



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: TÉCNICO EN PERIODISMO



TEMA:

**“EL INFOENTRETENIMIENTO EN LA PRENSA TELEVISIVA
SALVADOREÑA VERSUS ÉTICA PERIODÍSTICA”**

PRESENTADO POR:

ANGEL GUILLERMO VELIS MENJIVAR

WILFREDO FLORES HERNANDEZ

GESMI ELIZABETH URQUILLA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

ABRIL, 2014,

SAN SALVADOR, EL SALVADOR.

PAGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. ARELY DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. RENE ALFREDO SANTOS GALDAMEZ

PRESIDENTE DEL JURADO

LIC. ORSY NORBERTO CAMPOS RIVAS

PRIMER VOCAL

LIC. CARLOS SANTIAGO DOMINGUEZ

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2014

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Carlos Santiago Domínguez Cabrera, Lic. Orsy Norberto Campos Rivas,
Lic. René Alfredo Santos Galdámez

A las 2:00p.m. del día sábado, 7 de diciembre de dos mil trece.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

<u>1-Ángel Guillermo Velis Menjivar</u>	<u>Carnet 36-4943-2006</u>
<u>2-Wilfredo Flores Hernández</u>	<u>Carnet 36-3363-2009</u>
<u>3-Gessmi Elizabeth Urquilla Guzmán</u>	<u>Carnet 36-0765-2000</u>

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"El Infoentretenimiento en la prensa televisiva Salvadoreña, versus ética periodística"

PARA OPTAR AL GRADO DE: **TECNICO EN PERIODISMO**

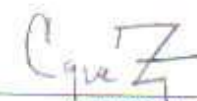
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA
UNIVERSIDAD.

San Salvador, 7 de diciembre de dos mil trece.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. Orsy Norberto Campos Rivas

F. 
SEGUNDO VOCAL
Lic. Carlos Santiago Domínguez Cabrera

E. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. René Alfredo Santos Galdámez

AGRADECIMIENTOS

Le doy las infinitas Gracias a Dios todo poderoso por haberme dado la vida y la salud y por una familia muy unida y con principios, por darme la fortaleza para lograr mis estudios universitarios.

.

Gracias a mis papá a mi mamá y hermanos por apoyarme siempre en mis estudios y darme sabiduría para ser una persona mejor.

Gracias a todos los docentes de la Universidad Tecnológica de El Salvador que me hicieron un profesional académicamente y obtener principios éticos, gracias a su disponibilidad y paciencia, gracias a nuestro asesor Lic. Carlos Domínguez que fue un excelente docente en toda nuestra carrera.

Angel Guillermo Velis Menjivar.

Quiero agradecerle en primer lugar a Dios por cumplir con una meta más en mi vida. Gracias a mis padres y familia que me apoyó siempre en la buenas y malas y con su ayuda logré terminar mi carrera técnica.

Gracias a mis catedráticos, compañeras y compañeros de estudio con quienes compartí horas clase y durante el desarrollo de la tesis de grado. A mis amigos que me apoyaron para que no abandonara mi sueño y luchara.

El éxito obtenido es gracias a todas las personas que contribuyeron para alcanzar uno de mis grandes sueños de ser profesional

Wilfredo Flores Hernández.

Agradezco a Dios Todopoderoso por culminar mi carrera, por estar conmigo siempre y por darme las fuerzas necesarias para salir adelante; gracias porque me iluminó en todo este trayecto de mis estudios en la universidad y por las diferentes pruebas que me ayudó a superar, que con la ayuda de Él no fueron obstáculo para salir adelante.

Gessmi Elizabeth Urquilla.

Índice

Introducción	i
--------------	---

Nº Página

CAPÍTULO I: PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Formulación del problema.....	1
1.2 Consecuencias.....	2
1.3 Justificación.....	2
1.4 Enunciado del Problema.....	4
1.5 Delimitación.....	4
1.6 Objetivos.....	5
1.6 Objetivo General.....	5
1.6 Objetivo Específico.....	5

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico.....	6
2.2 Nociones del Periodismo.....	6
2.3 Tipos de Periodismo.....	9

2.4 La calidad del periodismo.....	10
2.5 La Ética en la ejerción del periodismo Salvadoreño.....	12
2.6 Variables de tipo ético.....	12
2.7 Variables de tipo técnico.....	13
2.8 Selección de Noticias.....	13
2.9 La elaboración de la Noticia.....	16
2.10 Datos históricos del infoentretenimiento.....	17
2.11 La Televisión en El Salvador.....	18
2.12 Infoentretenimiento en El salvador.....	20
2.3 Marco Conceptual.....	21

CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1 Método.....	25
3.2 Sujeto de estudio.....	26
3.3 Presentación de resultados.....	26

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.....	50
4.2 Recomendaciones.....	52
Referencias.....	53
Anexos.....	54

Introducción

En El Salvador el periodismo televisivo fue durante mucho tiempo una labor enfocada a informar al espectador, pero tras el surgimiento de nuevos géneros periodísticos como el Infoentretenimiento, la profesión periodística se ha visto desvalorada al no cumplir con lo estipulado en el Código de Ética Salvadoreño.

Esta investigación determina como se ha incorporado el infoentretenimiento en los programas periodísticos de la televisión salvadoreña como nuevo género que posee la característica de combinar la información de una forma entretenida y que ha sido de mucha aceptación en algunos de los principales medios televisivos salvadoreños.

La investigación fue llevada a cabo mediante la recolección de datos documentados que muestran el fenómeno del infoentretenimiento y sus características. Mediante un monitoreo hecho al programa noticioso Código 21 de la televisión salvadoreña se pudo realizar un análisis sobre la forma que desempeñan la labor del periodismo y la forma de mostrar la información al público, al mismo tiempo se hizo una comparación basada en el Código de Ética Salvadoreño.

También se llevó a cabo una encuesta realizada a la población salvadoreña para conocer la opinión pública de los salvadoreños hacia el programa de

noticias Código 21, En los anexos se ha incluido la encuesta realizada a la población salvadoreña.

La investigación tuvo sus adversidades ya que no existían muchos precedentes del tema y la información fue escasa eso conllevó a ir desentrañando la temática ya que es un campo poco abordado.

A medida que avanzaba la investigación encontramos adversidades ya que nuestro grupo de trabajo buscó realizar una entrevista a los periodistas del noticiero Código 21 pero fue negada por la producción por lo cual no fue llevada a cabo.

