

---

**“ESTUDIO CUALITATIVO DE SEGUIMIENTO  
Y ANALISIS DE LOS NOTICIEROS CENTRALES  
DE TELEVISION EN SEÑAL ABIERTA EN LA  
CIUDAD DE LIMA”**

***Agosto-Nov. 2014***

---



## **PRESENTACION**

*En este informe estamos presentando los resultados del **Estudio cualitativo de seguimiento y análisis de los noticieros centrales de televisión en señal abierta en la ciudad de Lima.***

*Tal como lo ha solicitado el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, se ha implantado esta investigación haciendo uso de la técnica de **LEVANTAMIENTO de Información sobre los noticieros transmitidos en televisoras en señal abierta en la ciudad de Lima.***

*El informe que estamos presentando contiene las Generalidades o ficha técnica que describe las características básicas de la investigación, el análisis y los resultados expresados en los cuadros estadísticos.*

**AD REM S.A.C.**

---



## GENERALIDADES

### **1. OBJETIVO DE INFORMACION**

*Realizar un Estudio Cualitativo de Noticiarios difundidos en televisión de señal abierta de la ciudad de Lima con el propósito de precisar las características y mensajes que transmiten y el cumplimiento de las disposiciones señaladas en el Horario Familiar.*

### **2. METODOLOGÍA**

*Los lineamientos metodológicos se definen a continuación:*

#### **2.1. Universo y Muestra**

*Principales Noticiarios a nivel de Lima.*

*Se analizaron 10 emisiones de cada noticiario de la televisión de señal abierta de Lima. Se evaluó la calidad de noticiarios de la televisión de señal abierta sobre la base de distintas variables y guía elaborada por AD REM en coordinación con CONCORTV y aprobada por CONCORTV.*

---

Los noticiarios que evaluados son los siguientes:

<b>Nº</b>	<b>EMISORA</b>	<b>CANAL</b>	<b>NOTICIARIO</b>	<b>HORARIO</b>
1	Frecuencia Latina	2	90 Central	23:00 – 24:00 Lunes a Viernes 07:00 – 08:00 Sábado y Domingo
2	América Televisión	4	América Noticias Edición Central	22:00 – 22:55 Lunes a Viernes 06:45 – 09:00 Sábado y Domingo
3	Panamericana Televisión	5	24 Horas Edición Central	21:00 – 22:30 Lunes a Viernes 20:00 – 21:00 Sábado
4	TV Perú	7	TV Perú Noticias	20:00 – 21:00 Lunes a Sábado 21:00 – 22:00 Domingo
5	Andina de Televisión	9	ATV Noticias Edición Central	23:00 – 23:45 Lunes a Viernes 06:45 – 09:00 Sábado y Domingo
6	RBC	11	RBC Informa	21:00 – 21:30 Lunes a Viernes

Adicionalmente, se incluyó en el estudio el análisis de 3 emisiones del noticiario de cable de Canal N, De 6 a 9 en el horario de 7:00 a.m. a 9:00 a.m.

Y en el caso de provincias se incluyó en el estudio el análisis de 4 emisiones de los noticiarios del canal UNITEL TV Canal 31, y Cadena 15 de la ciudad de Huancayo, departamento de Junín.

---

Se analizaron los siguientes aspectos:

### **Características Generales Noticiario**

Aspectos generales de los noticieros centrales con el propósito de conocer su cobertura informativa: ámbito y alcance de las noticias presentadas, formatos utilizados en la entrega informativa, temáticas y actores sociales abordados y recursos de producción.

### **Calidad Periodística**

Se evaluó las variables de calidad en notas periodísticas y su comportamiento al interior de los noticieros centrales en términos de su calidad y ética periodísticas:

- Golpe periodístico
- Relevancia de la noticia
- Uso de Fuentes
- Elaboración del relato
- Relación entre el texto y la imagen
- Contraste de opiniones e ideas
- Uso formal del lenguaje
- Autopromoción

### **Ética Periodística**

- Fuentes no identificadas sin explicación
- Trato discriminatorio / descalificaciones
- Apelación a la emoción de la audiencia de manera efectista y exagerada
- Imágenes de archivo distorsionadas

---

## **2.2. Técnica de Investigación**

*Esta investigación se ha realizado aplicando la técnica de LEVANTAMIENTO DE INFORMACION mediante OBSERVACIÓN de los noticiarios transmitidos en televisoras en señal abierta a nivel de la ciudad de Lima.*

*Se utilizó una Guía de Indagación elaborada por **AD REM** en coordinación con el **Ministerio** y sometida a Pruebas Pilotos para ser finalmente aprobado por el cliente.*

## **3. TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL ESTUDIO**

El estudio se ha realizado durante los meses de agosto a octubre en su etapa de campo, entregándose el Informe el día 05 de noviembre del 2014.

