



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Gutiérrez San Miguel, Begoña; Rodríguez Fidalgo, Maribel; Gallego Santos, María del Camino
El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización
Revista Latina de Comunicación Social, núm. 65, 2010, pp. 126-145
Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81915723010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Revista
Latina
de Comunicación Social

Investigación – [Forma de citar/how to cite](#) – [informe revisores/referees](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)

[DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-888-126-145](#) – ISSN 1138-5820 – RLCS # 65 – 2010 +

El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización

The processing of TV news discussion: from the information to the dramatization

Dra. Begoña Gutiérrez San Miguel [\[C.V.\]](#) Profesora del Departamento de Sociología y Comunicación - Universidad de Salamanca, US - España - bgsm@usal.es

Dra. Maribel Rodríguez Fidalgo [\[C.V.\]](#) Profesora del Departamento de Sociología y Comunicación - Universidad de Salamanca, US - España - mrfdalga@usal.es

María del Camino Gallego Santos [\[C.V.\]](#) Doctoranda del Departamento de Sociología y Comunicación - Universidad de Salamanca, US - España - mcaminogs@usal.es

Resumen: La columna vertebral en torno a la que se articulan todas las televisiones, bien sean nacionales, regionales o locales, son los informativos. Estos formatos o géneros televisivos se han ido mixtificando con el tiempo. La información ha variado su esencia, ha adquirido un nuevo formato. Teniendo como punto de partida estos aspectos esta investigación plantea el análisis de la evolución del lenguaje utilizado en los informativos televisivos españoles, desde sus inicios en TV hasta la actualidad.

La presente investigación se ha ido desarrollando a lo largo tres fases diferentes; la primera a finales de los años 80, la segunda en los 90 y la tercera en la actualidad, a través de una serie de encuestas realizadas a una población heterogénea.

Los resultados obtenidos nos permiten constatar que los informativos puros han ido adquiriendo unas formas narrativas cambiantes a lo largo de su existencia comenzando con la información “objetiva”, pasando por la información vehiculizada, a la dramatización por medio de las imágenes de impacto y finalmente a la dramatización narrativa con la sensibilización e identificación de los personajes. La espectacularización de la información se convierte en la seña de identidad de los nuevos informativos en pro de alcanzar un mayor número de audiencia.

Palabras clave: Televisión; Informativos; tratamiento; lenguaje; espectacularización; manipulación.

Abstract: TV news program is the backbone of national, regional and local TV channels. This type of programs has been changing over the time. The essence of the information is being modified and adopting a new format. Based on this principle, this research analyses the language evolution used on the Spanish TV news programs from its origins until today.

The current research has been carried out in three different phases: late 80's, 90's and nowadays. The use of both quantitative and qualitative methodology has allowed us to get deeper into our research.

The achieved results show that TV news programs have been acquiring a changing narrative style along its course: they began with an “objective” type of information, followed by a dramatic type of information using shocking visual content, to reach a dramatic type of information where the audience can identify and make aware themselves with the affected people in the news.

The information used as a show is the new identity mark of the current TV news programs to achieve greater levels of audience.

Keywords: TV; news; information processing; language development; narrative spectacle of information; manipulation.

Sumario: 1. Introducción. 2. Método. 3. Resultados. 4. Estado de la cuestión. 4.1. La evolución en el tratamiento informativo. 4.2. La construcción de los informativos. 4.3. Datos, tablas y cuestionarios. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía. 7. Notas.

Summary: 1. Introduction. 2. Method. 3. Result. 4. Question State. 4.1. The evolution in the informative processing. 4.2. The construction of the informative and conclusions. 4.3. Data, table and questionnaire. 5. Conclusions. 6. Bibliographical reference. 7. Notes.

Traducción de **Francisco Moreno**, Facultad de Traducción e Interpretación, Universidad de Granada

1. Introducción

El propósito de la investigación es la revisión del estado de la cuestión de los informativos televisivos españoles.

Los objetivos fundamentales planteados a modo de hipótesis eran si los informativos se construían como “ventanas” o “pantallas” de la realidad, o sea si las informaciones estaban manipuladas, si ofrecían los mensajes y noticias de forma aséptica o si la ideología impregnaba y condicionaba el mensaje y la noticia. Y finalmente qué discurso se derivaba de ello.