El trabajo de investigación está compuesto por cuatro capítulos, de los cuales la formulación del problema es el número uno. De éste se derivan las consecuencias, justificación, enunciado del problema, delimitación y los objetivos, a continuación el capítulo dos con el marco teórico, el cual está compuesto por el marco histórico y el marco conceptual.

El capítulo tres con la investigación de campo incluye el método utilizado y explica el tipo de investigación, el sujeto de estudio, presentación de resultados, técnica e instrumento de recolección de datos y finalmente la presentación de resultados con su respectivo análisis. En el capítulo cuatro de la investigación se encuentran las respectivas conclusiones, recomendaciones, anexos y bibliografías.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 Formulación del problema:

El Infoentretenimiento es una modalidad del periodismo que se caracteriza por seleccionar y ofrecer los hechos noticiosos al público con un estilo que combina la información con el entretenimiento y muestra los hechos en forma de espectáculo.

Su aparición se remonta a los años noventa y se ha extendido en los diferentes medios de comunicación principalmente noticieros, El Salvador no es la excepción.

Dada la influencia proveniente del exterior, los contenidos de la televisión comienzan a incluir asuntos que no requieren mayor esfuerzo mental para la audiencia.

Los acontecimientos, muchas noticias o la forma de presentarlas se dedican más a informar de una forma entretenida.

Además, el infoentretenimiento supone una innovación en los procesos de creación de piezas periodísticas que utilizan la imagen y el texto para enganchar a la audiencia, que a su vez se convierte en protagonista, en la nueva fuente de información del nuevo género.

1.2 Consecuencias

El auge del infoentretenimiento en la prensa televisiva salvadoreña representa el abandono de las funciones tradicionales que son las de informar, formar y entretener.

De alguna manera se trata de una especie de realidad impuesta, debido a la influencia de las cadenas transnacionales, que es capaz de atraer incluso a países con experiencia en producción televisiva, y que inunda con facilidad a aquellos que como El Salvador carece de ésta.

La transformación del noticiero de televisión como fuente de entretenimiento es una mezcla de información con espectáculo, lo que es un gancho para captar y mantener audiencias.

1.3 Justificación:

Es importante investigar este tema para determinar cómo el infoentretenimiento ha sido asumido como una forma de trabajo por algunos medios de comunicación, en concreto, noticieros televisivos. El abandono del esquema tradicional no es completo. De modo que es imposible precisar si los espacios de información invaden a los de entretenimiento o viceversa.

Ejemplos concretos están en los principales ganchos que utiliza esta modalidad: Se concentran en asuntos sociales, sucesos, hechos insólitos, recuperación de tradiciones... ofrecen contenidos variados que captan la atención de todas las audiencias.

El protagonista de las historias es el ciudadano de a pie, el sujeto común, corriente y anónimo se convierte en el eje de la información, y es quien lleva al espectador a conocer espacios donde puede haber alegrías o tristezas, según sea el caso, desde ahí apela al elemento emocional de la audiencia.

Se trata de una modalidad de presentación de contenidos que desnaturaliza situaciones reales. La concepción del espectador pasivo evoluciona hasta transformarlo en protagonista de la información.

El ciudadano es visto como potencial entrevistado y como portador de noticias y utiliza proactivamente el medio para obtener beneficios políticos y sociales vinculados a la convivencia y dinámicas de su vida cotidiana.

Una consecuencia inmediata de esta modalidad es que se relegan a un segundo plano las noticias de política o de asuntos de realidad nacional, y el primer plano lo asumen noticias intrascendentes, en lugar de potenciar el conocimiento para la toma de decisiones en asuntos importantes que también

están vinculados a la vida cotidiana, como la situación económica, la inseguridad, y la estabilidad del país, entre otros.

1.4 Enunciado del problema:

El infoentretenimiento se ha convertido en una forma de potenciar asuntos de la vida cotidiana de las personas y explorar ángulos diferentes de la información, basado en la tendencia a promover contenidos ligeros, o como algunos llaman “*Light*”.

El infoentretenimiento es un modo aceptable de abordar la realidad del país o se convierte en una forma de negarle a las audiencias el derecho a estar informado adecuadamente sobre su entorno y a potenciar el rating por parte de los medios de comunicación.

1.5 Delimitación:

El grupo investigador analizó el programa Código 21, transmitido por canal 21 de El Salvador, al cual se le dio monitoreo en el período comprendido entre el 23 de septiembre al 23 de octubre de 2013, en sus emisiones diarias.

1.6 Objetivos:

Objetivo general:

Determinar si el infoentretenimiento como tendencia comunicacional es una práctica que distrae la atención de asuntos de trascendencia nacional.

Objetivos específicos:

Identificar si el noticiero Código 21 promueve un estilo de vida ajeno a la realidad del país.

Identificar si la forma de trabajo del noticiero Código 21 deja de lado prácticas éticas en el abordaje de los contenidos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO:

2.1 Marco histórico:

El periodismo es una de las labores profesionales que mayor alcance social tiene, debido a que desde el inicio de la historia el hombre ha mostrado interés en comunicarse.

Así se dice que “las personas tienen una necesidad intrínseca, un instinto de saber lo que no se circunscribe a su experiencia directa”. (Ver Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom).

El hombre tiene un deseo natural de conocer lo que no puede ver con sus ojos. Por eso, la prensa parece cumplir un papel determinante al mostrarle los hechos que están pasando en su entorno, es así como se hace fundamental que los periodistas tengan una credibilidad ante la sociedad, sin embargo, esta pareciera estar en decrecimiento al punto que no se le reconoce mayor autoridad moral a la prensa.

2.2 Nociones del Periodismo

Las más básicas declaran que el objetivo del periodismo es cumplir con el deber informativo así, sin más, la tarea periodística tendría principalmente el deber de contarle a la sociedad de manera objetiva los hechos que están

ocurriendo, sin embargo no parece tan simple que el periodista sirva como una especie de emisor entre lo que pasa y sus efectos.

En esta profesión se propone una función social, que define al periodista como una persona líder de opinión capaz de generar propuestas de construcción de la realidad, así como de aportar ideas para su debida o indebida interpretación.

Los investigadores estadounidenses y líderes del *Project for Excellence in Journalism* y el *Comitee of Concerned Journalists*, Bill Kovach y Tom Rosenstiel, aseguran que al descrédito de la prensa hay que darle especial atención porque según ellos: “La prensa ofrece algo único a una sociedad: la información independiente, veraz, exacta y ecuánime que todo ciudadano necesita para ser libre”.

