

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN- LEÓN
Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



Influencia de la Nota Roja transmitida por los Noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores del sector Norte de la Colonia Universidad de la Ciudad de León durante el período de Octubre y Noviembre del año 2012.

Investigación Monográfica para optar al Título de:
Licenciatura en Comunicación Social

Autores:

- Bra. Meyrin José Valencia Picado.
- Bra. Karla Lucia Vallecillo Huete.

Tutor:

- Lic. Carlos Ajax Fonseca Ramos.

León, Nicaragua, diciembre 2012



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Tema:

Influencia de la Nota Roja transmitida por los Noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores del Sector Norte de la Colonia Universidad de la ciudad de León durante el período de Octubre y Noviembre del año 2012.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Problema:

¿Cómo influyen las notas rojas transmitidas por los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores de la Colonia Universidad de León durante el período de octubre a noviembre del año 2012?



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Dedicatoria

- A Dios por su inmenso amor y bendiciones durante nuestra vida.
- A nuestras familias por su amor y apoyo incondicional.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Agradecimientos

- A Dios por darnos salud e inteligencia para la realización de este estudio.
- A nuestra familia por su apoyo incondicional día a día.
- A nuestros amigos que siempre estuvieron con nosotros durante la realización de este material.
- A nuestro tutor por guiarnos por el perfecto desarrollo de este trabajo.
- A nuestros docentes por compartir sus enseñanzas.



Índice

| | | |
|-------|------------------------|----|
| I. | Introducción | 01 |
| II. | Marco teórico | 04 |
| III. | Diseño metodológico | 36 |
| IV. | Resultados | 41 |
| V. | Análisis de resultados | 45 |
| VI. | Conclusiones | 48 |
| VII. | Recomendaciones | 49 |
| VIII. | Bibliografía | 50 |
| IX. | Anexos | 52 |



I. Introducción

“La nota roja, en especial la que los medios noticiosos mantienen incandescente en sus transmisiones diarias, ha sido un tema polémico en países como Guatemala, Honduras, México, Colombia, Puerto Rico, Costa Rica, China, entre otros, que está obligatoriamente sujeto a la crítica de especialistas en comunicación y una buena parte de las audiencias, no sólo por su contenido gráfico, sino por el tratamiento y abordaje de la noticia”.¹

Las notas rojas, comúnmente utilizadas en la actualidad en el mundo del periodismo, han causado un gran impacto social, desde el punto de vista del respeto y la violación a los derechos humanos, ya que en estos días, los medios no se limitan ni controlan al momento de publicar información, sabiendo que esta misma puede caer en la violación de la moral de las personas, participes de las mismas, y que en muchas ocasiones pueden ser niños y adolescentes protegidos, en cuanto a este tema por la legislación del país.

Este estudio permitió medir si el tipo de noticias transmitidas por los noticieros de Radio Mi voz y Radio Darío influyen en la población. En este estudio se analiza, la opinión y la crítica de las personas que escuchan estos Noticieros, y la importancia de determinar si los medios noticiosos más escuchados en nuestro departamento están realizando de manera correcta su función de informar y hacer llegar un buen mensaje a quienes depositan confianza en ellos. Es una controversia el opinar si los medios de comunicación están publicando de manera correcta sus noticias, así como si el vocabulario utilizado es correcto o no.

¹ Hallin, Daniel; La nota roja: Periodismo popular y de transición a la democracia en México; Rev. América latina hoy; Vol. 25 Universidad de Salamanca, España, 2000.



II. Planteamiento del Problema

1. Justificación

La transmisión de notas rojas está causando un gran impacto a la sociedad nicaragüense, ya que muchas de estas noticias violan los derechos humanos, irrespetan la moral de las personas, de niños, jóvenes, y de todo aquel que pueda ser víctima de encontrarse cara a cara con el amarillismo periodístico. Es de gran relevancia, por las razones antes mencionadas, abordar, e investigar sobre este tema, para llevar a nuestra profesión técnicas prácticas, llenas de profesionalismo, compromiso social y respeto a la dignidad de las personas a las que se está informando.

El fin de realizar esta investigación es analizar la influencia de las notas rojas publicadas en los noticieros de Radio Mi Voz y Radio Darío, en los radioescuchas del reparto Colonia Universidad de esta ciudad de León. Se pretende medir si la influencia en dichos pobladores es negativa, positiva o simplemente los mismos demuestran indiferencia antes este tipo de abordaje de las noticias, a través de la aplicación de una encuesta compuesta de 8 preguntas las cuales consideramos nos brindan la información necesaria para poder cumplir con los objetivos de este estudio, y con ella misma determinar la influencia de noticias exageradas en la población en estudio.

Esto permitirá conocer la opinión de los encuestados para determinar las reacciones y actitudes que tienen los mismos ante la publicación de noticias exageradas, violentas y manipuladas por los medios de comunicación, y de esta forma aportar a las autoridades universitarias de la UNAN-León y de la carrera de Comunicación Social un estudio completo, el cual brinde información necesaria para preparar cada día mejores profesionales en el ámbito de la Comunicación, con criterios propios y actitudes positivas que aporten al desarrollo del país sin caer en la malversación de los conocimientos. De gran importancia lo es también para los compañeros, futuros egresados y Comunicadores Sociales, que brinden a la ciudadanía un enfoque noticioso realmente veraz.



2. Objetivos

Objetivo General:

Analizar la influencia de la nota roja transmitida por los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores de la Colonia Universidad de la ciudad de León durante el período de Octubre a Noviembre del año 2012.

Objetivos Específicos:

1. Determinar la influencia de la nota roja transmitida por los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores de la Colonia Universidad de la ciudad de León durante el período de Octubre a Noviembre del año 2012.
2. Constatar el nivel de audiencia de los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores de la Colonia Universidad de la ciudad de León durante el período de Octubre a Noviembre del año 2012. .
3. Identificar la frecuencia de transmisión de notas rojas percibidas por los residentes en Colonia Universidad de la ciudad de León al escuchar los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz durante el periodo Octubre a Noviembre del año 2012.



III. Marco Teórico

1. Antecedentes

A partir de 1940 nace una serie de radiodifusoras que hicieron historia en nuestro país. La Voz de la América Central (UMOW), después sería YNOW, propiedad de don José Mendoza y el profesor Julio César Sandoval como director general. La Voz de Nicaragua del doctor Juan Velásquez Prieto, abogado, educador, artista, promotor de valores como Tino López Guerra y el Trío Monimbó, integrado por Pepe Ramírez y los hermanos Erwin y Carlos Krüger.

El 1 de marzo de 1948 nace Radio Mundial, día que llegaría a ser el del Periodista Nicaragüense, por ser la fecha en que don Anselmo H. Rivas y Rigoberto Cabezas fundaron el “Diario de Nicaragua”. Por muchos años Radio Mundial fue la radiodifusora de mayor influencia en nuestro país. Don Manuel Arana Valle logró concentrar a los más talentosos artistas y técnicos que culminaron con la formación del Cuadro Dramático de Radio Mundial. El gerente general por varios años fue el profesor Julio César Sandoval.

Los noticieros fueron una novedad en Radio Mundial. “Radio Noticias” de Francisco Rodríguez Téllez, más tarde “Radio Informaciones” de Rodolfo Tapia Molina. Otros Radio Periódicos fueron “La Verdad”, de Joaquín Absalón Pastora y Francisco Carranza Chamorro, el Reportero Matinal de José Ortega Chamorro, La Prensa en el Aire de Julio Talavera Tórrez con la lectura de sus editoriales por el doctor Pedro Joaquín Chamorro Cardenal. Extra de Rolando Avendaño Sandino y Manuel Espinoza Enríquez. ²

“Los antecedentes inmediatos de la nota roja en Nicaragua, se dan, entre otros medios, en los noticieros de la Radio Ya. En la radio, se mantendrá combinada con la música popular y mensajería de servicios sociales que

² Prensa, L. (19 de Febrero de 2007). Historia de la Radiodifusion en Nicaragua.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



le brindarán un toque de inmediatez e instantaneidad, pero también de alarma y sensacionalismo”. <http://www.clacso.org.ar/biblioteca>, escrito por Freddy Quezada.

A lo largo de los años se ha impulsado cada vez más éste hecho tan malo sobre la noticia, los periodistas que lo ejercen en estos canales no poseen ningún respeto sobre los derechos humanos hacia las personas que salen en televisión a nivel nacional y ningún respeto por las familias de los afectados.³

“Sus orígenes en los distintos países del mundo se remontan a momentos históricos en los que se producían cambios en la sociedad y transición hacia la democracia.”⁴

En Nicaragua, a principios de los años 90’s empezó toda esta revolución de la nota roja, en la estación radial “Radio Ya”, luego le siguió la televisión colocando en suspenso a la población en general al anunciarse aproximadamente en el año 2003 en el canal 8 “Tele nica” un nuevo noticiero capaz de impactar a las personas, claro la nota roja era la sorpresa. Al final de la lista fue la prensa escrita apareciendo un nuevo semanario llamado El mercurio colocando en portadas imágenes inconcebibles de personas fallecidas, simplemente espeluznante.

A raíz que la nota roja cobró tanto éxito que los demás medios de comunicación locales, iniciaron una competencia dando como resultado un desastre televisivo.⁵

³ García Castillo, Iris; El periodismo nicaragüense, manchado por la nota roja; en Medios de comunicación by Suite 101; Visitado el 10 de noviembre del 2012; Disponible en <http://suite101.net/article/el-periodismo-manchado-por-la-nota-roja-a18855>.

⁴ García Castillo, Iris; El periodismo nicaragüense, manchado por la nota roja; en Medios de comunicación by Suite 101.

⁵ García Castillo, Iris; El periodismo nicaragüense, manchado por la nota roja



2. Teorías sobre el problema

El periodista mexicano Marco Lara Klahr, y el investigador español Francesc Barata en el libro titulado "Nota roja", bajo el sello Debate, del Grupo Random House Mondadori dicen que:

“La nota roja es un concepto anacrónico, decimonónico que tiene su origen en el siglo XIX que se sigue aplicando en el siglo XXI y se siguen aplicando los mismos criterios y técnicas periodísticas y enfoques. En realidad estamos haciendo un periodismo ya inútil para un país con enormes desafíos, desfasado de la realidad, obsoleto que necesita evolucionar”⁶

Por prensa «sensacionalista», «amarillista», «de sucesos», «judicial» o «nota roja» se entiende un estilo de periodismo cuyo contenido privilegia los hechos de sangre, lo insólito y el sexo. Es decir, una prensa en la que tiene espacio la violencia, el contenido erótico, el deporte -en especial el fútbol- y otros temas menores que no tienen lugar en otra prensa o en otros medios. Durante mucho tiempo ha existido un desdén de las elites intelectuales hacía la prensa popular. Éste no es un tema que los académicos suelen escoger para sus análisis sobre todo, si se establece parangón con otras materias de orden "popular" como el tango, el bolero, la carrilera o la telenovela. ⁷

Esta prensa recibió el nombre de "prensa popular" o "sensacionalista", que desde lo "vulgar" y lo "grotesco" sí pudo hacer partícipe al pueblo de las lógicas culturales de las transformaciones que vivieron en el siglo XX desde un lenguaje muy particular. Pero por su naturaleza populachera, a esta prensa no le faltaron las críticas, críticas que han perdurado hasta nuestros días. Hoy, la mal llamada prensa popular, que no es más que tabloides que se exageran en mostrar hechos

⁶ <http://www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=13757>, visitado 6 de dic 2012

⁷ Guillermo Rothschuh, pdf/archive 77.



de sangre con llamativas fotos a color y titulares que afectan la dignidad de las víctimas y sus familiares, ha permeado el continente.⁸

Según Javier Darío Restrepo (1994, p51) “El sensacionalismo es una deformación interesada de una noticia, implica manipulación y engaño, y por tanto, burla la buena fe del público”. En su libro *Ética para Periodistas*, Restrepo sostiene que existen unos factores que terminan fomentando el sensacionalismo propio de la prensa amarilla. En su concepto, ellos son:

- a. La falta de garantías para el buen ejercicio profesional.
- b. La concentración y monopolio de los medios
- c. La obsesión de competir por el rating de sintonía o circulación.
- d. El inmediatismo.

