar desde mi punto de vista que rumbo, a que rumbo nos dirigimos tanto en la política y en la economía del país y para ver mis próximos 3 o 5 años por quien voy a votar, mis decisiones como digo economía y política</p> <p>Lisbeth: De igual manera, uso personal porque igual en las noticias casi nada de lo que te dicen es cierto, tenés que estar al tanto, informarte por otros lados, igual saber que tan cierto es lo que te dicen sobre el acontecer nacional y mundial</p> <p>Karen: Crítica y conciencia sobre las diferentes realidades del país</p>
<p>17.¿Qué uso le dan a esa información que el noticiero les da?</p>	<p>Ismael: Igual como ya dije, como yo solo política veo es l única que quizás más me interesa porque farándula, comedias, sátiras y todo eso no me interesa, me parece hasta burdo que salga entonces, me interesa por lo mismo que ya mencioné solamente para formar mi opinión, adonde llevo mi política individual, solamente</p>

	<p>Karelyn: Economía y política, economía porque le afecta a todo digamos si hay unos como aumento a la gasolina o un aumento al subsidio o la política sobre quién está dominando o quien está controlando las leyes y todo eso</p> <p>Susan: Me quedo igual como dije anteriormente con la información política, sobre todo porque no sé considero interesante saber acerca de eso y también hago como un poco de crítica ya directo a los noticieros con la sátira, porque como pueden degradar a las personas a través de un reportaje entonces, ese tipo de cosas yo las veo y me quedo con eso como para conciencia propia y como para crítica acerca de los medios de comunicación y todo eso, creo que sólo eso</p> <p>Karen: Creo que yo me quedaría con las noticias internacionales porque me parece importante lo que está pasando a nivel mundial y de alguna forma lo de acá es como que siempre me frustra y me enoja y no puedo hacer nada al respecto de alguna forma, entonces por eso prefiero no ponerle atención y mejor ver lo que está pasando a nivel mundial</p> <p>Erick: En este caso creo que me quedaría con la idea de ella ver,</p>
--	--

	<p>enfocarme en lo internacional porque prácticamente se ve, se hace una comparación de cómo, que es lo que estamos haciendo mal y cómo podemos al mismo tiempo quizá tomar algo de eso, como que están realizando en otro país a pesar de que quizás aquí no tenga progreso</p> <p>Carolina: Yo me quedo con la información nacional porque la realidad misma me interesa, también un poco de lo internacional porque quiérase o no lo que pasa en Estado Unidos afecta al país, me gusta ponerle atención al acontecer mundial tiene una secuencia aquí en el país y aparte de eso, a mí me gusta quedarme con la parte de política, economía, información nacional que me gusta ver, la parte de los altruismos, cosas buenas y el programa que tiene TCS de Cosas Buenas y esas personas que hacen cosas de altruismo con las personas, el deporte, artes, todas esas cosas y también me gusta eso de la información de los espectáculos, en lo personal a mí me gusta ser curiosa con lo que pasa por ejemplo con las familias británicas quizás, a mí me gusta escuchar noticias de esa índole, eso de famosos y cantantes no mucho sino me gusta más la parte de lo de las familias británicas</p>
--	---

	<p>Liseth: Bueno, en lo personal quizás también como con lo internacional, con lo nacional porque como dije anteriormente lo internacional afecta a lo nacional y también estar informado sobre como decían los compañeros, sobre colonias o lugares que no podés visitar por la peligrosidad, igual cuando hay calles cerradas, o hay tráfico y todo eso</p> <p>Karen: Mayormente política y sobre el tráfico porque todas las mañanas tengo que estarlo viendo</p>
<p>18. ¿Cómo catalogarían al noticiero televisivo de su preferencia en cuanto al manejo de la información que exponen?</p>	<p>Ismael: Amarillista</p> <p>Karelyn: ¿Cómo es que no cambia y siempre es lo mismo? A pesar de que haya una muerte distinta, siempre es como el mismo esquema del noticiero</p> <p>Susan: Amarillista y vendido</p> <p>Karen: A mí me parece que es amarillista, pero intentan disimularlo un poquito más en comparación a TCS</p> <p>Erick: En este caso creo que sería un noticiero vendido porque bueno como anteriormente lo mencionaban no todos los noticieros presentan información fidedigna por decirlo así</p> <p>Carolina: Yo no sé cómo catalogarlo, quizás como dijeron amarillista y mentirosos porque no toda la</p>

	<p>información es verídica, así que más que todo mentirosos diría yo</p> <p>Lisseth: Mentirosos, amarillistas porque más que todo como ella dice los de TCS son muy obvios entonces, esas noticias, así como que no verdad porque solo transmiten lo que digamos ciertas personas o ciertos partidos políticos les pueda convenir, de ahí lo demás lo dejan a un lado</p> <p>Karen: Amarillistas</p>
<p>19. ¿Qué mejorarían del noticiero o qué le quitarían para mejorar la calidad en su contenido?</p>	<p>Ismael: Creo que sería la estructura del noticiero mismo, me refiero a las personas que están detrás de, no los que están en frente, los entrevistadores o lo que están presentando noticias sino os que están a cargo de ellos porque más que todo son los que dicen bueno esto si puede presentarse pero esto no entonces, esas personas se deberían cambiar para intentar hacer un noticiero un tanto más parcial y decir bueno esa es la verdad no me importa el color que tenga pero es la verdad, eso quizás</p> <p>Karelyn: Como ya dije verdad que yo en los noticieros la mayoría de veces veo muertes entonces, yo creo que si sabemos que hay muertes y en sí ya no me importa que tantas muertes hayan o si ha muerto este o el aquel sino que ya uno ya sabe, entonces yo creo que</p>