Basados en la teoría de Bill Kovach y Tom Rosenstiel que afirman que la prensa es democrática, porque con estas informaciones los ciudadanos adquieren herramientas para ser autónomos.

“El propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” dijo. (Kovach, Bill y Rosenstiel, 2012)

Sin embargo, los materiales periodísticos actuales se han visto influenciados por fenómenos como el sensacionalismo esto es así desde el siglo XIX y la búsqueda única del lucro económico, resultado de complejas relaciones sociales y económicas que terminaron por advertir un peligro (Kovach et) señala que “Las noticias se están convirtiendo en entretenimiento y el entretenimiento en noticia”.

Y lo que deviene con esta baja calidad del periodismo es directamente una sociedad en peligro, ya que sus manifestaciones no se hacen públicas de la manera correcta; el periodismo ya no responde a la verdad de los hechos sino a la conveniencia del mercado.

Palabras como infoentretenimiento y periodismo de entretenimiento aparecieron en el ámbito periodístico hacia comienzos del siglo XX, cuando la denominada *Yellow press* tuvo su origen de la mano de Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst con la intención de promover al oficio como una posibilidad mercantil.

Se trataba de productos ligeros y de fácil comprensión que el público adquiriría constantemente generando una dinámica consumista en el periodismo.

Así, los grandes magnates de los medios de comunicación descubrieron una manera de crear un negocio en una actividad cuya pretensión principal nada tiene que ver con recaudar grandes cantidades monetarias.

2.3 Tipos de Periodismo

Hay diferentes expresiones que se ocupan de diferentes líneas de acontecimientos que construyen en conjunto el panorama de la realidad de una sociedad.

Así, existe el periodismo económico, político, deportivo, cultural, entre otros, y a estos se les añade uno de naturaleza especial que ha sido motivo de diferentes discusiones tanto en la academia como en el ámbito público: el periodismo de entretenimiento.

En sentido estricto, este último se encarga de hacer públicos los hechos relacionados con los famosos que pertenecen a un ambiente que se ha denominado como farándula y se encarga de hablar de las noticias que protagonizan estos personajes.

Su cuestionamiento ha sido de corte funcional, ya que algunos defienden a los otros tipos de periodismo como más serios, porque son de interés general y ayudan a la construcción de la sociedad.

Las informaciones económicas, políticas, científicas, entre otras, parecieran tener un mayor sentido de utilidad para la sociedad. Algo que pone en entredicho al periodismo de farándula.

Pero lo cierto es que existe y, contrario a lo que muchos piensan, se vende con éxito. Este periodismo está motivando al público y eso hace que se produzca el crecimiento de estas publicaciones.

El periodismo se convirtió en entretención promoviendo una problemática ética, en la que ni los líderes de opinión ni los lectores resultan capaces de abordar la realidad a través de la mirada crítica sino únicamente con la percepción banal de un entretenimiento, además, mal fundamentado.

2.4 La Calidad del Periodismo

El término calidad surgió en 1920 en Estados Unidos dentro del ámbito empresarial. Allí se determinó la calidad de los productos y el control de calidad como términos que definían la pertinente adecuación de las características de un producto y al uso que le va a dar el consumidor.

“La calidad viene a ser la resultante de una combinación de características de ingeniería y fabricación, determinante del grado de satisfacción que el producto proporcione al consumidor” (*Téramo, María Teresa*).

De esta forma, lo que se hizo fue tomar el concepto de calidad del mundo empresarial y aplicarlo al proceso productivo de las noticias.

En ese sentido, se debe entender que la calidad es un criterio que también está definido por la satisfacción del cliente con el producto, en este caso del lector con la información. Pero no será sólo su satisfacción la primera sino también la utilidad que este tipo de información le preste a su vida.

Se puede entender la calidad periodística como el objetivo del periodismo de alcanzar su tarea social a través del cumplimiento de los procesos técnicos y éticos.

Estos estarán encaminados al aporte social, promoviendo a la comunidad hacia comportamientos éticos, que se logran a través de informaciones bien elaboradas en materia técnica pero, sobre todo, sustentadas en una dimensión ética.

2.5 La Ética en el Ejercicio Periodístico Salvadoreño

En 1999 la Asociación de Periodistas de El Salvador, promulgó el Código de Ética de la Prensa de El Salvador. Consta de siete capítulos y 46 artículos y varios se refieren al trato digno a las personas como parte de la cobertura. El Código de ética salvadoreño fue relanzado en San Salvador el 31 de Julio de 2012. (Hiram R, morales, 2012).

2.6 Variables de Tipo Ético

El enfoque de la investigación toma el Código de Ética de la Prensa de El Salvador en cuanto al tratamiento que se les da a las personas en el programa de noticias en general, y en particular, en la sección dedicada a la cobertura de las personas en estado de ebriedad.

Pareciera automático sostener que no hay cumplimiento de la ética en este tipo de coberturas, pero lo mejor es darle robustez a los argumentos para plantear postura.

Los artículo 2, 9, 11, 12, 28, 31, 41 y 43 del Código de Ética Salvadoreño periodístico son los se tomaron de referencia para poder poner en contraste la ejerción de la profesión de los periodistas y la forma de obtener información para presentar las noticias en código 21.

Estos principios servirán como modelos de medición de la calidad periodística del noticiero Código 21. Han sido considerados porque representan los procesos éticos que los periodistas deberían desarrollar a la hora de elaborar un tipo de información, y además reflejan la dimensión social que el periodismo debe promover.

2.7 Variables de tipo Técnico

En el periodismo en general, y en el televisivo en particular, los procesos éticos van ligados de los técnicos. Esto se debe a que son complementarios.

Estos son la consulta de fuentes adecuadas de información, constatar lo que éstas dicen, fidelidad a los hechos, manejo honesto de lo escrito.

En la investigación aparecerán como una especie de deber ser, pero es evidente que la intención principal es evaluar el programa a través de los principios establecidos en el Código de Ética.

2.8 La selección de la noticia

Este primer proceso tiene en cuenta el mecanismo por el cual los periodistas seleccionan una información, en cambio de otra, y la convierten en noticia.

Se sabe que los noticieros y periódicos sólo informan una parte de todos los hechos que ocurren, y es lógico ya que habría que contar con espacios indefinidos para abordar toda la realidad.

El hecho de que unos acontecimientos aparezcan en los medios y otros no, responde al proceso de selección de las noticias, aquí es importante hacer una acotación: Suele mencionarse el término objetividad como un deber ser y una obligación en el ejercicio periodístico; sin embargo, es importante dejar en claro que es más recomendable hablar de honestidad en el manejo de la información.