Ciertamente, pensar en la prensa amarilla como un proceso comunicativo supone superar la perversidad con que sus dueños usan y tergiversan la información y nos lleva a comprender la comunicación también desde el punto de vista de sus públicos.⁹

Difusión de Noticias en las Radios de la Ciudad de León (La Nota Roja)

Función social de la noticia

La ilustración refleja la función que cumplen las noticias analizadas, si informan o si bien, son utilizadas como un espacio para denunciar diferentes hechos.

Según el Observatorio de Medios de la Universidad Centroamericana (UCA) la mayoría de las noticias transmitidas en los Radio Noticieros de León, cumplen con la función de informar a la ciudadanía, sin embargo, pocas piezas tienen en su

⁸ SaadSaad El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas; enero; México, 2012

⁹ *Ética para Periodistas*. Darío Restrepo, Javier (1994, p51)



espíritu la función de denunciar. Cabe señalar que no se encontraron ninguna nota con función mixta, es decir, que fuera una nota que informara pero que al mismo tiempo denunciara.

Los noticieros tienen como función darle voz a la ciudadanía para denunciar las injusticias y el irrespeto de parte de instituciones y funcionarios.

Enfoque de las noticias

El Observatorio de Medios de la UCA registró el enfoque de las noticias. En este sentido se encontró que el total de las informaciones se limitan a exponer los hechos.

Es importante mencionar que casi todas las informaciones transmitidas en el primer bloque de noticias de los medios se refieren a casos de sucesos y violencia.

Temáticas

En lo que se refiere a las temáticas que principalmente abordan los noticieros, los directores de los mismos, como Álvaro Montalván afirma que se priorizan las informaciones de carácter “social, lo político y los sucesos diariamente” (Observatorio de Medios de la UCA, 26 de agosto del 2011).

Las temáticas principalmente transmitidas por los Noticieros son con mayor frecuencia correspondientes a “sucesos”, seguido de las noticias sobre “economía” y la “visualización de proyectos del gobierno” y “temas climáticos” y por último, temáticas de violencia.

El hecho de que la mayoría de las temáticas se agrupan en sucesos corrobora lo descrito anteriormente en la función y enfoque de la noticia, en las que sobresale la función de informar y el enfoque de exponer los hechos.



Fuentes en la noticia

Se encontró que para a la elaboración de las piezas informativas se consultaron las siguientes fuentes de información son: el sector público, la ciudadanía, fuentes extranjeras, el sector privado y los partidos políticos. La sociedad civil no da mucha referencia como fuente consultada.

El alto espacio que se dio al sector público puede explicarse por la alta cobertura de temas sobre sucesos, los principales actores primordialmente consultados son la Policía Nacional y ministerios y dependencias del Estado.

A continuación se presentan algunos titulares de noticias donde la fuente de información principal fue el sector público:

- “Mujer se suicida por problemas en Matagalpa”. (Noticiero Primicias, 21 de septiembre del 2011)
- “Otra víctima mortal por lluvias se reporta desde la RAAS”. (Noticiero Centro de Noticias, 21 de septiembre del 2011)
- “Otra persona lesionada por accidente de tránsito”. (Noticiero Libre Expresión, 28 de septiembre del 2011)
- “Sudando calentura ajena, el gobierno de Nicaragua la emprendió contra las naciones que reconocieron el nuevo gobierno de Libia”. (Noticiero Titulares, 27 de septiembre del 2011)

Es interesante destacar que a diferencia de lo expresado anteriormente con respecto al enfoque de las noticias, en el cual se afirma que los noticieros tienen como función social dar voz a la ciudadanía para denunciar injusticias, los datos revelan que el trabajo periodístico de los noticieros consisten más en informar y exponer el hecho noticioso. Esto se puede explicar también por el hecho de que el



sector consultado con mayor frecuencia como fuente es el sector público y no la ciudadanía.¹⁰

La prensa amarilla en América Latina

Ciertamente mucho se ha escrito y discutido sobre la prensa amarilla, de cómo falsea la información, cómo resalta el morbo e incentiva la violencia y banaliza la vida social. Dada la amplia discusión que este fenómeno ha tenido desde la prensa de masas norteamericana hasta los tabloides ingleses, no hay muchas novedades si sólo nos centramos en el análisis de los textos y de las estructuras narrativas de estos diarios.¹¹

Más allá de una nueva condena o la apelación a una legislación más severa, estimo que el fenómeno de la prensa amarilla ya ha sido ampliamente descrito desde su dimensión periodística. Sin embargo, como fenómeno comunicativo y cultural, la reciente prensa amarilla sugiere una serie de interrogaciones y preguntas que no han sido abordadas suficientemente. Al concebirse la prensa amarilla al margen del periodismo, de cierta manera ha primado una visión negativa y condenatoria. Sin embargo, ello ha impedido observar las tramas culturales que ésta entreteje con las culturas de sus lectores y con la agenda pública.¹²

Al concebirse la prensa amarilla al margen del periodismo, de cierta manera ha primado una visión negativa y condenatoria. Sin embargo, ello ha impedido observar las tramas culturales que ésta entrelaza con las culturas de sus lectores y con la agenda pública.¹³

Postura del Legislativo ante la publicación de Notas Rojas

¹⁰ <http://www.observatoriodemediosuca.com/downloads/31.pdf>, visitado 6 de nov. 2012

¹¹ Hallin, Daniel; La nota roja: Periodismo popular y de transición a la democracia en México; Rev. América latina hoy; Vol. 25 Universidad de Salamanca, España, 2000.

¹² Rothsuh Villanueva, Guillermo; Uriarte Bermúdez, Adrián; La nota roja en los medios; diciembre 2008; Managua Nicaragua.

¹³ Browne Sartori, Rodrigo; Análisis crítico del discurso: La prensa sensacionalista en contextos culturales colindantes; Universidad Austral de Chile; 2011.



Algunos miembros de la clase política y funcionarios cuestionados por las irregularidades en que incurren, han hecho llamados públicos promoviendo la aprobación de una ley de medios. Una vez abierto el debate no sabemos hasta dónde hubiesen llegado los legisladores. En la Asamblea Nacional existen diputados interesados en poner trabas al ejercicio de la libertad de expresión en Nicaragua. Si se llegara a plantear la discusión sería como abrir una caja de pandora. Al final de la jornada no sabríamos qué tipo de ley sería aprobada. A estas alturas dueños de medios, periodistas y demás miembros de la sociedad nicaragüense tal vez estarían lamentándose.

Ninguna persona sensata y respetuosa de los derechos humanos puede estar de acuerdo con los abusos que cometen a diario los abanderados de la nota roja. El ejercicio de la libertad de expresión plantea enormes desafíos y uno de los más persistentes y nocivos en Nicaragua, ha sido la práctica reiterada de la nota roja.

Para evitar que los medios continuasen su danza necrófila, los legisladores incluyeron en el Código Penal (Ley 641) el Artículo 205, que literalmente dice:

“Difusión no autorizada de imágenes de un difunto. "Quien difundiere, por cualquier medio, imágenes de un difunto sin la autorización de su cónyuge, padre, madre, hijos e hijas, o hermanos y hermanas, con interés malsano que incremente el dolor generado por su muerte, será sancionado con pena de cien a trescientos días multa.”

Los motivos que indujeron a los creadores de la Ley 641 a incluir una disposición de esta naturaleza se dieron con el fin de atajar el apetito insano de los impulsores de la nota roja. Los directores, editores y periodistas de estos desafueros, pasan por alto esta prescripción.¹⁴

¹⁴ (<http://avataresmediaticos.blogspot.com>, 2012)



Intimidad versus derechos a la información

Los derechos de la personalidad son derechos fundamentales del ser humano que se derivan de su condición como tal. Según Restrepo, esos derechos son innatos, inherentes a la persona y de carácter extra patrimonial.

Tanto las Constituciones como los Códigos de Ética Periodística prestan especial cuidado a la protección de estos derechos –por lo menos en el papel-cuando se ven confrontados con el derecho a la información.

Javier Darío Restrepo (1994) explica el fenómeno, señalando que en la medida en que los medios de comunicación y sus periodistas se dediquen a explotar el morbo sensacionalista esculcando, por ejemplo, en la vida privada de los personajes públicos, menos tiempo le dedicarán a informar a la sociedad los problemas que a ésta verdaderamente le interesan. En ese sentido se puede decir que la prensa amarillista y sensacionalista es, ante todo, un sofisma de distracción.

Para determinar desde el punto de vista ético si la intimidad o la información tienen relación es necesario analizar cada paso en concreto, con la metodología ya explicada de una ética dinámica y práctica. “En algunas oportunidades tendrá prelación el derecho a la intimidad. En otras, en particular cuando se trata de políticos, artistas, personajes públicos, la gente tiene un mayor derecho a saber sobre ellos que cuando se trate de ciudadanos comunes y corrientes”, afirma Restrepo en el libro ya citado.¹⁵

¹⁵ Roths Schuh Villanueva, Guillermo; Uriarte Bermúdez, Adrián; La nota roja en los medios; diciembre 2008; Managua Nicaragua



Irrespeto a la dignidad humana

“La prensa sensacionalista, abusa hasta el límite, en los momentos de tragedia colectiva exacerbando el morbo y utilizando a las víctimas como material de comercio para ganar televidentes o lectores”.

Fotografías desmesuradas que muestran un estado agónico de alguien; víctimas exhibidas sin pudor en medio de su propio charco de sangre; violación e irrespeto al dolor ajeno al crear frases burlesca sobre la imagen de un cadáver, son solo alguno de los casos donde la dignidad humana es arrasada sin que el Estado, a pesar de las regulaciones existentes, le ponga fin a esta cada vez más lucrativa y expansiva modalidad de “periodismo”. (Mario Vargas Llosa)

Código Internacional de Ética Periodística UNESCO

a) El derecho del pueblo a una información verídica:

El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.

b) Adhesión del periodista a la realidad:

La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado.

c) La responsabilidad social del periodista:

En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a



los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales.

d) La integridad profesional del periodista:

El papel social del periodista exige el que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que esté empleado.

e) Acceso y participación del público:

El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los medios, lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.

f) Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre:

El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista.

g) Respeto del interés público:

Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.



h) Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas:

El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional, y respetando el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas políticos, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de forma que favorezca en todo a la paz y a justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional.

i) La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad está confrontada:

El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentística, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, especialmente el racismo.¹⁶

Titulares y la ética

La percepción más importante de la noticia, recae sobre el titular. Por ello, y especialmente en la prensa amarilla, éstos son desvirtuados y manipulados para que luzcan más sensacionales distorsionando la realidad verdadera.¹⁷

Los medios respetuosos del oficio deben sopesar el poder del titular ya que con él, se puede destruir para toda la vida la moral y honra de un ciudadano. Pero encontramos en la prensa popular recursos de pobre moral que hace juego con el

¹⁶ <http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/unesco1.html>

¹⁷ Browne Sartori, Rodrigo; Análisis crítico del discurso: La prensa sensacionalista en contextos culturales colindantes; Universidad Austral de Chile; 2011.



doble sentido exponiendo a la burla pública a víctimas o victimarios de un hecho determinado.