A partir de ahí hemos establecido como problemática una comparativa del tratamiento de la información en las diferentes cadenas televisivas tras lo que se observó que los informativos son dinámicos:

1. En los años 60 y 70 primaba conceptos como “ventana abierta a la realidad” y “objetividad” relativa.
2. En los años 80 y 90 con una “manipulación” de la opinión pública con un reduccionismo a la baja de valores y cuestiones culturales, donde la noticia se construye como un espectáculo dramático en donde los procesos de identificación emocional a base de imágenes morbosas serán la base en manos de los grandes grupos de comunicación, buscando la audiencia.
3. En la actualidad la información es un docudrama con planteamiento, nudo y desenlace, con protagonistas y antagonistas ensalzando la visión del héroe.

Como conclusiones proponemos una alfabetización audiovisual y la creación de un mecanismo de regulación externa de las televisiones entre otras cuestiones.

Las razones que llevaron a plantear la investigación han sido consecuencia de la preocupación existente entre las investigadoras sobre el tema. Una población analfabeta es más fácil manejarla y la dinámica de las televisiones está llevando hacia ese estado, impulsado por los poderes orgánicos de las televisiones, los estatales indirectamente, manipulando la información y ralentizando la cultura.

2. Método

El método de investigación utilizado es el del vaciado de contenidos, análisis formal, estudios de caso. En definitiva una investigación multidisciplinar proveniente del campo de la sociología, las aportaciones del formalismo ruso, de la pragmática y de los estudios culturales.

La razón de ésta utilización metodológica fue la de valorar los medios de comunicación desde diferentes puntos de vista que nos dieran riqueza suficientes y elementos varios para llegar al documento total, tratando todas sus vertientes. Así por ejemplo con el vaciado de contenidos analizamos los diferentes programas informativos a lo largo de una serie de años, obteniendo una información pormenorizada de las cuestiones narrativas-intencionales-simbólicas. El análisis formal nos dio las bases constructivas de los documentos, con una reiteración y redundancia de los aspectos anteriormente citados.

La muestra aplicada gira en torno a tres fases siempre llevada a cabo en un marco universitario y en colaboración con estudiantes.

La primera fase se llevó a cabo en la Facultad de Educación de la Universidad de Oviedo en los últimos años 80 primeros de los noventa del siglo pasado, con cuestionarios diversos (en torno a los 1500 de los que se sistematizaron finalmente 300). La población encuestada fue heterogénea atendiendo a variables como edad, sexos y condicionamientos sociales. Por otra parte se establecieron “grupos de discusión” (*Focus Group*).

La segunda fase igualmente se elaboró entre la Universidad de Oviedo (Facultad de Educación) y la Universidad de Salamanca (Comunicación Audiovisual y Facultad de Educación). La muestra fue más reducida y en esta ocasión sobre una población homogénea en variables como edad y estatus cultural, puesto que se realizó a alumnos de Doctorado y Master, con diferentes estructuras sociales por países. Un total de 100 alumnos a finales de los años 90.

La tercera fase se llevó a cabo a través de un estudio de contenidos de los informativos de las diferentes cadenas en octubre de 2009, centrándose en los informativos de TVE-1 y Tele-5. Tomando como muestra básica la primera edición de los telediarios por varias razones: en una primera fase de observación advertimos que los dos espacios presentaban las mayores diferencias no sólo en la estructura del programa, sino en el contenido tanto temático como formal. La primera edición, aunque no la de mayor audiencia, presenta con más desarrollo el grueso de la información más inmediata y se observa con más detalle la diferencia en el tratamiento de las noticias en las dos cadenas.

Estableciendo como paradigma de comparación el tratamiento informativo en una cadena pública frente a una privada.

El estudio (análisis de contenido), por tanto, se articuló en varios niveles:

1. Descripción de los diferentes programas: En este primer apartado se especificaban tanto el día de emisión, como el número total de noticias o piezas que conformaban cada uno de los informativos.

2. Descripción del contenido: con cuatro variables que intervenían en la construcción de los informativos: a) fragmentación o serialización de las noticias, b) personalización de la información, c) hibridación de las noticias y d) selección de la importancia por el impacto visual.

3. Resultados

Como resultados hemos constatado que los informativos televisivos españoles están mediatizados por cuestiones ideológicas partidistas, que los contenidos de los mismos están viendo una clara banalización a causa de una trivialización y banalización de la vida y que es necesaria la implantación desde las bases (primeras edades de la educación) de una alfabetización de la población.