Suele asociarse lo objetivo con no estar ni a favor ni en contra de nadie, pero en la práctica, el solo hecho de discriminar, seleccionar un suceso y no cubrir otro, es un asunto subjetivo, porque es el criterio de un sujeto o varios (un jefe de redacción, un director, una mesa de redacción) los que toma la decisión.

Las rutinas periodísticas mecanizan y establecen qué información saldrá y cuál no y, sobre todo, cuál primero, este proceso consiste en una categorización de los hechos que, en el transcurrir de su carrera, el periodista va aprendiendo. La base de esta gama de opciones la da la llamada pauta, que es el listado de coberturas o asignaciones que elaboran los medios de comunicación, a partir de iniciativas propias o de convocatorias de prensa.

El procedimiento deja implícito la valoración que el profesional hace de los acontecimientos, por lo que se podría pensar que la calidad también depende de la valoración, es decir, la distinción entre lo que es una selección correcta y la que no lo es.

Dentro de esta selección e interpretación informativa tanto el periodista como el lector deberían hacerse la pregunta ¿qué ha ocurrido de interés que me compromete socialmente?

Este sería el criterio que predominaría al escoger las noticias como al hacer las interpretaciones. Pero en el caso del infoentretenimiento, este es un asunto que es relegado a la teoría, debido a que una de las grandes dudas que ha despertado este tipo de periodismo es si tiene o no una dimensión de interés público cuya importancia sea primordial para la sociedad.

En pocas palabras: ¿Cuál es el aporte social de ver noticias relacionadas a escándalos donde el protagonista es una persona en estado de ebriedad?

Cabe dejar en claro que no se desvalora automáticamente la información que podría considerarse del área del entretenimiento. Este tipo de fuente es pertinente para la sociedad porque a través de esta se puede ofrecer un prisma adicional de la realidad.

No es un problema la existencia de este tipo de opciones informativas sobre todo en una sociedad confusa, dividida, polarizada, e intolerante como la salvadoreña, siendo que el verdadero problema es la manera como se están abordando esos temas “light” que podrían ser una válvula de escape a tanta tensión.

2.9 La elaboración de la Noticia

El proceso de hacer la noticia no sólo tiene que ver con la selección de los temas, también se basa en el proceso de cómo las informaciones que se eligieron serán presentadas.

El *newsmaking* y la elaboración de la noticia, se refieren al cumplimiento de normas estandarizadas en el proceder periodístico y tiene como fin el cumplimiento de las normas técnicas de la noticia.

El uso de detalles, que en el marco televisivo define a las imágenes interesantes de una escena captada por el camarógrafo, predomina en el manejo de las noticias de Código 21 , así como los “ sonidos ambientes”, es decir, los captados en forma natural por el micrófono instalado en la cámara; por ejemplo, el grito de gol en un estadio.

2.10 Datos históricos del infoentretenimiento.

Desde los años 80 distintos estudios muestran el fenómeno de la mezcla de la información con el entretenimiento.

Para referirse a este proceso comenzó a utilizarse el término *Infotainment* y cuya traducción castellana es infoentretenimiento, un vocablo que pone en manifiesto la tendencia en el periodismo, principalmente televisivo.

El infoentretenimiento entendido como una nueva técnica por seleccionar y ofrecer los hechos noticiosos al público, tiene sus orígenes en “los 80 en Estados Unidos.

Poco a poco las ramas de este nuevo género periodístico se expanden al resto del planeta y comienzan a cobrar relevancia como matiz diferenciador en el tratamiento de las noticias.

Varias investigaciones identifican los motivos de la aparición del infoentretenimiento en muchos países, esto ha llevado a desarrollar estrategias para atraer la audiencia en un mercado altamente competitivo.

El infoentretenimiento televisivo es, además de temático, estilístico de modo que no sólo implica una elección noticiosa sino también un tratamiento de esa información caracterizado por un dominio de mensajes simples, emotivos,

sensacionalistas o la incorporación de sentimientos personales, tintes dramáticos o ingredientes cómicos con un dominio de la personalización de la información.

Además, el infoentretenimiento abunda en estilos de edición que buscan añadir espectacularidad a lo grabado, incrementando el ritmo en la sucesión de los planos, introduciendo dramatizaciones, música ambiente, efectos de sonido, planos muy cortos e imágenes a cámara lenta para dotarlas de mayor intensidad.

2.11 La televisión en El Salvador:

La televisión en El Salvador inició en el año de 1956 por iniciativa privada de Boris Eterski, Guillermo Pinto y Tono Alfaro, propietarios de radios, uno de los primeros canales fue el YSEB TV CANAL 6 apropiándose de las características de la radio: inmediatas, ágil, clara y efímeras, cotidianas, con fácil acceso, ofreciendo noticias, entretenimiento y drama y con las mismas funciones sociales de informar, entretener y educar.

Desde el nacimiento de la televisión en El Salvador aparecieron nuevas estaciones televisivas como, canal 8 y canal 4 en 1958, pero estas enfrentaron problemas económicos la cual obligó a que estos canales tuvieran varios dueños.

En abril de 1973 aparece la sociedad de canal 6 que fue la primera en introducir la televisión a colores, la cual se convirtió en la novedad de la televisión salvadoreña.

Luego surgió otra iniciativa privada televisiva fue en diciembre de 1984 cuando aparece CANAL 12 de Jorge Zedan, el cual marca la historia ya que se convierte en el primer canal que transmite las 24 horas del día haciendo retransmisiones por la noche.

El 1 de noviembre de 1986 nace Telecorporación Salvadoreña (TCS) que integra los canales 2, 4 y 6 cada canal tiene su propia programación para cada gusto transmitiendo telenovelas, deportes, y películas. Esta corporación constituye el primer monopolio económico del país.

Luego de los Acuerdos de Paz, en enero de 1992, inicia una nueva etapa de posguerra en El Salvador, en este contexto nacen las últimas dos iniciativas de canales privados del país TELEPRENSA de El Salvador que en 1995 pasará a llamarse TECNOVISION CANAL 33 y GRUPO MEGAVISION que agrupa los canales 15, 19 y canal 21.

En esta segunda etapa de la televisión salvadoreña, la programación lleva a otro rumbo informativo, al aparecer nuevos esfuerzos televisivos con noticieros con nuevos esquemas de información al público y nacen las

entrevistas matutinas, y así es como los medios que informan buscan complacer al espectador al informar y entretener a la misma vez.