---

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN COMPARATIVA DE LOS  
NOTICIARIOS DE SEÑAL ABIERTA DE LIMA  
TRANSMITIDOS DE LUNES A DOMINGO**

**1. *Ámbito de la Noticia:***

*Los resultados del análisis realizado a los noticiarios emitidos de lunes a domingo en Lima Metropolitana, indican que estos transmiten una mayor proporción de noticias referentes al acontecer nacional, las cuales conforman el 77.7% de su contenido, dejando sólo un 22.3% a las noticias de ámbito internacional.*

*Tal como podemos apreciar en el cuadro adjunto, ATV Noticias (ATV, canal 9), es el noticiario con mayor presencia de noticias de ámbito nacional, las cuales aparecen en el 91.5% de sus emisiones. Le siguen 90 Central (Frecuencia Latina, canal 2) con 80.4%, TV Perú Noticias (TV Perú, canal 7) con 80.0%, RBC Informa (RBC, canal 11) con 78.6%, América Noticias Edición Central (América Televisión, canal 4) con 76.0% y finalmente 24 Horas Edición Central (Panamericana Televisión, canal 5) con 59.7%.*

*En cuanto a la cobertura de las noticias internacionales, 24 Horas Edición Central es el noticiario con mayor índice de noticias de ámbito internacional, las cuales representan el 40.3% de sus emisiones. Luego están América Noticias Edición Central con 24.0%, RBC Informa con 21.4%, TV Perú Noticias con 20.0%, 90 Central con 19.6%, y ATV Noticias con 8.5%, siendo este último el que tiene menor proporción de noticias extranjeras.*

---

## **2. Alcance de las notas nacionales:**

*Con respecto al alcance o trascendencia del contenido de las notas nacionales en los noticiarios de la capital, los resultados del análisis nos permiten afirmar que todos los noticiarios tienen un mayor índice de notas de alcance local metropolitano y en segundo lugar de alcance nacional, siendo menor la proporción de las notas que tratan sobre el quehacer local regional. Podemos detallar entonces que el 60.0% del total de las emisiones tiene notas de alcance local metropolitano, mientras que el 25.1% son de alcance nacional y sólo el 14.9% corresponden a alcance local regional.*

*Los resultados nos indican que el 76.4% de las emisiones del noticiario ATV Noticias se compone de notas de alcance local metropolitano, siendo este el que más se ocupa del quehacer de la capital. Luego tenemos los noticiarios de TV Perú Noticias con 71.4%, RBC Informa con 61.0%, 90 Central con 59.2%, 24 Horas Edición Central con 50.7%, y finalmente América Noticias Edición Central con 41.6%.*

*También, los resultados de cada noticiario nos señalan que el noticiario América Noticias Edición Central, tienen el mayor índice de noticias de alcance nacional, el cual alcanza el 45.4%. Le sigue 24 Horas Edición Central con 33.0%, y 90 Central con 30.3%, luego en menor medida tenemos a RBC Informa con 15.4%, ATV Noticias con 14.8 %, y TV Perú Noticias con 11.5%.*

*En cuanto a las notas de alcance local regional, las emisiones del noticiario RBC Informa, alcanzan el 23.6%, siendo menores las cifras en el resto de noticiarios, así tenemos que TV Perú Noticias alcanza el 17.2%, 24 Horas Edición Central, alcanza el 16.3%, América Noticias Edición Central alcanza el 13.0%, 90 Central alcanza el 10.5%, y finalmente ATV Noticias alcanza el 8.8%.*