La constatación, por otra parte, de una clara evolución del lenguaje narrativo de los informativos, desde la crónica periodística a modo de lectura de boletines a la espectacularización de la información con imágenes morbosas y a la actualidad en donde el tratamiento es evidentemente narrativo ficcionado; la realidad construida a modo de películas con un planteamiento, nudo y desenlace utilizando cebos de interés para el espectador, o sea con una distensión temporal como si de narraciones de ficción se trataran.

4. Estado de la cuestión

La columna vertebral en torno a la que se articulan todas las televisiones, bien sean nacionales, regionales o locales, son los informativos. A partir de ellos van adosándose el resto de los programas, con un porcentaje importante de programas de producción propia, películas, talks shows, realities, documentales, infantiles y finalmente culturales generalmente adscritos a franjas horarias vespertinas, o sea a partir de la una de la madrugada en su mayoría.

Estos formatos o géneros televisivos se han ido mixtificando poco a poco y es muy fácil encontrar en los informativos temas promocionales de las propias cadenas o crónicas del denominado "corazón", cuando al inicio de la televisión la temática era esencialmente informativa.

En esta tesitura es en la que se quiere plantear la siguiente investigación. La información social, cultural y patrimonial, puede estar engarzada de dos maneras diferentes en los documentos televisivos; como información pura, un acontecimiento que sucede en determinado lugar de cierto día o bien desarrollando los contenidos de la noticia.

Es importante resaltar la naturaleza cultural de los géneros periodísticos puesto que son productos de la creatividad humana y de ahí su evolución (Bandrés, Cebrián Herreros). El concepto de "industria cultural" se nutre de todas las investigaciones provenientes de dicho ámbito, de los denominados "estudios culturales" (de origen sajón) en donde se aboga por estas cuestiones. Autores como Althusser, Hoggart, Williams, Hall, Baudrillard, Derrida, o Weber y Durkheim, postulan en torno a una visión en la que los productos de la cultura de masa tienden a comprender el significado y el lugar que ocupa la cultura popular dentro de las vivencias de los diferentes grupos sociales.

Todos ellos coincidirán en que las estructuras globales de la sociedad y las concretas circunstancias históricas tienen una importancia esencial para comprender el funcionamiento de los medios de comunicación.

La inicial utopía de los estudios culturales era el conocer más los comportamientos, las necesidades y los deseos de los consumidores para facilitar la democratización de la cultura. Con el tiempo ese imaginario ha perdido fuerza y las políticas culturales públicas están quedando desubicadas en el proceso de industrialización e informatización de la cultura, cediéndole el testigo al mercado, a las empresas de comunicación.

Los Estados se han desentendido de la producción de conocimientos públicos, o de que esos conocimientos privados abran su acceso a sectores interesados en el debate de la agenda pública (Bourdieu, García Canglioni, Llorens Maluquer, Morin). Y en este marco es en donde se plantea la actual investigación.

Tipologías variadas de programas informativos han sido catalogadas por multitud de investigadores (Barroso y García, Cebrián Herreros, Colombo, González Requena, Wolf); los informativos y los informativos-culturales (así denominados de forma genérica), docudramas, realitys, reportajes, crónicas... Los informativos se denominan a los telediarios, los que forman el esqueleto de la información. Informativos culturales se les denomina a programas que desarrollan y profundizan más las noticias, en los comienzos de la televisión se podría citar "A toda plana" (1964), "Hilo directo" (1968), "Datos para un informe", "Los reporteros", "Sucede" o "35 millones de españoles" (1974), y en los últimos años "Miradas 2", "Informe semanal", "Espejo Público"... En este segundo apartado se pueden establecer a su vez subcategorías diversas atendiendo a la temática presentada.

Las diferentes tipologías que se establecieron para llevar a cabo la presente investigación fueron las establecidas por Cebrián Herreros (1992) agrupando las noticias interpretativas (noticias, crónicas, reportajes), las noticias dialógicas (entrevistas, talkshow, reality) y las noticias de opinión (comentario y comunicado editorial).

Los géneros informativos se organizan como un sistema de referencia en constante evolución y cambio tanto en su forma estructural como en su proceso narrativo, como se podrá observar tras finalizar la actual investigación.