Según Mario Vargas Llosa, los titulares jamás pueden contribuir a la desinformación, convertirse en armas moralizantes o moralizadoras, ni pueden ser propagandísticos para buscar adeptos a causas diferentes que a la información misma, porque tampoco en el periodismo el fin justifica los medios.

Los titulares de informaciones deben manejarse dentro de los cánones profesionales y éticos de la noticia, mucho más si en ellos están vinculados personajes del común o de la vida pública.

Interpretar la prensa sensacionalista como el producto de una sociedad morbosa, como un medio que se alimenta de la tragedia y los bajos instintos humanos, es lo más frecuente. Desde sus inicios y a partir de diferentes ámbitos se han proferido críticas y rechazos hacia este tipo de periodismo. Se le considera "subjetivo", oportunista, falto de ética, racista, machista, carente de veracidad y credibilidad, entre otros apelativos.¹⁸

Estas aseveraciones clásicas sobre el amarillismo tienen en parte una verdad irrefutable. Pero ¿debemos estancarnos en ellas? Dudemos, tanto en este aspecto como en cualquier otro, de lo que se dice siempre, de lo que se ha vuelto un 'lugar común'. Quizás porque este grosero error nos impediría, percibir en la prensa popular uno de los fenómenos culturales más complejos de nuestra sociedad y, por ende, un tópico importante si queremos entenderla. Reducir la crónica roja a una molestia informativa o a una mercancía mórbidamente encubierta, como una cortina de humo que distraiga de la realidad, equivale a pasar por alto lo que ocurre en la cultura popular de nuestra sociedad.

¹⁸ Rothsuh Villanueva, Guillermo; Uriarte Bermúdez, Adrián; La nota roja en los medios; diciembre 2008; Managua Nicaragua.



Ética Profesional Periodística según la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP)

Objetivos y principios

Artículo 1. La Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), creada el 7 de junio de 1976, con sede en la ciudad de México, es la organización pluralista representativa de los periodistas de América Latina y el Caribe, que congrega federaciones, uniones, sindicatos, colegios y asociaciones profesionales de periodistas.

Artículo 2. La FELAP se propone los siguientes objetivos:

- a. La defensa de la libertad de expresión de los pueblos, inclusive de las minorías, y repudio a cualquier tipo de censura, lo que incluye el libre acceso a las fuentes informativas.
- b. La lucha permanente a favor de la democratización de los medios de comunicación contra los monopolios y oligopolios, por el real y libre acceso de los diversos sectores sociales a los medios de comunicación radiales, impresos y televisivos y de cualquier otra categoría.
- c. La defensa del ejercicio de la profesión periodística y del derecho del periodista al secreto sobre sus fuentes de información.
- d. La acción permanente para la superación profesional y la especialización para contribuir a la formación integral de los futuros periodistas, a fin de reforzar su compromiso con los principios éticos esenciales del periodismo.
- e. La promoción de la organización sindical de los periodistas para el mejoramiento de sus condiciones laborales, la protección de sus derechos y la elevación de sus condiciones de vida.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



- f. Promoverá la unidad más amplia de los periodistas orgánicamente y en acciones comunes que los acerquen y fortalezcan en reivindicaciones y luchas compartidas y solidarias.
- g. El respaldo a la lucha por el reconocimiento legal de la profesión y por la colegiación profesional.
- h. Auspiciar mecanismos que garanticen la protección de la vida y la integridad física y moral del periodista.
- i. El apoyo solidario a las organizaciones y a los periodistas víctimas de persecución y encarcelamiento a causa del ejercicio ético de la profesión.
- j. Promover el reconocimiento del derecho de los periodistas a participar en la política informativa y editorial de los medios de comunicación y establecer la cláusula de conciencia en los contratos de trabajo.
- k. El permanente estudio de los efectos de las nuevas tecnologías en el sector de la comunicación, con vistas a la preservación del mercado de trabajo y a la prevención de enfermedades de carácter profesional, repudiando su utilización para fines contrarios a la soberanía y autodeterminación de los pueblos.
- l. La defensa de los recursos naturales y del movimiento internacional para promover el sentimiento de respeto a la naturaleza y la necesidad de un desarrollo económico racional que preserve el equilibrio ecológico.
- m. Estimular y auspiciar la creación y desarrollo de los medios de comunicación independientes y alternativos, especialmente los de las organizaciones populares, en países donde los periodistas son víctimas de la represión y marginados del ejercicio de su actividad profesional.



n. Defender el derecho de autor de los periodistas.¹⁹

La nota roja en Nicaragua

La nota roja siempre ha sido uno de los temas periodísticos más criticados por expertos y la opinión pública. Por su morbosidad, emotividad y sensacionalismo, más allá de las voces críticas, se convirtió en el consumo de noticias predilecto de una buena parte de la ciudadanía nicaragüense.

El Observatorio de Medios de Comunicación del Centro de Investigación de la Comunicación, (Cinco) como parte de su misión de fiscalizar el papel de los medios, centró un análisis sobre esta modalidad periodística, con el ánimo de reflexionar sobre los avances y retrocesos en su abordaje.

En la mayoría de los casos los medios realizaron grandes despliegues noticiosos, en otras haciendo llamados de última hora como ocurrió en los medios electrónicos.

Niñez y Adolescencia, una constante en los medios

Pese al amplio debate y reflexiones realizadas en los últimos años por universidades, Organismos No Gubernamentales acerca del trato que los medios deben dar a los temas relacionados con la Niñez y Adolescencia, los medios que abordan la nota roja violentaron los derechos básicos de este segmento clave de la población nicaragüense.

Los medios tienen un compromiso ético y social, al margen de cualquier cuerpo legal (Código de la Niñez y la Adolescencia, Constitución Política, Código Penal, Convenio Internacionales, etc.) de promover y respetar la dignidad de la ciudadanía. A estas alturas medios y periodistas deberían de haber superado esta situación.

¹⁹ <http://www.felap.org/estatutos>



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



De acuerdo al Informe de Monitoreo 2007, del Centro Nicaragüense de Promoción de la Juventud y la Infancia Dos Generaciones, -fundado en marzo de 1990-, sobre la cobertura de medios escritos relacionados con la niñez y adolescencia, uno de los avances ha sido la disminución de uso de términos peyorativos.²⁰

Estos resultados indican que violencia y educación continúan siendo los temas dominantes en la agenda de los medios (50%).

Francisco Javier Bautista resume de manera empírica pero muy elocuente los efectos nocivos de la nota roja sobre la sociedad en general.

Cualquier ciudadano que alguna vez haya sentido asombro por el carácter gráfico y hedonismo de las imágenes de violencia utilizadas durante los noticieros nacionales estaría de acuerdo con Bautista en alguna que otra de las consecuencias que él señala, entre las cuales están:

- Incrementar el miedo, los temores, el estrés, la incertidumbre e inseguridad entre los ciudadanos quienes perciben el drama de los hechos como una amenaza próxima, creciente e incontrolable...
- Deteriorar la sensibilidad social y humana ante el drama de otras personas; provocar indiferencia ante el dolor ajeno, la desgracia y la tragedia de otros y otras.
- Motivar la adquisición de armas de fuego.
- Incrementar la desconfianza en las instituciones públicas vinculadas a la seguridad y justicia penal.
- Incrementar la desconfianza social, des cohesionar y afectar la necesaria convivencia y tolerancia social.

²⁰ Browne Sartori, Rodrigo; Análisis crítico del discurso: La prensa sensacionalista en contextos culturales colindantes; Universidad Austral de Chile; 2011.



- Promover soluciones autoritarias justificando acciones coercitivas y de hecho al margen de la ley y la institucionalidad.
- Violentar los derechos humanos de víctimas, presuntos autores, familiares y público en general.
- La televisión normaliza comportamientos y actitudes²¹

De hecho la opinión de un amplio rango de expertos nacionales e internacionales, así como la evidencia recopilada a través de diferentes estudios científicos sobre el tema de violencia en los medios, corroboran lo señalado por Bautista.

Mónica Zalaquett, directora del Centro de Prevención de la Violencia (CEPREV) y Lidia Gutiérrez, psicóloga de la clínica Mente Sana en Managua, por ejemplo, afirman el poder de la televisión en el sentido de legitimar y normalizar acciones y actitudes. Gutiérrez agrega que lo reiterativo de las imágenes violentas en la televisión nacional los hace particularmente dañinas para los niños y jóvenes quienes son especialmente propensos a grabar mensajes subliminales en sus mentes.

Estudio Global de la UNESCO establece inequívocas afectaciones negativas en los niños y niñas.

Sin duda el estudio más amplio y prestigioso sobre los efectos de violencia mediática en los niños, es el Estudio Global de Violencia Mediática de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) realizado entre 1996 y 1997 con el objetivo de establecer científicamente el nivel de afectación que tiene la exposición a imágenes de violencia real y ficticia a través de diferentes medios de comunicación en niños alrededor del mundo. Como parte del estudio se

²¹ Browne Sartori, Rodrigo; Análisis crítico del discurso: La prensa sensacionalista en contextos culturales colindantes; Universidad Austral de Chile; 2011



entrevistó a más de 5,000 niños y niñas de 23 diferentes países en todas las regiones del mundo.²²

Además el Estudio Global estableció que la cantidad de contenido violento en los medios es un factor que determina la probabilidad de afectación, encontrando que los niños que viven en países donde un alto porcentaje del contenido mediático está relacionado con la violencia tienen más probabilidades de “[desarrollar] un nuevo marco de referencia y [de canalizar] predisposiciones problemáticas a través de actitudes y conductas destructivas.”

La legislación nicaragüense favorece el libre mercado mediático sobre los derechos del niño y la niña

Aparte de los tres artículos de ley mencionados en la primera parte de este artículo (que, según Rothschuh, son violados sistemáticamente por los medios) hoy día en Nicaragua la legislación referente a la responsabilidad social de los medios de comunicación es sumamente limitada. Mientras existen algunos artículos que parecen, en principio, expresar la intención de proteger a la sociedad de los posibles abusos cometidos por los medios, hace falta una legislación más específica que penaliza prácticas mediáticas dañinas.

Entre los artículos que se pueden interpretar como soporte de los derechos de la sociedad ante los abusos de los medios están los artículos 67 y 68 de la Constitución Política que dicen textualmente:

- **Artículo 67:** el derecho de informar es una responsabilidad social y se ejerce con estricto respeto a los principios establecidos en esta Constitución.
- **Artículo 68:** Los medios de comunicación dentro de su función social, deberán contribuir al desarrollo de la nación.²³

²² (<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001178/117881s.pdf>)



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



También hay artículos del Código de la Niñez y la Adolescencia, -Ley No. 287 de la Legislación Nicaragüense- que expresan la intención de proteger a la niñez de diferentes formas de maltrato psicológico y moral, por ejemplo:

- **Artículo 5:** Ninguna niña, niño o adolescente será objeto de cualquier forma de discriminación, explotación o maltrato psíquico por acción u omisión a sus derechos y libertades.