## **3. Formato de las notas:**

*El formato de notas más utilizadas en los noticiarios de la capital es el informativo con desarrollo, seguido por el informativo breve mientras que el resto de formatos se utiliza en mucha menor proporción. Esto lo podemos apreciar claramente en el cuadro adjunto, donde se indica que el 74.2% de los noticiarios está compuesto por noticias informativas con desarrollo, mientras que las*



---

*noticias informativas breves alcanzan el 13.6%, y las entrevistas el 8.5%. El resto de los formatos como reportaje, indicadores económicos, transmisión en vivo, video clip y otros, no llega en conjunto al 4.0% de participación dentro de los noticiarios.*

*En cuanto a las notas informativas con desarrollo, tenemos que los noticiarios que más hacen uso de este formato son RBC Informa, con una presencia del 86.3% de este formato en sus emisiones, luego le siguen ATV Noticias con 82.9%, TV Perú Noticias con 81.3%, 24 Horas Edición Central con 71.6 %, América Noticias Edición Central con 70.6%, y 90 Central con 52.7%.*

*Las emisiones de 24 Horas Edición Central tienen el índice más alto de participación de noticias informativas breves, con el 26.8%, luego sigue América Noticias Edición Central con 23.0%, RBC Informa con 13.7%, ATV Noticias con 9.0%, TV Perú Noticias con 5.0%, y 90 Central con 4.1%.*

#### **4. Comentarios:**

*La iniciativa de emitir comentarios antes o después de las notas, varía significativamente según cada noticiario, sin embargo, los resultados del análisis nos permiten afirmar que el estilo predominante de los noticiarios de la capital consiste en que los narradores sólo den una breve introducción antes de lanzar las notas.*

*El promedio de comentarios en los noticiarios observados en las 10 emisiones es de 2.1, siendo 90 Central y ATV Noticias los que presentan un mejor promedio, con 6.7 y 4.5.*

*Los demás noticiarios tienen una presencia de comentarios bastante baja, e incluso en algunos casos no llegan a hacerlos.*

---

## 5. Áreas temáticas:

Las áreas temáticas con mayor presencia dentro de los noticiarios fueron política y policiales, con promedios de 27.4% y 21.4% respectivamente, en el total de las emisiones observadas. Por debajo encontramos áreas como tragedias y accidentes con el 7.5%, deportes con el 7.4%, y TV y farándula con el 6.3%. El resto de áreas temáticas entre las cuales se encuentran problemática del ciudadano, problemáticas sociales, derechos humanos, justicia, economía, salud, educación, medio ambiente, catástrofes naturales, religión y moral, ayuda social, arte y cultura, trabajo y otras, no llegan al 4.0%.

El área temática de política estuvo liderando las menciones debido a la coyuntura electoral de las elecciones municipales y regionales del 5 de octubre, teniendo en consideración que las observaciones de los noticiarios se realizaron en los días previos al evento electoral. Así tenemos, que dentro del rubro de política el tema más mencionado fue las elecciones municipales con 14.1%, seguido por política general con 6.9%, luego el Congreso con 4.0% y finalmente elecciones regionales con 2.3%.

En cuanto a las notas policiales, el mayor número de estas trató específicamente sobre robos / asaltos / delincuentes, asesinatos, agresiones y violencia sexual, y seguridad ciudadana, temáticas que tienen promedios de 8.6%, 2.6%, 2.0% y 1.8% respectivamente.

Las notas de tragedias / accidentes tienen un 3.6% en accidentes automovilísticos y 3.9% en otros accidentes.

Es importante señalar que dentro del área temática deportes, el fútbol internacional supera al fútbol nacional con 4.9% frente al 1.4% respectivamente, mientras que a otros deportes sólo se le asigna un 1.1%.

En el cuadro adjunto se puede apreciar detalladamente en qué proporción se abordaron las diferentes áreas temáticas de cada noticiario. De este modo podemos observar que RBC Informa y TV Perú Noticias tienen el área temática de política en el 44.0% y 42.9% respectivamente. En cambio policiales tiene mayor presencia en ATV Noticias y 90 Central con 33.7% y 29.7% respectivamente. Las tragedias / accidentes tiene mayor presencia en ATV Noticias y 24 Horas Edición Central con 13.6% y 10.3% respectivamente. Deportes tiene mayor presencia en América Noticias Edición Central y 24 Horas Edición Central con 22.0% y 15.0% respectivamente.