	<p>debería de basarse más en las cosas que más importen y no solo en cosas malas también se ven cosas buenas de que digamos si un equipo no sé de física ganó un no sé un torneo que se dijera pero no se basaran solo en lo malo</p> <p>Susan: Voy a tomar la idea de ellos dos, porque a mí me parece que deberían si cambiar la manera en que trabajan y cambiar a ciertas personas porque yo he visto cuando hacen reportajes por ejemplo, y las reporteras son inútiles así y no hay otra palabra para decirlo entonces deberían cambiar a esas personas o tengan o sea un criterio mejor, mayor preparación para poder dar esas entrevistas porque lo hacen como para no sé, no sé ni siquiera como describirlo pero por compromiso, entonces creo que deberían cambiar esas personas y poner gente más capacitada que de noticias como de verdad y de forma objetiva y cambiar también que el noticiero en sí en general sea más objetivo no por un color y que saquen noticias no solo muertes, no sólo cosas malas sino que también cosas buenas porque las cosas malas en cierta parte son importantes pero no todo es tan malo entonces, tal vez si bombardean de cosas buenas tal vez empiecen a pasar más cosas buenas, tal vez</p>
--	--

	<p>Karen: Lo ideal sería de que el noticiero de raíz cambiara o sea desde sus dueños porque los dueños son los que están aliados obviamente con los partidos políticos y ahí es donde se comienza a manipular toda la información pero esa es una cosa muy irreal, porque lo ideal sería que no existieran y que solo estuviera otro que fuera parcial, en esos términos me confundo, imparcial entonces eso sería lo ideal pero buen, basándonos en lo que tenemos bueno creo que eso es difícil de hacer, es como una cosa, es como un sueño pero sería genial que al menos si van a presentar tan mal información que al menos la presentaran bien o sea hablo de que sus reportajes están muy mal elaborados y como decía Susan también los presentadores cometen unos errores garrafales que pareciera que no son profesionales, incluso los presentadores entonces a veces da decepción que solo como presentan una entrevista y en el mismo set verdad porque se supone que ahí está planificada las cosas y que bueno afuera tal vez la reportera no se improvisó algo verdad pero aun así necesitan personas más profesionales y necesitan personas más creativas porque en cómo nos presentan el programa ya es muy tradicional y se han quedado atrás con que debería existir algún otro modelo o deberían utilizar las</p>
--	--

	<p>nuevas tecnologías de una manera más provechosa</p> <p>Erick: Todo, en este caso mejorar quizás la forma de trabajar del noticiero en realidad porque quizás no tienen una buena organización en ese caso no son muy causiosos, o sea no saben manejar bien la información se sobresaltan a decir la información que muchas veces es cuando comienzan los conflictos entre muchos aspectos generales del país verdad, en el caso dela política no saben guardar información y lo hacen al aire libre y o sea es cuando comienzan todos los conflictos con los partidos políticos, entonces la agarran con los ciudadanos y así sucesivamente, o sea es una forma como que no son bien organizados, no llevan una buena jerarquía desde el principio, o sea del que tiene la cabeza sobre el noticiero hasta los últimos empleados que son los reporteros</p> <p>Carolina: Bien complicado porque sería buscar de donde proviene todo el problema, entonces para mí viene desde arriba entonces es de buscar la cabeza de donde proviene, quien manipula la información porque no todo es información real sino que dicen que manipulan todo deportes, economía, no sé muestran lo más esencial para que nosotros disque</p>
--	--

conozcamos pero yo lo que quitaría es quizás no sé, o sea eliminar prácticamente desde dónde viene el problema porque de ahí surge toda la estructura, si está mal o está bien organizada, entonces desde ahí porque quiérase o no cada noticiero tiene cosas buenas pero si quizás eliminaría de raíz desde dónde está el problema y conforma a lo demás ver si están muy buenos, hasta ahí me limito

Lisseth: De igual manera compartiendo la opinión de todos los compañeros este sería la verdad que empezar desde la raíz pero como dijo la compañera eso es algo imposible entonces, la verdad que sí, si van a presentar información deberían de presentarla un poco más de, no sé cómo decirlo, que sea un poco más fidedigna porque muchas veces la información es falsa o sólo presentan como dije anteriormente lo que le conviene a cierta persona o a cierto partido político entonces las cosas no deberían de ser así y que por esa razón los medios de comunicación muchas veces manipulan la información y nos duermen la mente para que veamos solo lo que a ellos les conviene y la verdad no debería ser así este porque creo que el fin de los medios de comunicación es informarnos sobre la verdad tanto nacional como

	<p>internacional afecte o beneficie a quien sea</p> <p>Karen: Conuerdo con la mayoría de puntos de vista, para mí estaría bien que cambiaran la temática con la que dan las noticias y que, así como dan ciertos reportajes que a mi parecer son innecesarios deberían de mejorar y poner cosas culturales que beneficien o que tengan que ver con ese tipo de cosas que la mayoría no le dan importancia</p>
--	---