Es deber de toda persona velar por la dignidad de la niña, niño o adolescente poniéndolo a salvo de las situaciones anteriormente señaladas.

- **Artículo 33:** Todas las niñas, niños y adolescentes tienen el derecho de disfrutar del más alto nivel posible de salud mental.

No obstante, vale la pena señalar, que los artículos 65, 67 y 69 del mismo Código establecen limitaciones en términos del acceso de menores a material y contenido mediático que pueda lesionar su integridad psíquica o moral sin mencionar específicamente la responsabilidad de los medios de comunicación en este sentido.

Esta omisión confirma el carácter inadecuado de los artículos 5 y 33 del mismo código en términos de poder proteger a los niños en el caso específico de exposición a contenido violento a través de los Medios de Comunicación Social incluyendo la televisión.

El Código de Ética del Colegio de Periodistas de Nicaragua CPN

La única ley que expresa la intención de que los programas informativos no sean instrumentos a través de los cuales se divulguen mensajes que van contra el bienestar de la sociedad es la ley 372, Ley Creadora del Colegio de Periodistas de Nicaragua (CPN) aprobada por la Asamblea Nacional en el año 2001.²⁴

²³ García Castillo, Iris; El periodismo nicaragüense, manchado por la nota roja; en Medios de comunicación by Suite 101; Visitado el 10 de noviembre del 2012.

²⁴ <http://www.cinco.org.ni/archive/77.pdf>) Guillermo Rothschuh. Visitado el lunes 12 de noviembre del 2012 a las 7 de la noche.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



El artículo 3 de esta ley establece como objetivo del CPN “velar por el cumplimiento de las normas éticas que sean aprobadas para preservar la realización y ejercicio de un periodismo honesto, responsable y veraz.”

En Agosto 2008 el Comité de Ética y Honor del CPN aprobó el Código de Ética del Colegio como parte del cual se establecen varias normas que favorecen el respeto a la ciudadanía incluyendo el Artículo 6 que dice textualmente: “El/a periodista en el ejercicio de sus funciones está obligado a respetar: el honor, la honestidad, la solidaridad, y la responsabilidad de los nicaragüenses.”

Actualmente existe un anteproyecto de ley impulsado por miembros del Comité de Ética y Honor del CPN en el cual se sugiere reformar la Ley 372 para incluir un capítulo llamada “Procedimientos para regular el periodismo en Nicaragua” entre otras cosas. Este anteproyecto parece un intento de reglamentar las facultades del Comité de Ética y Honor en términos de poder sancionar prácticas antiéticas.

No obstante, aun si se lograra aprobar la propuesta de reformar la ley 372, no está claro el nivel de efectividad que tendría dado que incuestionablemente la responsabilidad de las prácticas antiéticas en que incursionan la nota roja no la tienen los periodistas sino los dueños y redactores de los medios que son los que establecen las perspectivas desde las cuales el canal o estación investigue y presente las informaciones noticieras.²⁵

La agenda de la nota roja

Los medios determinaron las temáticas a las que le dieron mayor valor noticioso. La agenda de los medios se desplazó en dos tipos de notas: utilitarias y convergentes.

²⁵ Roths Schuh Villanueva, Guillermo; Uriarte Bermúdez, Adrián; La nota roja en los medios; diciembre 2008; Managua Nicaragua.

²³ Hallin, Daniel; La nota roja: Periodismo popular y de transición a la democracia en México; Rev. América latina hoy; Vol. 25 Universidad de Salamanca, España, 2000.



Las notas utilitarias, resultan ser útiles en la re-definición constante de lo “noticioso”. Estas notas se caracterizaran por mostrar dolor humano: Otra mujer asesinada; desgracia: Jarabe “vencido” provocó la muerte a infante; maldad: Macheteado al calor de los tragos; y tragedia: Caída fatal en profundo pozo. Es decir estas noticias tienen un enfoque sensacionalista, basado en grandes tragedias que puedan suceder a la población.

Historias positivas

El siguiente ejemplo del diario La Prensa grafica que los medios pueden contextualizar los sucesos, y ofrecer una perspectiva informativa distinta a la ciudadanía, acerca del dolor humano y su impacto negativo en la economía. Esta manera de abordar los hechos de muestra que en verdad pueden hacerlo desde otra perspectiva. Lo grave es que únicamente lo hacen durante fechas especiales o durante efemérides conmemorativas. No es una posición permanente del medio.

Historias parecidas, sujetos distintos

Los medios nacionales suelen mostrar a las audiencias historias similares, en la que la identidad de las personas fue el elemento relevante de la nota roja. Las historias sobre delincuencia y otros delitos suelen ser protagonizadas por personas cuyo denominador común es su condición de pobreza²⁶. Ante las pantallas, en las radioemisoras y en los periódicos nunca aparecen personas de otros estratos sociales. Pobreza y delincuencia marchan de la mano creando estereotipos perniciosos.²⁷

La nota roja en su extensión

La nota roja es una pandemia que se extiende a lo largo y ancho del país, en detrimento de los derechos humanos, y de la propia credibilidad de medios y periodistas.

24 García Castillo, Iris; El periodismo nicaragüense, manchado por la nota roja; en Medios de comunicación by Suite 101; Visitado el 10 de noviembre del 2012;

²⁷ (<http://www.cinco.org.ni/archive/77.pdf>) Guillermo Rothschuh. visitado el 6 de noviembre del 2012.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



En Nicaragua la línea entre el suceso y la nota roja es muy fina, tanto así que al final los contenidos de Sucesos terminan mostrando accidentes, violaciones, inseguridad ciudadana y violencia intrafamiliar, con un tratamiento sensacionalista, morboso, violando la privacidad y rostros de las víctimas.

Los corresponsales tienen en alguna medida una cuota de responsabilidad en este tipo de agenda, lejos de situar los verdaderos temas de interés en los municipios, terminan nutriendo una agenda cargada de accidentes de tránsito y violencia.

Este tipo de hechos automáticamente adquiere especial jerarquización, desplazando temas de interés público, en un abierto distanciamiento del rol social que deben mostrar con las verdaderas demandas de los municipios.

La nota roja confirma ser toda una industria que mueve grandes utilidades en publicidad y promociones. Uno de los modelos de negocios más rentables, donde se invierte poco en el proceso de producción, por lo general son piezas informativas carentes de trabajos a profundidad que expliquen el por qué de esa serie de hechos que registran en carreteras y barrios. Y tienen un patrón dominante en la fuente de información: Policía Nacional, Cruz Roja, Bomberos, víctima, agresor y testigo.

La industria de la nota roja falsamente ha hecho creer a las personas que representa sus intereses, por el hecho de mostrar en pantalla a un sin número de individuos que salen del anonimato al espacio público; sin embargo, cuando se analiza cómo estos medios visualizan y comunican los hechos, se constata que lejos de mostrar diversos ángulos que contribuyan a una cultura de prevención, terminan reforzando patrones de violencia, y mostrando un tratamiento discriminatorio donde el grueso de las víctimas son los pobres.²⁸

²⁸ <http://www.elnuevodiario.com.ni/imprimir.php/266748>



3. Marco Conceptual

A.

Abuso: (Del lat. *abūsus*). 1. m. Acción y efecto de abusar.

De autoridad: m. El que comete un superior que se excede en el ejercicio de sus atribuciones con perjuicio de un inferior.

De confianza: m. Infidelidad consistente en burlar o perjudicar a alguien que, por inexperiencia, afecto, bondad o descuido, le ha dado crédito. En derecho es circunstancia agravante de la responsabilidad penal.

De derecho: m. *Der.* Ejercicio de un derecho en sentido contrario a su finalidad propia y con perjuicio ajeno.

De posición dominante: m. *Der.* En el derecho de la competencia, actuación comercial prohibida, realizada en perjuicio de otras empresas o de los consumidores, que se prevale de una situación de ventaja.

De superioridad: m. *Der.* Circunstancia agravante determinada por aprovechar en la comisión del delito la notable desproporción de fuerza o número entre delincuentes y víctimas.

Sexuales: m. pl. *Der.* Delito consistente en la realización de actos atentatorios contra la libertad sexual de una persona sin violencia o intimidación y sin que medie consentimiento.

Adolescencia: (Del lat. *adolescētia*). f. Edad que sucede a la niñez y que transcurre desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo.

C.

Credibilidad: (Del lat. *credibilis*, creíble). f. Cualidad de creíble.

Conversión: (Del lat. *conversio*, *-ōnis*) f. Acción y efecto de convertir o convertirse. 2. f. *Mil.* Mutación del frente, de una fila, girando sobre uno de sus extremos. 3. f. *Ret.* Figura consistente en emplear una misma palabra al fin de dos o más cláusulas o miembros del período.

Confianza: esperanza firme que se tiene en alguien o algo. Seguridad que alguien tiene en sí mismo. Presunción y vana opinión de si mismo. Animo, aliento, vigor para obrar.



E.

Exageración: (Del lat. *exaggeratĭo*, *-ōnis*). f. Acción y efecto de exagerar. f. Concepto, hecho o cosa que traspasa los límites de lo justo, verdadero o razonable.

D.

Derecho, cha: (Del lat. *directus*, directo) adj. Recto, igual, seguido, sin torcerse a un lado ni a otro. *Esta pared no está derecha*// 2. adj. Justo, legítimo// 3. adj. Fundado, cierto, razonable// 4. adj. Directo (ll que va sin detenerse en puntos intermedios). *Id derechos al asunto*// 5. adj. Dicho de una parte del cuerpo humano: Que está situada en el lado opuesto al del corazón. *Los diestros utilizan la mano derecha*// 6. adj. Que está situado en el lado opuesto al del corazón del observador// 7. adj. Que cae hacia la parte derecha de un objeto. *El jardín que hay a la parte derecha de la casa*// 8. adj. Dicho de lo que hay en una cosa que se mueve: Que está en su parte derecha o cae hacia ella, según el sentido de su marcha o avance. *El faro derecho del autobús La orilla derecha del río*// 9. m. Facultad del ser humano para hacer legítimamente lo que conduce a los fines de su vida// 10. m. Facultad de hacer o exigir todo aquello que la ley o la autoridad establece en nuestro favor, o que el dueño de una cosa nos permite en ella.

Distracción: (Del lat. *distractĭo*, *-ōnis*, separación)// f. Acción y efecto de distraer// 2. f. Cosa que atrae la atención apartándola de aquello a que está aplicada, y en especial un espectáculo o un juego que sirve para el descanso// 3. f. Desenfado o disipación en la vida y costumbres// 4. f. ant. Distancia, separación.

Divulgación: (Del lat. *divulgatĭo*, *-ōnis*). f. Acción y efecto de divulgar.

E.

Exageración: (Del lat. *exaggeratĭo*, *-ōnis*). f. Acción y efecto de exagerar// 2. f. Concepto, hecho o cosa que traspasa los límites de lo justo, verdadero o razonable.

Engaño: m. Acción y efecto de engañar// 2. m. Falta de verdad en lo que se dice, hace, cree, piensa o discurre// 3. m. Arte o armadizo para pescar// 4. m. *Taurom*. Muleta o capa que usa el torero para engañar al toro.