---

*También se analizó cuánto tiempo de los noticiarios era dedicado a cada área temática, y se encontró que política y policiales son las que cuentan con más espacio, teniendo el 26.5% y el 21.8% respectivamente del total del tiempo del noticiario. Otras áreas temáticas con un tiempo significativo son TV y farándula con 8.6% y tragedias / accidentes con 6.1%.*

*El resto de áreas temáticas tiene una exposición menor al 5%, como es el caso de deportes con el 4.3%, problemática del ciudadano también con el 4.3%, justicia con 3.7%, problemáticas sociales con el 2.9%, mientras que las otras áreas registran valores mucho menores.*

*Además también se encontró que dentro del espacio utilizado para tratar la temática política, la mayor parte del tiempo lo utilizaron para hablar de las elecciones municipales con 13.5% de tiempo de exposición dentro del noticiario, dejándole a política en general un 6.1%, al Congreso un 4.8% y a las elecciones regionales un 2.1%.*

*En cuanto a las notas policiales, la mayor cantidad de tiempo se lo dedican a las que tratan sobre robos / asaltos / delincuentes con 8.8%, luego seguridad ciudadana con 2.4% y asesinatos con 2.3%.*

*En los cuadros adjuntos podemos observar con mayor detenimiento cuanto tiempo invierten los noticiarios en estas áreas temáticas. De este modo tenemos que el noticiario TV Perú Noticias dedica el 44.2% de su tiempo a la política, mientras que RBC Informa le dedica el 35.9%.*

*El área temática policiales ocupa el 32.5% del tiempo de duración del noticiario 90 Central, el 26.1% en ATV Noticias, y el 23.9% en 24 Horas Edición Central.*

*Los noticiarios que dedican mayor tiempo a TV y Farándula son América Noticias Edición Central con 17.0%, luego 90 Central con 15.9% y ATV Noticias con 11.1% del tiempo de emisión de su noticiario.*

---

## **6. Actores sociales:**

*Según demuestran los resultados del estudio, los actores sociales que tuvieron mayor presencia en los noticiarios analizados fueron los ciudadanos en general, con 19.8% seguido por los políticos con 17.5%, y luego los delincuentes con 10.0%. A continuación tenemos a los deportistas y dirigentes deportivos, con 8.2%. Cabe mencionar que la gran mayoría de los deportistas y dirigentes que aparecieron en estas notas eran futbolistas o autoridades relacionadas al fútbol, debido a que la mayoría de notas deportivas trataban sobre este deporte.*

*Los otros actores sociales de la noticia tienen una presencia debajo del 6%. Entre ellos se encuentran los personajes de la farándula con 5.2%, las autoridades del gobierno central con 5.1%, entre otros.*

*En cuanto al sexo de los actores sociales, hemos encontrado que los noticiarios tienen un mayor índice de actores sociales masculinos, siendo el 63.2%. La presencia de notas donde hombres y mujeres tienen igual protagonismo alcanzan el 20.4% y las que tienen como actor principal a la mujer son el 16.3%.*

*La mayoría de hombres que aparecen en la noticia son políticos, ciudadanos, deportistas / dirigentes deportivos, y delincuentes, las mujeres superan a los hombres en personajes de la farándula.*

*El noticiario con mayor proporción de noticias donde aparecen tanto hombres como mujeres es América Noticias Edición Central con 25.9%, seguido por 24 Horas Edición Central con 23.4%. Los que tienen mayor presencia masculina son RBC Informa con 75.7%, TV Perú Noticias con 67.9%, y 90 Central con 66.3%. Los noticiarios que presenta mayor presencia de actores sociales mujeres son 24 Horas Edición Central con 21.6%, ATV Noticias con 21.1%, y América Noticias Edición Central con 15.3%.*

*En cuanto a los grupos etarios de los actores sociales, los resultados del análisis indican que en los noticiarios hay una mayoritaria presencia de adultos, los cuales representan el 94.1% de los actores sociales, mientras que los niños y adultos mayores son una minoría que tienen solo el 3.7% y 2.2% de presencia respectivamente.*