2.12 Infoentretenimiento en El Salvador:

Para referirnos a infoentretenimiento en El Salvador tomamos como precursor al programa televisivo de entretenimiento *Fin de semana* el cual fue un programa de Telecorporación Salvadoreña, que se transmitía a través de Canal 2.

Tuvo dos temporadas y varios ciclos, el primero se transmitió por Canal 2, y abarca del 5 de junio de 1976, al 29 de julio de 1978, el segundo por Canal 4, desde el 21 de marzo de 1987 al 30 de septiembre de 2006 y a partir del 7 de octubre del 2006, comenzó su ciclo definitivo nuevamente por Canal 2.

El programa finalizó su transmisión el 26 de diciembre de 2009 con 33 años al aire, por lo que se convirtió en el programa de más larga trayectoria de la televisión salvadoreña.

2.3 Marco Conceptual:

Ética:

Desde el punto de vista conceptual, la Ética es la disciplina que estudia el conjunto de normas o reglas de comportamiento y formas de vida a través de las cuales tiende el hombre a realizar el valor de lo bueno.

Periodismo:

Es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio. La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión.

Ética periodística:

En forma genérica se afirma que en la ciencia de los deberes y conductas que son propios de la profesión periodística que imponen las situaciones a sus miembros.

En sentido estricto la ética periodística es el conjunto de normas escritas que debe observar el periodista en el ejercicio de su profesión, así lograr autocontrol

que les permita mantener un equilibrio armónico y constante entre el deber y el derecho, para ofrecer al público únicamente informaciones exactas conforme a los hechos debidamente comprobados.

Noticia:

Da nombre al contenido de una información que nunca antes había sido comunicada. En otras palabras, la noticia constituye un saber o un conocimiento nuevo.

En los medios de comunicación masivos, por noticia se entiende a un texto o un testimonio que le permite al público estar al tanto de un episodio novedoso, reciente o fuera de lo común que se ha desarrollado en una comunidad específica o en un contexto particular, lo que amerita su difusión.

Fuente periodística:

Una fuente periodística es una persona, entidad, medio, grupo o documento que provee de información al periodista para que éste tenga los elementos suficientes para elaborar una noticia o cualquier otro género periodístico.

Hay fuentes primarias y secundarias, las primeras son las que son directas, las que suministran de primera mano la información, ya sea porque son

los protagonistas de los hechos o porque estuvieron presentes en los acontecimientos.

Las fuentes secundarias son, entonces, aquéllas que pueden dar información sobre algo específico de lo que tuvieron conocimiento por medios diferentes a los de protagonizar o presenciar los hechos que conocen (este tipo de fuentes nunca produce, por sí mismo, una noticia, pues su información nace, en realidad, de fuentes primarias).

Importancia de la ética periodística:

Para el ejercicio de una profesión no sólo basta el título profesional expedido por una universidad, sino que además el profesional debe cumplir con las normas que estipula su respectivo código de ética periodístico.

Información:

La información está constituida por un grupo de datos, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Entretenimiento:

Acción de entretener con actividad o espectáculo que hace pasar el tiempo de manera agradable.

Infoentretenimiento:

Es la combinación de la información con el entretenimiento una tendencia imparable que degrada la información. La competencia televisiva ha forzado la aparición de nuevos géneros periodísticos que mezclan la información y el entretenimiento en el mismo espacio televisivo.

Como el propio nombre lo indica infoentretenimiento es la fusión de la información y el entretenimiento una práctica que es adoptada por la mayoría de los medios de comunicación, que solo sirve para ganar audiencia. La aparición de este nuevo género periodístico “Infoentretenimiento” supone una innovación en la creación de noticias que utilizan la imagen y el texto para captar audiencia que a la vez se convierte en protagonista de la misma noticia y en las fuentes de información de este nuevo género.

CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE CAMPO:

3.1 Método:

En la siguiente investigación titulada “El infoentretenimiento en la prensa televisiva salvadoreña versus ética periodística”, se utilizó una investigación descriptiva con un estilo documental, el objetivo de la misma es ampliar el conocimiento sobre el infoentretenimiento y conocer si el noticiero Código 21 utiliza este nuevo género en la prensa televisiva sin violentar los artículos que se encuentran en el Código de Ética periodístico.

Se ha implementado una investigación a través de la recopilación de información por medio de un monitoreo al programa de noticias Código 21, desde el 23 de Septiembre hasta el 23 de octubre, enfocado hacia la sección de ebrios tomando en cuenta los artículos 2, 11, 12, 31, 41, 43 del Código de Ética periodística de El Salvador.

Este método se emplea en nuestra investigación pues permite explorar si existe realmente el infoentretenimiento en los medios de comunicación salvadoreño.

Como parte de esta exploración en la investigación se utilizó una encuesta para los ciudadanos conocedores del programa de noticias Código 21, que se realizó en diferentes puntos de San Salvador.

Una vez obtenida dicha información se dio el siguiente paso que fue analizar el problema planteado para luego comparar con las encuestas y el monitoreo realizados para obtener información, para buscar posibles respuestas al tema y así determinar cuál es la incidencia del infoentretenimiento en la profesión periodística.

3.2 Sujeto de estudio

Los sujetos de estudio para la obtención de información en investigación fueron el noticiero Código 21, además se realizaron 100 encuestas a diferentes personas con distintas edades en varios puntos de San Salvador para comparar si el infoentretenimiento en la prensa televisiva podría opacar el Código de Ética periodística salvadoreño.

3.3 Presentación de resultados

Para la elaboración de la investigación con el tema de “El infoentretenimiento en la prensa televisiva salvadoreña versus ética periodística” se realizó una encuesta enfocada hacia el programa de noticias televisivo Código 21, con el propósito de conocer la opinión de los salvadoreños sobre la sección de personas ebrias para poder obtener un punto de vista de la población.

Los artículos del código de ética periodístico en los cuales nos basamos para determinar si dentro del monitoreo hecho a Código 21 toman en cuenta lo establecido dentro de los artículos a la hora de transmitir los hechos fueron los siguientes

Art. 2: Los siguientes principios fundamentan las normas éticas que se establecen en este Código:

(a) Hechos comprobables: Todas las personas tienen el derecho a recibir información veraz, objetiva, precisa y completa.