El carácter pedagógico de la Paleotelevisión proporcionaba al Estado un instrumento de control social sobre la población y un instrumento de enseñanza. La Paleotelevisión se caracterizaba por un proyecto de educación cultural y popular, desarrollando una televisión referencial, documental con propósitos educativos, formativos e informativos. En definitiva la Paleotelevisión actuaría como un medio de información, como un elemento de difusión cultural y como un espectáculo.

El relato discursivo que se encuentra en la paleotelevisión estaba siempre enfocado hacia las funciones pedagógicas y

educativas, a través de una realidad y, de unos hechos objetivos que acontecían en el mundo. Las funciones tradicionales de las televisiones públicas consistían en informar, formar y entretener. De esta forma la Paleotelevisión consiguió la división de programas por géneros.

La televisión pública era un gran mosaico, con una oferta televisiva muy amplia, cuyo elemento primordial residía en los informativos, en los noticiarios. En este género encuentra la televisión del Estado un vehículo político para comunicarse con el espectador.

Con la llegada de la transición, se produce un nuevo contexto en el que la oferta televisiva se marcaba dos objetivos. Por un lado, deseos de trasladar a la pequeña pantalla el nuevo imaginario de la España democrática, y por otro impulsar políticas de apoyo a la producción de series con vocación de calidad internacional.

Una nueva etapa en la televisión derivada de la desregularización de las televisiones públicas y el nacimiento de los canales privados se abrió paso en los últimos años de la década de los ochenta bajo el título de Neotelevisión. Su discurso rompió con el sentido pedagógico y unidireccional de la televisión tradicional que mostraba la Paleotelevisión. El nuevo contexto, desarrollado entre otros autores por Casetti y Odin, interpelaba constantemente al espectador, reclamando interactividad y convivialidad. Este nuevo discurso adquiriría una función principalmente socializadora sobre las potenciales audiencias: "atraer, engatusar, desde lo emotivo de los relatos, desde un plano esencialmente seductor, al espectador que trate de ponerse en contacto por primera vez con una determinada representación mediática" [1].

Gordillo establece dos tendencias en el discurso televisivo: el reciclaje (relaciones de intertextualidad) y la hibridación de géneros (relaciones de transtextualidad) (Gordillo, 2004).

Se producirá un abandono de la televisión referencial, documental, hacia un nuevo tipo de televisión especular amoldada a los gustos que supuestamente el público demanda: especula con una realidad cotidiana-vivencial-emotiva, a la vez que espectacularizada, dotándola de teatralidad inherente al código televisivo.

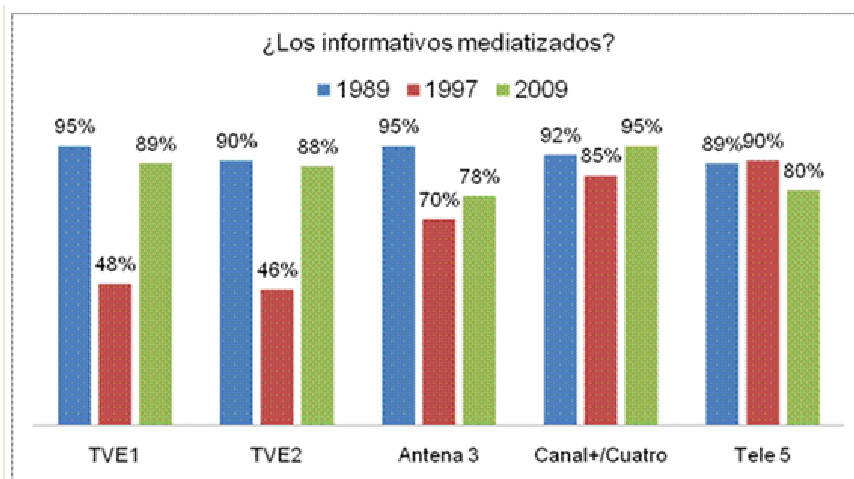
Las fronteras tradicionales de los géneros se desdibujarán y se producirá la hibridación de contenidos y el mestizaje en los formatos. Este mestizaje de contenidos ha provocado un cambio en el discurso de la televisión alejándose del modelo reproductor de la realidad para acercarse a un modelo preformativo, productor de la realidad. Los informativos también se verán implicados en este cambio sustancial.