---

*El noticiero RBC Informa es el que tiene una mayor proporción de actores sociales adultos, cuyo índice llega al 99.2%. El noticiero que tiene mayor presencia de niños y adolescentes es ATV Noticias con 10.1%, y el que tiene el índice más alto en cuanto a la representatividad de los adultos mayores es nuevamente ATV Noticias con 3.5%.*

### **7. Grupos favorecidos y desfavorecidos:**

*Los resultados de la investigación señalan que son dos los principales grupos que resultan favorecidos con la noticia, los intelectuales con 81.8% y los personajes de TV espectáculos con 67.8%. En cambio los principales grupos que aparecen como desfavorecidos son los adultos mayores con 85.0%, y los parlamentarios con 83.6%.*

### **8. Recursos de producción:**

*Los resultados de la investigación señalan que el uso de los recursos para realizar un despliegue en terreno llega al 46.7% de los noticieros en promedio. El recurso más utilizado es la transmisión en vivo, que llega a ser utilizada en un 28.3%, luego le sigue el enlace vía telefónica con 20.0%, y el uso de corresponsales con 15.0%, y en menor cantidad los enviados especiales con 6.7 %.*

*Los noticieros con mayor presencia de transmisiones en vivo son ATV Noticias y TV Perú Noticias, ya que en ambos son empleadas en el 50% de sus emisiones, mientras que América Noticias Edición Central es el que más hace uso de corresponsales, enlaces telefónicos, y enviados especiales los cuales aparecen en un 60%, 50% y 30% de sus emisiones respectivamente.*

*En cuanto a entrevistados y expertos, estos aparecieron en el 55% de los noticieros. En el noticiero América Noticias Edición Central y 24 Horas Edición Central, se utilizan en el 100% de sus emisiones, mientras que en 90 Central aparecen en un 80%. El 84.7% de estos corresponden al género masculino, 87.8% son nacionales y el 99.2% corresponde a los adultos.*

---

Referente a los análisis de los comentaristas hubo presencia de estos en el 43.3% de las emisiones de los noticiarios, y el único noticiario que no lo presentó fue RBC Informa.

En cuanto al Manejo de los Conductores, el 93.3% de los noticiarios no presentaron problemas. Los problemas más frecuentes son problemas de pronunciación y mala coordinación con el equipo.

En cuanto al uso de animaciones, infografías o dramatizaciones, estos recursos se utilizan en un 45.0% de los noticiarios. América Noticias Edición Central, 24 Horas Edición Central, y ATV Noticias son los que más lo utilizaron, mientras que los noticiarios TV Perú Noticias y RBC Informa no hicieron uso del mismo.

### **9. Calidad periodística:**

Sobre la relevancia de la noticia, cabe mencionar que consideramos que todas las notas tienen algún tipo de relevancia, ya sea intrínseca o de tratamiento.

Los resultados del estudio indican que en el 88.6% de los noticiarios tiene notas con relevancia intrínseca, mientras el 11.4% tiene notas con relevancia de tratamiento.

Los noticiarios que tienen más notas con relevancia intrínseca son TV Perú Noticias, 90 Central, RBC Informa y 24 Horas Edición Central con 98.3%, 98.0%, 96.8%, y 91.3% de estas notas, respectivamente, mientras que ATV Noticias es el noticiario con más notas con relevancia de tratamiento, presentando un 37.2% de las mismas.

En cuanto al uso de fuentes hemos considerado que todas las notas emitidas tienen al menos una fuente, y al contabilizar cuantas fuentes suelen utilizar en cada nota, hemos encontrado que el 64.1% de los noticiarios suelen utilizar una fuente en las noticias que emiten, el 24.3% emplean 2 fuentes y el 7.7% 3 fuentes.