(b) Observancia a los Derechos Sociales: Los profesionales del periodismo y la comunicación respetarán los valores democráticos, entre los que se encuentran: la paz y la fraternidad entre los pueblos, la cultura de la tolerancia, la identidad cultural y social, la justicia, la dignidad humana y la vida privada y la intimidad.

En su labor profesional, no podrán discriminar por edad, discapacidad, sexo, origen social, nacional, racial y étnico, edad, o ideas políticas o religiosas.

En caso de estar vigentes leyes o disposiciones de tal carácter, deberá esforzarse para lograr su derogación.

(c) Honestidad, integridad e independencia de criterio: el periodista debe estar regido bajo los principios de la honestidad, integridad e independencia durante el ejercicio de su profesión.

Art.9: Realizar con responsabilidad el ejercicio de toda cobertura informativa, en especial cuando se trate de situaciones conflictivas, violentas, evitar invadir la intimidad de las víctimas así como la exaltación y la descripción morbosa de los hechos.

Art. 11: Respetar la decisión de las personas de no conceder entrevistas o hablar ante micrófonos y cámaras, siempre y cuando no sea un funcionario público.

Art. 12: Respetar la vida privada de las personas, incluyendo figuras públicas, salvo en aquellos casos en los que su conducta tenga repercusión en los intereses de la colectividad y del Estado. Cuando surja un conflicto entre el derecho a la información y la libertad de prensa frente al derecho a la intimidad de una figura pública, lo divulgado debe limitarse a los datos esenciales del suceso noticioso, evitando informar detalles que den un matiz morboso al hecho.

Art. 28: Guardar especial cuidado en que el lenguaje de la redacción de la información no promueva el que se perpetúen los prejuicios y la discriminación.

Art. 31: Utilizar métodos dignos para obtener información, datos o imágenes, sin recurrir a procedimientos ilícitos. Apoyar las informaciones en datos o fuentes fidedignas que sostengan o comprueben sus afirmaciones y no cometer plagio. Respetar y reconocer la autoría intelectual de la información que se publica y consigue mediante Internet y otros medios de información. En el caso de información obtenida mediante Internet, se deberá comprobar la legitimidad de la procedencia del sitio Web.

Art. 41: Los profesionales del periodismo y las comunicaciones, tienen la obligación de actuar de modo tal que dignifique la profesión.

Art. 43: Las normas aquí expuestas resultan de carácter obligatorio para los miembros de la APES, quienes, consecuentemente, asumen la responsabilidad de cumplir con la normativa ética propuesta por esta Asociación. La APES regulará los procedimientos ante su Comisión de Ética, conforme lo establecen sus estatutos y de manera que se cumpla con los valores que se garantizan en este Código. Para la aplicación de esta norma, se garantiza el debido proceso

RESULTADOS DE ENCUESTA

Sexo:

Masculino 55%

Femenino 45%



Las personas que fueron encuestadas en diferentes zonas de San Salvador el 55% fueron del sexo masculino y el otro 45% es femenino.

Edades

15-20 19%

21-30 66%

31-40 10%

41-55 5%



Entre las edades obtenidas de las personas encuestadas el 66% oscilan entre los 21 y 30 años de edad siendo la gran mayoría del porcentaje de la audiencia de código 21, el 19% se encuentran entre las edades de 15 a 20 años, un 10% ronda las edades de los 31 a 40 años y el 5% de 41 a 51 años de edad.

NIVEL ACADEMICO

Primaria	4%
Secundaria	17%
Universitaria	72%
Técnico	7%
Otro	0%



Según los resultados obtenidos el 72% de las personas encuestadas son de estudios universitarios, el 17 % solo realizaron estudios secundarios, el 7% han logrado estudios técnicos, solamente el 4% tienen estudios de primaria y otros estudios 0%.

SITUACION LABORAL

Empleado 57%

Desempleado 43%



Dentro de los datos obtenidos muestran que la situación laboral de las personas encuestadas son el 57% posees un empleo estable mientras que un 43 % no tiene un empleo.

SITUACION FAMILIAR

Soltero	82%
Casado	10%
Viudo	0%
Acompañado	8%



Las situaciones familiares de las personas encuestados muestran que el 82% siendo la gran mayoría son solteros y solamente un 10% dice estar casado, mientras que una mínima de un 8% dijo estar acompañado, 0% de personas viudas.

1. ¿Conoce usted el programa código 21?

Si 94%

No 6%



Podemos observar que las personas encuestadas el 94% si conoce el programa de código 21, es decir que la mayoría de los encuestados si conoce el noticiero y solo un 6% dijo no conocerlo.

2. ¿Qué noticiero prefiere ver?

Código 21	33%
Tele 2	4%
TCS	5%
Teleprensa	5%
Noticias 4vision	14%
Más de un noticiero	39%



Del 100% de las personas que dicen ver noticieros los resultados mostraron que el 33% de los encuestados dicen que prefieren ver el noticiero código 21 mientras un 14 % dijo preferir ver noticias 4 Visión, un 5% dijo ver Teleprensa, otro 5% TCS noticias y solo un 4% ve tele 2. Mientras que el 39% siendo la mayoría del porcentaje estos prefieren ver más de un noticiero.

3. ¿Considera usted que noticias código 21 es un noticiero amarillista?

Si 48%

No 25%

No sabe 27%



Se buscó conocer el contraste que existe en el amarillismo con la profesión del periodismo los datos obtenidos dieron como resultados que el 48% de las personas encuestadas siendo la mayoría piensa que este medio es amarillista, es decir, que el noticiero Código 21 no cumple con lo establecido en las normas del código de ética periodístico .

4.¿Qué calificación le daría al noticiero código 21 del 1 al 10?

10	8%
9	11%
8	20%
7	14%
6	9%
Debajo de 5	11%
No sabe	27%



Los resultados obtenidos en la encuesta sobre la calificación que le daría al noticiero código 21 dieron como resultados que el 8%de las personas encuestadas le dio una calificación de 10 mientras que un 11% le dio calificación de 9, mientras que otro 20% le dio la calificación de 8 siendo la calificación mayor que la población le otorga al noticiero.

5. ¿cuánta credibilidad le otorga al noticiero código 21?

Mucha	30%
Poca	42%
Ninguna	1%
Sin opinión	27%



En la investigación que se realizó se buscó conocer sobre la credibilidad que le otorgan la audiencia al noticiero código 21 pudimos observar que la mayoría de personas encuestadas con un 42% dijo darle poca credibilidad a este medio informativo.

6. ¿cree usted que el noticiero televisivo código 21 exagera al trasladar los hechos?