Escueto, ta: (De or. inc.). adj. Descubierto, libre, despejado, desembarazado// 2. adj. Sin adornos o sin ambages, seco, estricto.

Empírico, ca: (Del lat. *empīricus*, y este del gr. ἐμπειρικός, que se rige por la experiencia)// 2. adj. Perteneciente o relativo a la experiencia// adj. Fundado en



ella// 3. adj. Que procede empíricamente. U. t. c. s// 4. adj. Partidario del empirismo filosófico. U. t. c. s.

Estereotipo: m. Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.// 2. m. *Impr.* Plancha utilizada en estereotipia.

Ético, ca: (Del lat. *ethicus*, y este del gr. ἠθικός) adj. Perteneciente o relativo a la **ética**.// 2. adj. Recto, conforme a la moral// 3. m. de sus. Persona que estudia o enseña moral// 4. f. Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre// 5. f. Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana. Ética profesional

H.

Hedonístico, ca: adj. Perteneciente o relativo al hedonismo o al hedonista// 2. adj. Que procura el placer o se relaciona con el placer.

L.

Ley: (Del lat. *lex, legis*). f. Regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas// 2. f. Cada una de las relaciones existentes entre los diversos elementos que intervienen en un fenómeno// 3. f. Precepto dictado por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia y para el bien de los gobernados// 4. f. En el régimen constitucional, disposición votada por las Cortes y sancionada por el jefe del Estado// 5. f. Religión, culto a la Divinidad. *La ley de los mahometanos*// 6. f. Lealtad, fidelidad, amor. *Le tengo ley*// 7. f. Calidad, peso o medida que tienen los géneros, según las leyes// 8. f. Cantidad de oro o plata finos en las ligas de barras, alhajas o monedas de oro o plata, que fijan las leyes para estas últimas// 9. f. Cantidad de metal contenida en una mena// 10. f. Estatuto o condición establecida para un acto particular. *Leyes de una justa, de un certamen, del juego.*

Lucro: (Del lat. *lucrum*). m. Ganancia o provecho que se saca de algo.

Legislación: (Del lat. *legislatio, -ōnis*). f. Conjunto o cuerpo de leyes por las cuales se gobierna un Estado, o una materia determinada// 2. f. Ciencia de las leyes.

M.

Manipulación: f. Acción y efecto de manipular.

Malversación: f. Acción y efecto de malversar// 2. f. *Der.* Delito que cometen las autoridades o funcionarios que sustraen o consienten que un tercero sustraiga caudales o efectos públicos que tienen a su cargo.



Mediación: (Del lat. *mediatĭo*, *-ōnis*). f. Acción y efecto de mediar.

Monopolio: (Del lat. *monopolĭum*, y este del gr. μονοπώλιον). m. Concesión otorgada por la autoridad competente a una empresa para que esta aproveche con carácter exclusivo alguna industria o comercio// 2. m. Convenio hecho entre los mercaderes de vender los géneros a un determinado precio// 3. m. acaparamiento// 4. m. Ejercicio exclusivo de una actividad, con el dominio o influencia consiguientes. Monopolio del poder político, de la enseñanza// 5. m. Situación de mercado en que la oferta de un producto se reduce a un solo vendedor.

Morbo: (Del lat. *morbis*). m. enfermedad (ll alteración de la salud)// 2. m. Interés malsano por personas o cosas// 3. m. Atracción hacia acontecimientos desagradables.

N.

Nota Roja: Noticias que intentan tener efecto destacando lo que provoca temor en el público.

Niñez: f. Período de la vida humana, que se extiende desde el nacimiento a la pubertad// 2. f. Principio o primer tiempo de cualquier cosa.

P.

Perversión: (Del lat. *perversĭo*, *-ōnis*). f. Acción y efecto de pervertir.

Peyorativo, va: (De *peyorar*). adj. Dicho de una palabra o de un modo de expresión: Que indica una idea desfavorable.// 2. adj. ant. Que empeora.

R.

Responsabilidad: f. Cualidad de responsable// 2. f. Deuda, obligación de reparar y satisfacer, por sí o por otra persona, a consecuencia de un delito, de una culpa o de otra causa legal// 3. f. Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible yerro en cosa o asunto determinado// 4. f. Der. Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

S.

Sensacionalismo: (De *sensacional*) 1. m. Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.



Suceso: (Del lat. *successus*) m. Cosa que sucede, especialmente cuando es de alguna importancia// 2. m. Transcurso o discurso del tiempo// 3. m. Éxito, resultado, término de un negocio// 4. m. Hecho delictivo// 5. m. Accidente desgraciado// 6. m. Mat. En un experimento aleatorio, subconjunto del total de resultados posibles.

Sanción: (Del lat. *sanctio*, *-ōnis*). f. Pena que una ley o un reglamento establece para sus infractores// 2. f. Autorización o aprobación que se da a cualquier acto, uso o costumbre// 3. f. Acto solemne por el que el jefe del Estado confirma una ley o estatuto// 4. f. Mal dimanado de una culpa o yerro y que es como su castigo o pena// 5. f. Estatuto o ley.

Sofista: (Del lat. *sophista*, y este del gr. σοφιστής) adj. Que se vale de sofismas. U. t. c. s// 2. m. Maestro de retórica que, en la Grecia del siglo V a. C., enseñaba el arte de analizar los sentidos de las palabras como medio de educación y de influencia sobre los ciudadanos.

T.

Tergiversación: (Del lat. *tergiversatio*, *-ōnis*). f. Acción y efecto de tergiversar.

Tergiversar: (Del lat. *tergiversare*). tr. Dar una interpretación forzada o errónea a palabras o acontecimientos// 2. tr. Trastocar, trabucar.

Tolerancia: (Del lat. *tolerantia*). f. Acción y efecto de tolerar// 2. f. Respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias// 3. f. Reconocimiento de inmunidad política para quienes profesan religiones distintas de la admitida oficialmente// 4. f. Diferencia consentida entre la ley o peso teórico y el que tienen las monedas// 5. f. Margen o diferencia que se consiente en la calidad o cantidad de las cosas o de las obras contratadas// 6. f. Máxima diferencia que se tolera o admite entre el valor nominal y el valor real o efectivo en las características físicas y químicas de un material, pieza o producto.

V.

Violencia: (Del lat. *violentia*) f. Cualidad de violento// 2. f. Acción y efecto de violentar o violentarse// 3. f. Acción violenta o contra el natural modo de proceder// 4. f. Acción de violar a una mujer.

Veracidad: (Del lat. *veracitas*, *-ātis*). f. Cualidad de veraz.

Veraz: (Del lat. *verax*, *-ācis*). adj. Que dice, usa o profesa siempre la verdad.



4. Hipótesis

- ✚ Los Noticieros más escuchados son los de Radio Mi Voz, y en estos noticieros los radioescuchas perciben más de una Nota Roja por edición de los mismos.
- ✚ Los Radios Noticieros no están publicando de manera adecuada las noticias.
- ✚ Se utiliza un lenguaje y un vocabulario que esta fuera del contexto del profesionalismo y la Comunicación Social.
- ✚ La transmisión de Notas Rojas en los Noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz, influye de manera negativa en los habitantes del Reparto Colonia Universidad de la Ciudad de León, y en mayor medida, la población en estudio sea indiferente ante estas noticias.



5. Operacionalización de Variables

| Variable | Definición | Dimensión | Indicadores | Parámetros |
|---|--|-----------|--------------|--|
| Nivel de audiencia | Porcentaje de individuos a los cuales llegan los mensajes transmitidos en la emisora. | Social | Cuantitativa | 1. Radio Darío 2. Radio mi vos 3. otros |
| ¿Por qué escucha este radio noticiero? | Género informativo por el cual se da cuenta de eventos (o sus consecuencias) en los que se encuentra implícito algún modo de violencia –humana. | Social | Cualitativa | |
| Frecuencia con la que escucha este radio noticiero | Conjunto de palabras que forman parte de un idioma específico, conocidas por una persona u otra entidad; este además se debe adecuar al contexto de la situación en la que se está usando. | Social | Cuantitativa | 1 vez a la semana 2 veces a la sem. 3 veces a la sem. Más de 3 veces a la sem. Nunca Casi nunca |
| Transmisión de nota roja | Fenómenos que desencadena la transmisión de estas noticias sobre la | Social | Cualitativa | Si No |



| | | | | |
|--|---|--------|--------------|--|
| | población. | | | |
| Cuántas notas rojas escucha por edición en el noticiero de su preferencia | Género informativo por el cual se da cuenta de eventos (o sus consecuencias) en los que se encuentra implícito algún modo de violencia –humana. | Social | Cuantitativa | 1 por edición 2 por edición 3 por edición 4 por edición Más de cuatro ninguna |
| Influencia de las notas rojas | Según la opinión del encuestado las notas informativas tienen un efecto positivo o nocivo | Social | Cualitativa | |
| Considera adecuada la forma en que estos noticieros se transmiten | Se valora la perspectiva que tiene la persona del noticiero escuchado. | Social | Cualitativa | Si No ¿Por qué? |
| Vocabulario usado para informar | Los presentadores de estos noticieros no emiten su propia opinión o usan vocabulario inadecuado | Social | Cualitativo | Si No ¿Por qué? |
| Sexo | Correspondencia al género masculino o femenino | Social | Cualitativo | Masculino Femenino |
| Edad | Tiempo transcurrido desde el inicio de un | Social | Cuantitativa | 15-19 |



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



| | | | | |
|------------------------|---|----------------|-------------|--|
| | evento; Una de las partes de la vida de una persona | | | 20-24 25-29 30-34 35-39 |
| Estado civil | Situación de las personas físicas determinada por sus relaciones de familia, provenientes del matrimonio o del parentesco | Social | Cualitativa | Soltero Casado Acompañado |
| Nivel académico | Grado de escolaridad adquirido por el individuo a estudio | Social | Cualitativa | Analfabeta Primaria Secundaria universitario |
| Ocupación | Conjunto de tareas laborales determinadas por el desarrollo de la técnica, la tecnología y la división del trabajo. | Socioeconómico | Cualitativa | Ama de casa Dependiente Domestica Secretaria Taxista Jornalero Guarda de seguridad |



IV. Diseño Metodológico

1. Paradigma metodológico

Esta investigación se ubica en el paradigma cuali-cuantitativo ya que el instrumento usado fue una encuesta que consta de preguntas abiertas y cerradas, lo que nos permite determinar a profundidad cómo es la influencia de las notas rojas transmitidas en los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz, en los pobladores de la Colonia Universidad, sabiendo que a partir de una característica de los mismos inferimos en datos numéricos para el análisis de dicho estudio.

2. Tipo de estudio:

Se trata de un estudio observacional de tipo descriptivo y explicativo, debido a que nos limitamos a observar la frecuencia con la que ocurre el fenómeno en estudio, no asociarlo a alguna causa, ni modificarlo de manera alguna.²⁹ Se usará específicamente un estudio de corte transversal, debido a que se tomará una muestra de la población en un mismo periodo de tiempo, para determinar la frecuencia de dicho fenómeno.³⁰

3. Unidad de Análisis:

Noticieros de Radio Mi Voz, los cuales están distribuidos de la siguiente forma en la programación regular de la misma, a las seis de la mañana “Noticiero Primicias”, al medio día “Titulares”. Radio Mi Voz está a cargo del periodista Álvaro Montalbán.