---

*Sobre el aporte informativo de las fuentes, tenemos que la mayoría de los noticiarios emite todas sus notas con algún aporte informativo, siendo estas el 99.4%. Las notas con fuentes inconsistentes solo alcanzan al 3.4% del total, sin embargo el 96.6% de las notas del total de los noticiarios si tuvo consistencia.*

*También se analizó a los noticiarios en cuanto a la elaboración del relato de las notas, y se encontró que los noticiarios hacen la mayoría de sus notas por procesamiento, las cuales representan el 74.9% del total. Mientras que el 25.1% de las notas son hechas por transcripción.*

*Los noticiarios que tienen más notas por procesamiento son ATV Noticias con 82.9%, TV Perú Noticias con el 82.1% de su contenido con estas notas, mientras que los noticiarios con más notas por transcripción son 24 Horas Edición Central con 41.1%, y América Noticias Edición Central con el 28.4%.*

*Otro dato importante es la relación entre el texto o locución en off y la imagen de la nota. Los resultados de la investigación arrojaron que el 84.9% de las notas emitidas en los noticiarios significan un aporte significativo, mientras que el 14.0% son un apoyo neutro a la locución en off.*

*El noticiario que tuvo más notas con imágenes que significaron aporte significativo fue América Noticias Edición Central, con el 94.2% de sus notas, seguido por ATV Noticias con 94.0%, mientras que el noticiario con más notas con imágenes que sirvieron como apoyo neutro fue RBC Informa con el 27.4% de sus notas.*

*Por otro lado tenemos a las notas controversiales, las cuales no se presentaron en todos los noticiarios. Del total de las notas controversiales, el 39.2% no tuvo contraste y el 60.8% si tuvo contraste.*

*Los resultados del análisis indican que el noticiario que más contrastó las notas controversiales que presentó fue 90 Central, con un 98.2% de notas contrastadas.*

*La autopromoción se da en el 55.0% de los noticiarios, siendo más intensa en los canales 2, 4 y 9.*

---

*Sobre la colocación de productos durante la emisión de los noticiarios, el valor encontrado es bajo, un 8.3%, en algunos casos solo se exhibe y en otros se exhibe y se hace referencia.*

### **10. Ética periodística:**

*En el caso de faltas a la ética periodística, hemos tomado en cuenta los casos de apelación a la emocionalidad, fuentes no identificadas, fuentes mal identificadas, trato discriminatorio o descalificatorio, imágenes de archivo distorsionadoras, respeto por el anonimato de los niños, niñas y adolescentes e imágenes violentas o con contenido sólo para adultos y los resultados del análisis señalan que el 48.3% de las emisiones de todos los noticiarios incurrió en este tipo de faltas.*

*La falta a la ética periodística más recurrente es el uso de personas naturales como informantes o fuentes de noticias con 33.3% de casos, luego la apelación a la emocionalidad que llega a un índice de 31.7% del total de las emisiones revisadas, a continuación tenemos a imágenes violentas o contenido para adultos con 26.7%, luego a trato victimizante con 25.0%.*

### **11. Participación de cada bloque en el tiempo de duración del noticiario:**

*Los resultados de esta investigación nos han permitido saber cuánto tiempo duran los bloques noticiosos y cuanto tiempo duran las tandas de comerciales.*

*El primer bloque es el de mayor duración con el 38.8% del tiempo total dedicado a las noticias, y que representa en promedio 19 minutos, luego tenemos al segundo bloque con el 28.0% del tiempo total y que equivale a 13 minutos aproximadamente. El resto de bloques son de alrededor de 7 y 9 minutos.*



---

*En el caso de las tandas de comerciales, la primera ocupa la mayor proporción del tiempo con 41.4%, seguido por la segunda con el 24.1% y la tercera con el 23.2%. Con relación a los tiempos que duran estas tandas comerciales tenemos que la primera dura alrededor de 4 minutos 31 segundos, las tres siguientes entre de 3 y casi 4 minutos.*

**12. Proporción entre el tiempo de duración de las noticias y el tiempo destinado a comerciales:**

*En promedio, los noticiarios analizados le dedican el 20.0% de su horario a la publicidad, quedándoles el 80.0% de duración del noticiario propiamente dicho.*

*El noticiario que le dedica más tiempo a las tandas publicitarias es 90 Central, con el 25.5% del total del tiempo de sus emisiones, luego tenemos a América Noticias Edición Central con 23.6%, y 24 Horas Edición Central con 23.4%, mientras que el noticiario RBC Informa es el que menos tiempo le da a las tandas publicitarias dedicándoles el 9.7%, seguido por TV Perú Noticias con 18.3% y ATV Noticias con 19.7%.*