Si 48%

No 25%

No sabe 27%



Los resultados obtenidos sobre las personas que piensan que el noticiero Código 21 es exagerado al trasladar los hechos a la pantalla de televisión el resultado obtenido siendo la gran mayoría de los encuestados con un 48% dijo que si exageran los hechos, ya que el programa se caracteriza por incorporar efectos en la imágenes, sonidos y lenguaje común que utilizan en su formato que presentan las noticias.

7. ¿porque razón prefiere ver código 21?

a) formato que lo presentan las noticias	5%
b) presentadores	5%
c) Sección de bolitos	18%
d) Sección de héroes	2%
e) Por la información que presenta	13%
f) Por ser entretenido	9%
g) Otros	17%
S/R	31%



Los resultados obtenidos se buscó conocer porque razón prefiere ver código 21, la gran mayoría del resultado muestran que la audiencia prefiere ver este programa por la sección de ebrios este segmento es el que más atrae a los espectadores a pesar que no son hechos informativos de relevancia social, estos forman parte del entretenimiento del noticiero

8. Código 21 presenta una sección dedicadas a hacer historias de personas en estado de ebriedad ¿Cómo percibe el trato que le dan a las personas en el segmento de ebrios?

Es digno y respetuoso	24%
Exponen innecesariamente alas personas en estado de inconciencia	36%
No sabe no responde	40%



Dentro de la investigación se buscó conocer como la población percibe el trato que se les da a las personas en estado de ebriedad en código 21 dejando como resultados que el 24% dice que el trato que se les da a las personas ebrias es digno y respetuoso mientras que el 36% piensan que exponen innecesariamente a las personas en estado de inconciencia y un 40% siendo la mayoría no respondió nada.

9. ¿Cree usted que la sección de bolitos solo es una forma de ganar audiencia?

Si	46%
No	14%
No sabe	9%
No responde	31%



Según los resultados obtenidos muestran que la sección de ebrios solo es una forma de ganar audiencia ya que los resultados de los encuestados muestran que el 46% creen que si es una forma de ganar audiencia solo un 14% dice que no es para ganar audiencia un 9% no sabe y un 31% no respondió.

10 ¿Está de acuerdo en que sean utilizadas personas en estado de ebriedad como parte de una noticia?

Si 29%

No 42%

No responde 29%



Se buscó conocer si las personas están de acuerdo en que sean utilizadas personas en estado de ebriedad como parte de una noticia los resultados obtenidos dicen que un 29% si está de acuerdo a que si utilicen a personas en estado de ebriedad mientras que 42% siendo la mayoría de encuestados no están de acuerdo a que se utilicen personas en estado de ebriedad como parte de una noticia un 29% no respondió al respecto.

11. ¿Cómo califica la sección de bolitos?

a) Buena 31%

b) Mala 18%

c) Regular 17%

d) Ninguno 5%

S/R 29%



Se buscó saber cómo la audiencia califica la sección de ebrios obteniendo un resultado contradictorio ya que en la pregunta numero 10 un 42% dicen que están de acuerdo que sean utilizadas a personas en estado de ebriedad como parte de una noticia y en esta pregunta con un 31% opinaron que es una sección buena de esta manera podemos observar que las personas tiene una contradicción al decir que no utilicen a personas en estado de ebriedad como parte de una nota informativa y al calificar la sección como buena.

12. ¿recuerda algún caso visto en la sección de dicada a personas en estado de ebriedad?

Si	43%
No	28%
No responde	29%



Se buscó conocer si los encuestados recordaban algún caso visto en la sección de bolitos que transmite el noticiero código 21 la mayoría del porcentaje con el 42% dicen recordar más de un caso de ebrios, un 28% dijo no recordar ninguno y el 29% no respondió al respecto.

RESULTADOS DEL MONITOREO AL PROGRAMA CÓDIGO 21 DESDE EL 23 DE SEPTIEMBRE AL 23 DE OCTUBRE DE 2013.

En el monitoreo realizado dentro de la investigación se buscó conocer si el Código de Ética Periodístico salvadoreño está presente en las transmisiones del programa Código 21 y su sección dedicada a personas en estado de ebriedad, este dio inicio el día 23 de septiembre y finalizó el 23 de octubre de 2013.

Dentro del monitoreo se buscaron notas relacionadas con personas en estado de ebriedad de las cuales pudimos observar seis casos de personas ebrias como parte de una noticia y verificar mediante el monitoreo si carecen del factor ético en la ejerción y dignificación de la profesión del periodismo (Artículo 41 Código de Ética periodístico salvadoreño).

Uno de los casos monitoreados que tenía el título de “El Temerario” muestra una persona en estado de ebriedad, la cual dice ser cantante y ser más famosa que el grupo Los Temerarios, dentro de la nota se hace notoria la falta de contenido informativo que es lo que busca la profesión del periodismo y el cual se reemplaza por el entretenimiento, además el irrespeto hacia la dignidad humana como dice el artículo número 2 literal b del Código de Ética periodístico salvadoreño el cual estipula que los profesionales del periodismo y la comunicación deben respetar los valores, y la dignidad de las personas.

“Carrera de Bolos” es el título de otra de las notas monitoreada el día 8 de octubre la cual mostró falta del factor ético dentro de ella al irrespetar la dignidad de las personas y mostrar un contenido carente de información a cambio de lo entretenido a costa de personas que se prestan para este tipo de actividades a por alcohol.

El día 10 de octubre se presentó una particular nota con el título “el diablo y el cura” una persona que se hace llamar el demonio y declara que le vendió el alma al diablo y que desea morirse pero es imposible ya que dice ser inmortal y no podrá morir, otros 2 lo acompañan y dicen ser predicadores pero el alcohol les hace perder la cabeza.

En este caso las personas utilizadas en esta nota que se presentó están en estado de ebriedad y hablan incoherencia a la misma vez el noticiero hace notar la falta de ética al hacer una nota carente de contenido informativo y falta de dignidad.

Uno de los casos monitoreados fue el día 19 de Octubre, el que se hace notar más la falta de ética, al irrespetar la intimidad de personas fue una nota con el título de “La Chulona”, ya que en ella el programa deja de lado las normas éticas al mostrar contenido de forma morbosa y que no aporta más que entretenimiento al espectador, al presentar imágenes de una pareja en estado de ebriedad teniendo relaciones íntimas, jugando así con la vida privada y la

intimidad humana y convertir el trabajo profesional periodístico en una labor que deja de lado las normas establecidas en el Código de Ética periodístico.