Noticieros de Radio Darío, distribuidos de la siguiente manera en la programación regular de la misma, a las 6:00AM “Centro Noticias”, y 1:00PM “Libre Expresión”. Radio Darío está a cargo de su propietario Aníbal Toruno.

²⁹ Roberto Hernández Sampieri, metodología de la investigación, cuarta edición mc. Graw Hill México 2006

³⁰ Metodología de la investigación científica, López Piura Julio. Centro de Investigaciones Biomédicas, Managua, Nicaragua 2008.



4. Área de Estudio

El presente estudio se realizó en el Reparto Colonia Universidad de la ciudad de León, específicamente, en el sector norte de dicha colonia.

5. Universo

128 habitantes en el sector norte de la Colonia Universidad, según indica el registro de la Alcaldía Municipal de León.

6. Proceso Muestral:

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se utilizó el método de selección probabilística, donde cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para ser parte de la muestra. Se determinó trabajar con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%.

Para el cálculo del tamaño de la muestra la fórmula asumida fue:

$$n^1 = \left(\frac{z}{\varepsilon} \right)^2 p \times q$$

Donde:

n^1 = tamaño de la muestra sin ajustar.

z = Es el valor normal asociado a la confianza del 95% (que es 1.96)

$p = q = 0.50$ Es la probabilidad de que el elemento posea la característica y donde p y q supone varianza máxima.

ε = es el error permisible con que se desean las estimaciones, se asume un error del 5%.

Para la investigación los datos son los siguientes:



$$siN = 128$$

$$z = 1.96$$

$$\varepsilon = 0.05$$

$$p = q = 0.5$$

$$n^1 = \left(\frac{z}{\varepsilon}\right)^2 p * q = \left(\frac{1.96}{0.05}\right)^2 (0.5)(0.5) = (39.2)^2 (0.25) = 384.16$$

$$n^1 = 384.16$$

Con estos valores calculamos:

Pero, como se trata de una población finita, se aplica la corrección por finitud y se obtiene el tamaño de la muestra real que sería:

$$n = \frac{n^1}{1 + \frac{n^1}{N}} = \frac{384.16}{1 + \frac{384.16}{128}} = \frac{384.16}{4.001} = 96.015 \approx 96$$

$$n \approx 96$$

En donde N es el total de la población real a considerar, por lo que el cálculo que obtuvimos fue: $n \approx 96$ que constituye nuestra muestra a estudiar.³¹

7. Muestra:

Según nuestro proceso de muestro probabilístico, nuestra muestra está constituida por 96 habitantes del barrio colonia universidad, y estos mismos fueron seleccionados de manera aleatoria para ser encuestados.

8. Criterios de inclusión

- Habitantes de la Colonia Universidad de la ciudad de León, no menores de 15 años de edad.
- Habitantes que deseen participar en el estudio.

³¹ Verenson, J; Estadística elemental, España, 2010.



9. Criterios de exclusión

- Personas que no sean del sector de interés en estudio.

10. Métodos y técnicas de acopio de información

10.1 Técnicas utilizadas

Considerando que el enfoque de investigación es mixto, se utilizó el siguiente instrumento:

10.1.1 Instrumento

Para el desarrollo de los objetivos, se diseñó un instrumento (encuesta), en el que se indagó las características socio-demográficas de la población en estudio, así como la influencia de las notas rojas de los noticieros en estudio sobre estos individuos. (Ver anexos)

10.1.2 Proceso de recolección de datos

Se recurrió al llenado de las encuestas, previo explicación del proceso de llenado de las mismas, al visitar casa a casa los pobladores de los barrios en estudio.

11. Consideraciones éticas

Al momento de la realización de la encuesta, se les explicó a los pobladores que su participación era voluntaria; además los datos obtenidos serían manejados de forma confidencial, debido a que las encuestas se responderán de forma anónima.

12. Tabulación y Plan de análisis

Los datos obtenidos fueron procesados en una base de datos de Microsoft Office Excel 2007. Posteriormente se procedió a su análisis, realizando el cálculo de las frecuencias de las distintas variables en estudio.



13. Procedimiento

Se realizó el debido conteo de las encuestas para acceder a datos cuantitativos y poder cumplir con los objetivos del estudio, los cuales una vez obtenidos fueron introducidos de manera tabulada (Ver Anexos) y de acuerdo a cada variable en el Excel 2007, para su debido análisis e interpretación gráfica. Se estimó la frecuencia relativa de cada una de las frecuencias absolutas de las respuestas dadas según la Operacionalización de las variables, para dar mayor significancia a los resultados obtenidos. Se procedió a crear gráficos de las tablas que muestran los resultados.

14. Presentación de resultados

Los resultados obtenidos son presentados mediante gráficas y tablas para facilitar la comprensión de los mismos al momento de exponerlos. Están distribuidos según el plan de Operacionalización de las variables, y según los objetivos específicos del estudio.



V. Resultados

Se llenaron 96 encuestas de forma correcta, de ellas la mayor parte de los participantes tenían la edad de 20 a 24 años, siendo la edad promedio 22 años; la mayoría de los participantes corresponden al sexo masculino, siendo este un 55%; el 66% estaban solteros al momento del estudio, siendo la mayor parte universitarios, correspondiente al 35%.

Edad promedio μ : $\sum Xi P(X=x)=$

$$17(25/96)+22(47/96)+27(20/96)+32(3/96)+37(1/96)$$

μ : 22 años

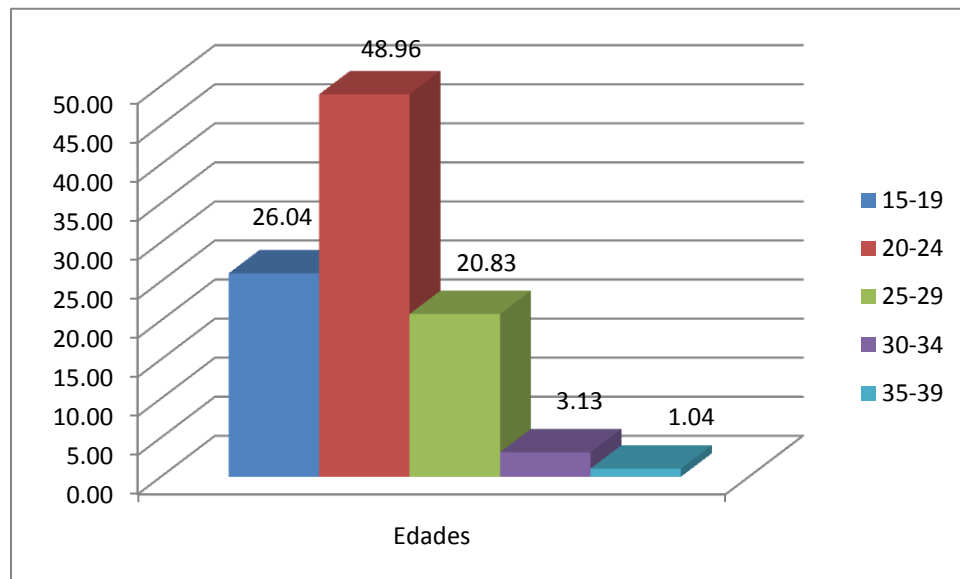


Gráfico 1. Distribución de las edades según los criterios de inclusión del estudio. Las edades están distribuidas en quinquenios para dar una mayor interpretación de las mismas.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas

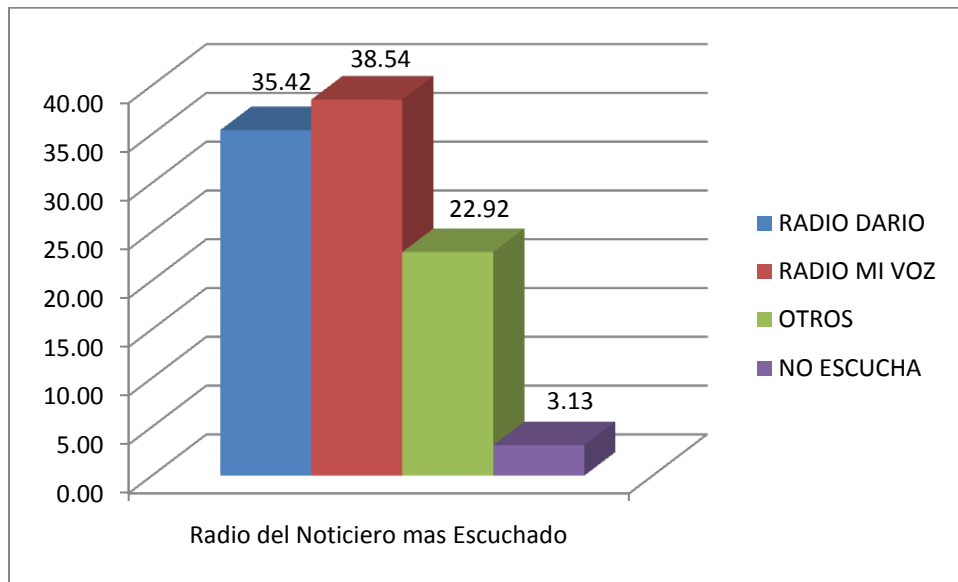


Gráfico 2. Muestra la preferencia de los radioescuchas, según noticiero y radio.

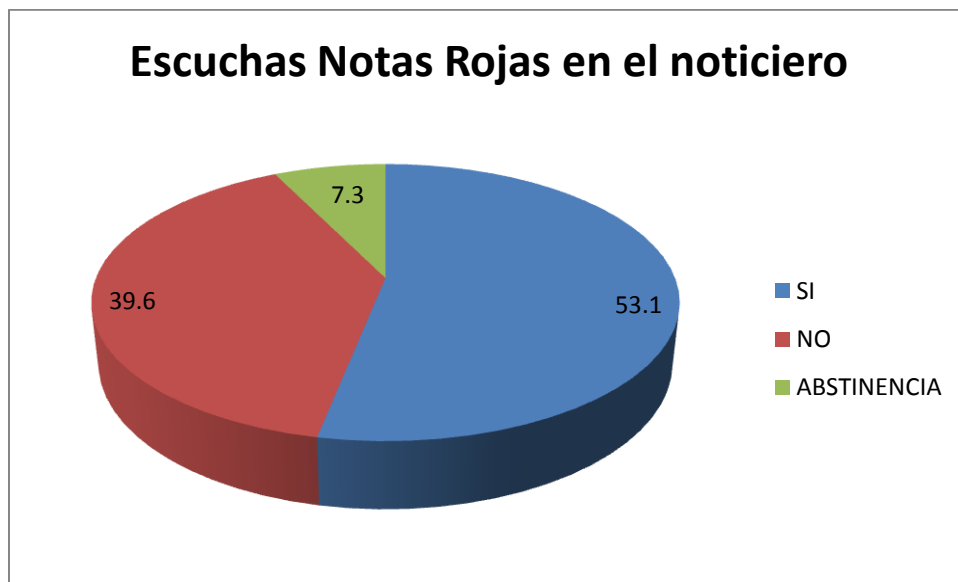


Gráfico 3. Muestra el resultado obtenido en cuanto a si los encuestados escuchan o no notas rojas en los noticieros.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas

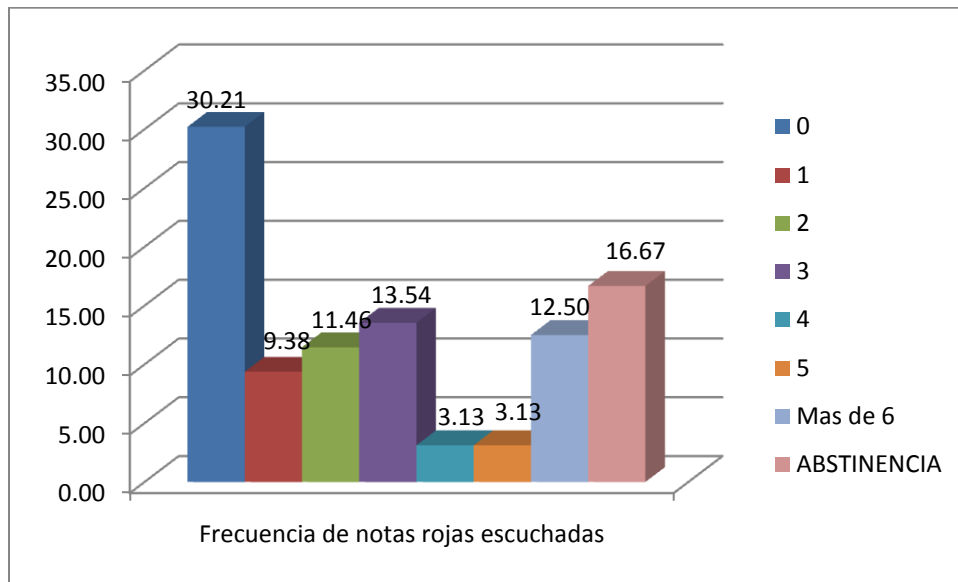


Gráfico 4. Muestra la frecuencia de notas rojas escuchadas en los radios-noticieros de interés.

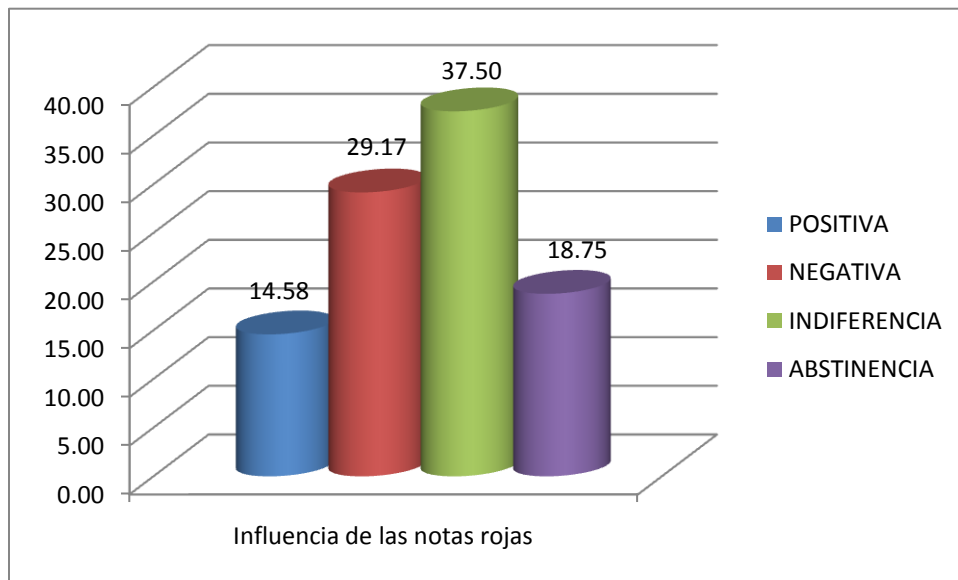


Gráfico 5. Muestra la opinión de los encuestados en cuanto a cómo influyen en ellos las notas rojas.

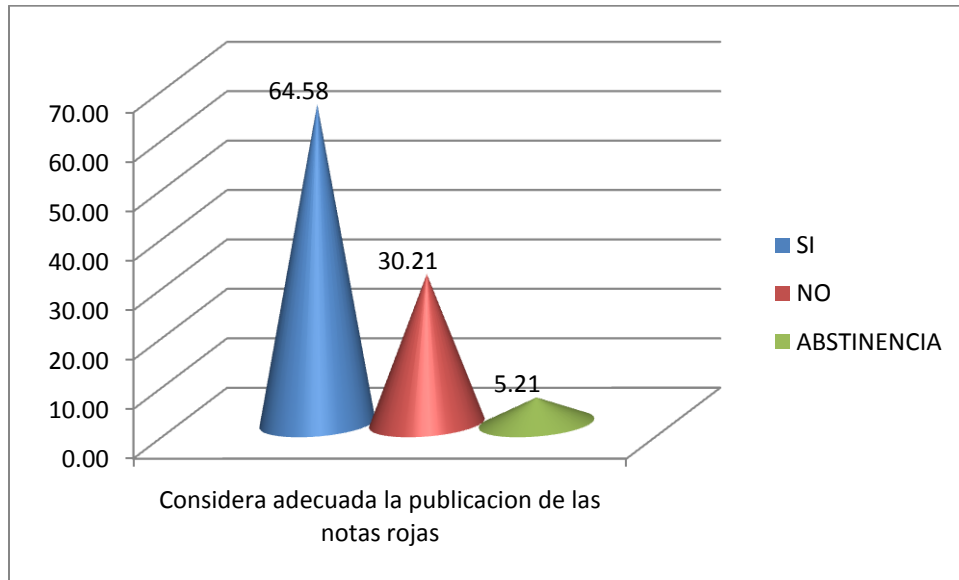


Gráfico 6. Representa la postura de los encuestados con respecto a si las notas rojas son transmitidas de manera adecuada o no.

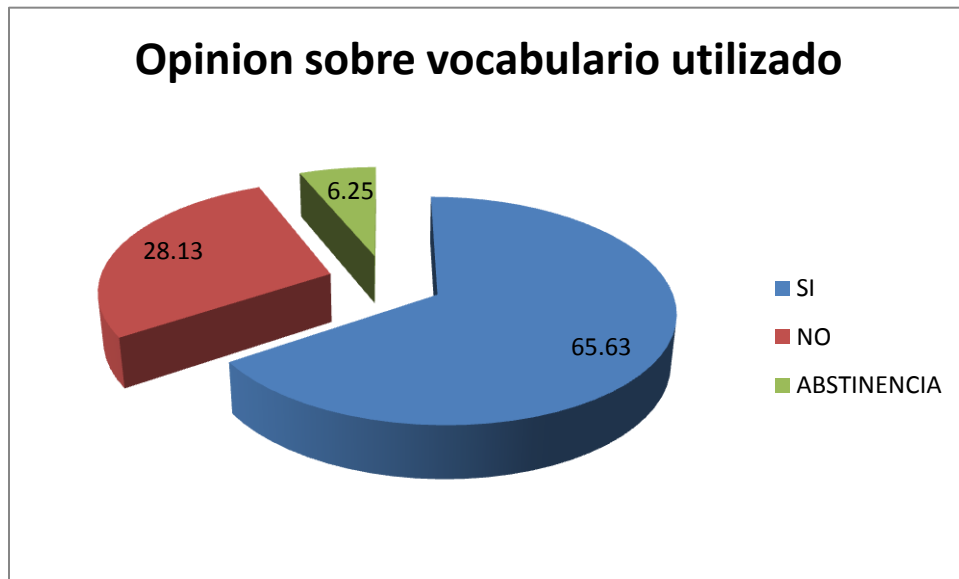


Gráfico 7. Muestra la opinión de los encuestados con respecto a si el vocabulario utilizado en los radios noticieros es adecuado o no.



VI. Análisis de los Resultados

Fueron encuestadas 96 personas escogida de manera probabilística de una población de 128 de habitantes del sector norte del Barrio Colonia Universidad de la Ciudad de León, para determinar de qué forma influyen las notas rojas en dicha población estudiada. Para encuestar a la población que conforma la muestra, se seleccionó de manera aleatoria a un miembro de cada hogar para ser partícipes de la investigación.

Los resultados obtenidos de la muestra infieren directamente a la población, ya que dicha muestra es representativa del estudio, y por ello se analizan los resultados brindando información propia de la población estudiada.

La edad promedio de los habitantes del Barrio Colonia Universidad es de 22 años, esto puede determinar que en su mayoría esta población es joven y se encuentra en la distribución de 20 a 24 años, significativo con un 49% de la misma.

El 35% de la población, pertenece al nivel académico universitario, lo cual es significancia para el estudio, porque se sabe que es acá donde la mayoría de los jóvenes capta que tipos de cosas pueden ser escandalosas, exageradas, y que además están envueltos en el mundo informativo. Un 57%, son universitarios y profesionales, es conveniente que las criticas sean hechas de manera adecuada y de significativa expresión.

Radio Mi Voz, es la radio más escuchada, por ende sus noticieros Primicias y Titulares, representado con un 39% de la población, seguido de Radio Darío, con sus noticieros Centro Noticias y Libre Expresión, con un 35%; es decir que los noticieros de radio Mi Voz, son escuchados en un 4% más que los de Radio Darío, lo cual, nos puede decir que no es mucha la diferencia de audiencia y podemos decir que ambos noticieros están causando la misma influencia. Un 23% escucha noticieros diferentes a los transmitidos por estas emisoras y un 3% no escucha ninguno, lo cual no es significativo y es poco relevante para nuestro estudio, si un 97% de nuestra población será de verdad influenciada por estos noticieros.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Un 53% de la población escucha Notas Rojas en los noticieros (ver gráfico 6) lo cual es de gran importancia si se quiere determinar si en este 53% de la misma, estas están generando algún tipo de influencia. Un 39% no escucha Notas Rojas en los noticieros, y de ser así, significaría que en estas personas no se determinara ningún tipo de influencia por parte de las noticias exageradas transmitidas por los noticieros.

Los radio escuchas perciben que los noticieros están transmitiendo Notas Rojas, un 14% al menos escucha 3 notas rojas, un 13% más de 6 notas rojas, un 11% dos notas rojas, un 9% una nota roja. Es de considerar que todos estos suman el mismo 53% de personas que expreso sí escuchar Noticias Exageradas en los noticieros. Según la frecuencia de transmisión de notas rojas podemos identificar que 29 personas equivalentes al 30% del total de encuestados no escuchan notas rojas en los noticieros de estas radios, seguido de un 17% de encuestados que se abstuvieron a dar respuesta a dicha pregunta. Cabe recalcar que según este resultado obtenido es de nuestra importancia determinar cómo influyen las notas rojas en personas que al menos escuchan una de las mismas en los radio noticieros de Radio Mi Voz y Radio Darío, representadas en un 53% de la población que en promedio escucha 4 notas rojas.

Del 53% de la población que escucha Notas Rojas, un 38% es indiferente ante la escucha de estas porque afirman que a diario son transmitidas este tipo de noticias, lo que lleva a que la población receptora sea indiferente a estas, y en su mayoría la costumbre los hace percibir de manera normal este tipo de noticias.

Un 29% manifestó que las notas rojas influyen de manera negativa, ya que este tipo de noticia puede causar traumas en sus vidas, y ponen en peligro la dignidad de las personas y muchas veces se ha caído en la violación de los derechos humanos, y no utilizan un vocabulario adecuado, lo cual escandaliza y genera controversia e inquietud en las personas que suelen escuchar sus noticieros.