CAPITULO IV: CONCLUSINES Y RECOMENDACIONES

4.1Conclusiones

- El periodismo y su ejercicio profesional tienen sus normativas éticas establecidas por la Asociación de Periodistas de El Salvador APES las cuales estipulan la forma correcta para llevar acabo la labor del profesional del periodismo.
- El periodista debe recurrir a nuevos génerosperiodísticos como el infoentretenimiento el cual apela más a la función de entretener que a la de informar y garantizar la veracidad y objetividad de las noticias.
- En la investigación realizada según los datos recolectados, nuestro grupo de trabajo puedo observar que el programa de noticias código 21 el género del infoentretenimiento se practica dentro de sus contenidos noticiosos.
- El infoentretenimiento surge del interés que tienen los medios televisivos de noticias salvadoreños de captar la atención de los espectadores dejando de lado la información por el entretenimiento.

- Como grupo de trabajo podemos concluir que el infoentretenimiento como nuevo género periodístico opaca el periodismo tradicional ya que interfiere en la correcta labor del periodismo y mezcla la información con el entretenimiento.
- Para nuestro grupo de investigación el infoentretenimiento se practica en el programa de noticias Código 21, que fue monitoreado específicamente en la sección de personas en estado de ebriedad y los cuales carecen del componente ético en la elaboración de noticias y a la hora de ejercer la profesión del periodismo.
- Concluimos que el programa código 21 tiene una aceptación ante los televidentes en su sección de ebrios ya que los resultados de la encuesta muestran que la sección de ebrios es buena.
- Logramos determinar que la población no está de acuerdo a que sean utilizadas a personas en estado de ebriedad como parte de una noticia.

4.2 Recomendaciones

Para concluir como grupo de investigación recomendamos lo siguiente:

- Que los profesionales del periodismo tomen conciencia sobre la forma adecuada de ejercer la labor bajo lo estipulado en el Código de Ética Periodístico Salvadoreño.
- Es necesario que el fenómeno del Infoentretenimiento se investigue más para poder establecer una definición acertada para diferenciar las funciones que posee este nuevo género en el periodismo.
- El periodismo no debería verse afectado por el infoentretenimiento en la labor del periodismo y el cumplimiento de las normas establecidas en el Código de Ética periodístico.
- Que los periodistas de los medios televisivos tomen en cuenta el Código de Ética periodístico salvadoreña a la hora de la práctica del periodismo.

REFERENCIAS

Asociación de Periodistas de El Salvador. *Código de Ética de la Prensa de El Salvador* (deontología periodística). Recuperado en www.apes.org.sv.

Cornejo Urbina, Franklin. (Julio de 2013) *El Infoentretenimiento*. Recuperado en <http://peru.com/actualidad/mi-ciudad/que-infoentretenimiento-y-cuales-son-desafios-futuro-periodismo-noticia-129612>

García Avilés, José Alberto. (2007) *El Infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea*.

<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/021121175n35p47.pdf>

Morales Lugo, Hiram R. (31 de julio de 2012) *Código de Ética para los periodistas profesionales de la comunicación en El Salvador*.

Recuperado desde www.apes.org.sv

Ortells, Sara. *La redefinición de los Géneros Periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio*. Recuperado de <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf>

Televisión del Infoentretenimiento. Recuperado de

<http://intelectiva.blogspot.com/2007/01/television-del-infoentretenimiento.html>

ANEXOS

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Comunicaciones

ENCUESTA

Presentación

La presente encuesta es un recurso de apoyo a una investigación de estudiantes de la carrera Técnico en Periodismo de la Universidad Tecnológica de El Salvador enfocado hacia el programa de noticias “Código 21” bajo el tema de “El infoentretenimiento en la prensa televisiva salvadoreña versus ética periodística”.

Es un insumo con fines académicos, no comerciales. Se mantiene el anonimato de los participantes.

Objetivo: Evaluar las prácticas que el programa de noticias Código 21 utiliza para atraer la atención de la audiencia.

PERFIL GENERAL

Sexo M F

Edad

☐	15-20
☐	21-30
☐	31-41
☐	41-55

Nivel académico

☐	Primaria
☐	Secundaria
☐	Universitario
☐	Técnico
☐	Otros (especifique)
☐	

Situación laboral:

Empleado

Desempleado

Estado familiar:

Soltero

Casado

Viudo

Acompañado

Responder las siguientes preguntas

1. ¿Conoce usted el programa de noticias por televisión “Código 21”?

SI ____ NO ____

Si respondió sí, prosiga con la pregunta 2.

2. ¿Qué noticiero prefiere ver? Mencione los 3 principales

- a) Código 21
- b) Tele 2
- c) TCS
- d) Teleprensa
- e) Noticias 4 Visión

Si el entrevistado no menciona Noticias Código 21 o literal a) agradecer y terminar.

3. ¿Considera usted que Noticias Código 21 es un noticiero amarillista?

SI ____ NO ____

4. ¿En la escala del 1 al 10 que calificación le daría a Noticias Código 21?

5. ¿Cuánta credibilidad le otorga al noticiero Noticias Código 21?

MUCHA ____

POCA ____

NINGUNA ____

6. ¿Cree usted que el noticiero televisivo Código 21 exagera al trasladar los hechos?

SI ____ NO ____

7. ¿Por qué razón prefiere ver Código 21?

- a) Formato con el que presentan las noticias
- b) Presentadores
- c) Sección Bolitos
- d) Sección de Héroes
- e) Por la información que presentan
- f) Por ser entretenido
- g) Otra

8. Código 21 presenta una sección dedicada a hacer historias sobre personas en estado de ebriedad. ¿Cómo percibe el trato que le dan a las personas en ese segmento?

- a) Es digno y respetuoso
- b) Exponen innecesariamente a las personas en estado de inconciencia
- c) No sabe/ No responde

9. ¿Cree usted que la sección de bolitos solo es una forma de ganar audiencia?

SI____ NO____ NO SABE____ NO
RESPONDE____

10. ¿Está de acuerdo en que sean utilizadas personas en estado de ebriedad como parte de una noticia?

SI____ NO____

11. ¿Cómo califica la sección de bolitos?

- a) BUENA
- b) MALA
- c) REGULAR
- d) NINGUNA

12. ¿Recuerda algún caso visto en la sección dedicada a personas en estado de ebriedad?

SI ____

NO ____

Sí respondió si: ¿podría mencionarlo? _____