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



En un 15% de la población influye de manera positiva, y esto se debe a que alerta a los mismos a no poner en peligro sus vidas, aducen que los educa de tal forma que prevengan caer en situaciones de peligro que se transmiten a través de las Notas Rojas en los noticieros. Un 19% se abstuvo de contestar esta pregunta.

El 65% de la población expreso que las notas rojas se están publicando de manera adecuada, un 30% que no se está haciendo de manera de correcta y un 5% se abstuvo de contestar esta pregunta (ver gráfico 9). Un 66% nos informó que se está utilizando un vocabulario adecuado en la transmisión de las noticias, un 28% que no y un 6% se abstuvo de contestar esta pregunta.



VII. Conclusiones

- Los noticieros más escuchado son los de Radio Mi Voz, lo cual representa un nivel de audiencia del 39% de la población en estudio, seguido de los noticieros de radio Darío con un 35% de la población, un 4% de la población representa la diferencia de audiencia entre los noticieros de una radio y la otra.
- El 30% del total de encuestados no escuchan notas rojas en los noticieros de estas radios. Un 53% de la población percibe que en los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz se transmiten Notas Rojas y en promedio escuchan 4 de estas.
- En un 82% de la población, la transmisión de Notas Rojas está generando algún tipo de influencia.
- La influencia de las Notas Rojas en la población encuestada nos brinda una información muy relevante al encontrar en los resultados que el 38% de los encuestados dicen ser indiferentes al momento de escuchar notas rojas en los radios noticieros.
- En un 29% de la población las Noticias exageradas influyen de manera negativa. Si bien es cierto la juventud es muy hábil para canalizar información exagerada, en algunos jóvenes puede causar traumas, o escandaliza ciertas situaciones de sus vidas. En un 15% de la población influye de manera positiva, si bien se puede afirmar que en algunas ocasiones este tipo de noticias alerta a la población y la hace tomar medidas necesarias para evitar caer en las mismas.
- Una gran parte de la población se refiere a que estas Noticias están siendo publicadas de manera correcta, exactamente un 65%, si se menciona que las personas consideran que los noticieros son transmitidos bajo profesionalismo, y consideran normalidad en este tipo de transmisiones.



VIII. Recomendaciones

- ❖ A los periodistas, a través del Colegio de Periodistas de Nicaragua CPN, impulsar una campaña educativa, o congreso en el que se resalte la mala influencia y el prestigio que adquieren los medios a transmitir estas clases de notas, con el propósito de concientizar a los colegas periodistas a evitar la redacción y transmisión de dichas notas.

- ❖ A las autoridades universitarias, en especial a la dirección y docentes de la carrera de Comunicación Social, quienes manejan de primera mano las debilidades que el tema genera, para seguir formando profesionales capaces de discernir los objetivos correctos de sus trabajos como periodistas.

- ❖ Jefes de Información y editores deberían poner de su parte, para dar el salto de calidad necesario.



IX. Bibliografía

1. Anaelí, Ileana; *El síndrome de la nota roja*; Revista Conexiones; Universidad Centroamericana, Managua, 24 Mayo, 2012.
2. Berti, Florencia; *Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación; Creación y Producción en Diseño y Comunicación*; Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo; Centro de Estudios en Diseño y Comunicación; Centro de Producción en Diseño y Comunicación; Buenos Aires, Argentina; Año 7. Número 32. Octubre 2010 (*Fecha de consulta: Octubre 15 de 2012*)
3. Browne Sartori, Rodrigo; *Análisis crítico del discurso: La prensa sensacionalista en contextos culturales colindantes*; Universidad Austral de Chile; 2011. (*Fecha de consulta: octubre 16 de 2012*)
4. García Castillo, Iris; *El periodismo nicaragüense, manchado por la nota roja*; en Medios de comunicación by Suite 101; Visitado el 10 de noviembre del 2012.
5. Hallin, Daniel; *La nota roja: periodismo popular y transición a la democracia en México*; América Latina Hoy, agosto, Volumen 25; Universidad de Salamanca, Salamanca, España 2000. (*Fecha de consulta: noviembre 1 de 2012*)
6. Hernández Sampieri, Roberto; *metodología de la investigación*, cuarta edición Mc. Graw Hill Mexico 2006. (*Fecha de consulta: Octubre 15 de 2012*)
7. López Piura Julio; *Metodología de la investigación científica*, centro de investigaciones biomédicas, Managua Nicaragua 2008.
8. Méndez, H; País: Bolivia; *La prensa sensacionalista; libertad de expresión solo al servicio de los terratenientes*; Santa Cruz, Boliviaa, 2006. (*Fecha de consulta: noviembre 2 de 2012*)
9. Rothschuh Villanueva, Guillermo; Uriarte Bermúdez, Adrián; *La nota roja en los medios*; diciembre 2008; Managua Nicaragua.



10. SaadSaad, Anuar; *Elsensacionalismo o la “insurrección” de las masas*; Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación; número 78 noviembre 2011 – enero; México, 2012. (Fecha de consulta: Octubre 15 de 2012)
11. Verenson, J; Estadística elemental, España, 2010.

IX.1 Webgrafía

1. <http://www.conexiones.com.ni/blog.php?id=149> (Fecha de consulta: noviembre 1 del 2012.)
2. <http://impreso.end.com.ni/2006/02/10/suplemento/saludysexualidad/1474> (Fecha de consulta: noviembre 5 del 2012).
3. <http://suite101.net/article/el-periodismo-manchado-por-la-nota-roja-a18855>. (Fecha de consulta: noviembre 3 de 2012).
4. Roths Schuh, Guillermo. (<http://www.cinco.org.ni/archive/77.pdf>) (Fecha de consulta: noviembre 5 de 2012).
5. www.elnuevodiario.com.ni/imprimir.php/266748 (Fecha de consulta: noviembre 1 del 2012.)
6. <http://www.observatoriodemediosuca.com/downloads/31.pdf> (Fecha de consulta: noviembre 5 del 2012).
7. <http://avataresmediaticos.blogspot.com>, 2012 (Fecha de consulta: 3 de noviembre de 2012)
8. <http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/unesco1.html> (Fecha de consulta: 2 de noviembre de 2012)
9. <http://www.felap.org/estatutos> (Fecha de consulta: 6 de noviembre 2012)



X. Anexos



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Encuesta

Somos estudiantes del V año de la Carrera de Comunicación Social UNAN-León y solicitamos a usted nos apoyen en nuestro estudio sobre la Influencia de la nota roja transmitida en los noticieros de Radio Darío y Radio Mi Voz entre los pobladores de la Colonia Universidad, León, octubre – noviembre, 2012.

Datos Generales

Edad: _____ Sexo: _____

Estado civil: _____ Ocupación: _____

Nivel académico: _____

Nivel de audiencia

Con este acápite pretendemos medir el nivel de audiencia que tienen estos programas cuya fuente principal de información son las notas rojas.

Marque su(s) opciones de respuesta para cada pregunta

1. ¿Qué radio noticiero escucha?

- Los de radio Darío
- Los de radio Mi Voz
- Otros

2. ¿Por qué escucha este radio noticiero?

3. ¿Con que frecuencia escucha este noticiero?

4. ¿Considera usted que en el noticiero que escucha se transmiten notas rojas

- Si
- No



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



5. ¿Aproximadamente cuántas notas rojas escucha usted por edición el noticiero de su preferencia?
6. ¿De qué forma influye en usted las notas rojas que se transmiten en el noticiero de su preferencia? (Especifique en cual noticiero).
7. ¿Considera adecuada la forma en la que estos noticieros transmiten las noticias?
- Si
- No
- ¿Por qué?
8. ¿Considera usted que el vocabulario usado en estas noticias es el adecuado?
- Si
- No
- ¿Por qué?



Tabla 1. Edad de los encuestados

| GRUPOS DE EDAD | | | |
|----------------|-------|-------------|---------------|
| Xi | Edad | Frecuencia. | Frecuencia R. |
| 17 | 15-19 | 25 | 26.04% |
| 22 | 20-24 | 47 | 48.96% |
| 27 | 25-29 | 20 | 20.83% |
| 32 | 30-34 | 3 | 3.13% |
| 37 | 35-39 | 1 | 1.04% |
| Total | | 96 | 100.00% |

Tabla 2. Nivel académico

| NIVEL ACADEMICO | | Porcentaje |
|-----------------|----|------------|
| PRIMARIA | 12 | 12.50% |
| SECUNDARIA | 27 | 28.13% |
| UNIVERSITARIOS | 34 | 35.42% |
| PROFESIONAL | 21 | 21.88% |
| ABSTINENCIA | 2 | 2.08% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |

Tabla 3. Estado civil

| ESTADO CIVIL | | Porcentaje |
|--------------|----|------------|
| CASADO | 27 | 28.13% |
| SOLTERO | 63 | 65.63% |
| ACOMPANADO | 3 | 3.13% |
| ABSTINENCIA | 3 | 3.13% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |

Tabla 4. Noticiero más escuchado

| RADIO DEL NOTICERO MAS ESCUCHADO | | Porcentaje |
|----------------------------------|----|------------|
| RADIO DARIO | 34 | 35.42% |
| RADIO MI VOZ | 37 | 38.54% |
| OTROS | 22 | 22.92% |
| NO ESCUCHA | 3 | 3.13% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |



Influencia de la nota roja en los radio escuchas



Tabla 5. Escuchas notas rojas en los noticieros.

| ECUCHAS NOTAS ROJAS EN EL NOTICIERO | | Porcentaje |
|-------------------------------------|----|------------|
| SI | 51 | 53.1% |
| NO | 38 | 39.6% |
| ABSTINENCIA | 7 | 7.3% |
| TOTAL | | 100% |

Tabla 6. Frecuencia de notas rojas escuchadas

| FRECUENCIA DE NOTAS ROJAS ESCUCHADAS | | Porcentaje |
|--------------------------------------|----|------------|
| 0 | 29 | 30.21% |
| 1 | 9 | 9.38% |
| 2 | 11 | 11.46% |
| 3 | 13 | 13.54% |
| 4 | 3 | 3.13% |
| 5 | 3 | 3.13% |
| Más de 6 | 12 | 12.50% |
| ABSTINENCIA | 16 | 16.67% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |

Tabla 7. Influencia de notas rojas

| INFLUENCIA DE LA NOTA ROJA | | Porcentaje |
|----------------------------|----|------------|
| POSITIVA | 14 | 14.58% |
| NEGATIVA | 28 | 29.17% |
| INDIFERENCIA | 36 | 37.50% |
| ABSTINENCIA | 18 | 18.75% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |

Tabla 8. Opinión sobre la publicación de notas rojas

| CONSIDERA ADECUADA LA PUBLICACION DE LA NOTICIA | | Porcentaje |
|---|----|------------|
| SI | 62 | 64.58% |
| NO | 29 | 30.21% |
| ABSTINENCIA | 5 | 5.21% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |



Tabla 9. Opinión sobre el vocabulario utilizado

| CONSIDERA UN VOCABULARIO ADECUADO EN LAS NOTICIAS | | Porcentaje |
|---|----|------------|
| SI | 63 | 65.63% |
| NO | 27 | 28.13% |
| ABSTINENCIA | 6 | 6.25% |
| TOTAL | 96 | 100.00% |



Fotos





Influencia de la nota roja en los radio escuchas





Influencia de la nota roja en los radio escuchas