Se pueden destacar dos grandes parcelas de contenido en la Neotelevisión: la información y la ficción. Imbert (2001) señala que se produce una degradación de la categoría de lo informativo: la utilización de técnicas y géneros periodísticos con fines espectaculares, mediante la dramatización o la trivialización y la producción de una actualidad paralela a la realidad "objetiva", sin duda debido al desgaste de ésta última. Esto se traduce en la aparición de nuevas formas narrativas basadas en el espectáculo y la ficción de lo cotidiano acompañadas por fenómenos de hibridación entre géneros (documental y ficción) y de confusión entre categorías (verdad/simulación, atractivo/repulsivo) [2].

En la época de la neotelevisión lo que resulta evidente es que habrá que desechar la separación entre información y ficción, entre interpretaciones y hechos, entre espectáculo y realidad, entre acontecimiento y comentario, o entre reproducción y valoración. La ideología será el valor fundamental en torno al cual los grandes grupos de comunicación organizan el tratamiento informativo (Aguaded, 2008).

La manipulación de la información será evidente en torno a los resultados obtenidos con la muestra llevada a cabo en diversos años coincidiendo en el primer caso con la ascensión por tercera vez del partido Socialista al poder en 1989 en donde las cadenas estatales están mediatizadas ideológicamente hacia un lado frente a las otras que resaltan los postulados contrarios, según los resultados obtenidos (sobre una población de 250 personas lo mismo que en los otros dos casos). Casi diez años después con la llegada al poder del Partido Popular, las televisiones públicas coincidiendo con el inicio de éste mandato están consideradas como más asépticas frente a Canal Plus y La 5 que alzan sus voces contra la política del gobierno. Y de nuevo en el 2009 el público considera que tanto televisiones públicas como privadas mediatizan sistemáticamente la información.

¿Los informativos mediatizados?



Fuente: Elaboración propia

4.1. La evolución en el tratamiento informativo

Llegar al panorama actual ha supuesto una evolución clara en el tratamiento de las noticias y además ha supuesto una homogeneización por parte de todas las cadenas del mismo. En la actualidad con el proceso de “globalización” se ha ido perdiendo la individualización y la identidad de cada informativo hasta incorporar un modelo casi estándar.

Los inicios televisivos, y quizá dada la novedad lo conllevaban, están marcados por un tratamiento de las noticias atendiendo a la idea de la “objetividad” (De Pablos, 2008). Se mostraba un acontecimiento tal cual sucedía, siempre claro está mediatizada por la ideología.

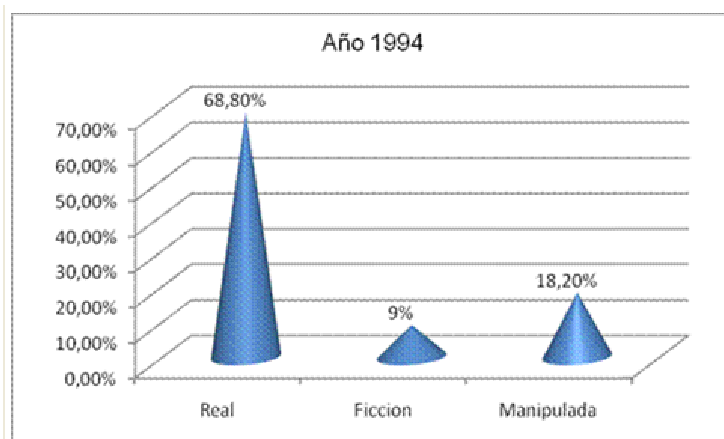
En diciembre de 1959 visitó España el Presidente de los Estados Unidos, Dwight David Eisenhower. TVE inauguró con aquella visita grandes despliegues informativos. Aquel viaje a España, cuyo régimen dictatorial había aislado al país del mundo civilizado, supuso un respaldo importante para el régimen de Franco.

La década de los 60 fue la de desarrollo económico y los televisores en blanco y negro empezaron a ser ya un electrodoméstico común en los hogares españoles. Se estrenaron las instalaciones de Prado del Rey, en Madrid, donde se produjeron los primeros programas y series propias (“La casa de los Martínez”, “Historias para no dormir”, “Cesta y puntos...”) poniéndose en marcha la segunda cadena de TVE, llamada popularmente “el UHF”.

En los primeros tiempos los informativos en la televisión española estaban contruidos a modo de boletines leídos ante las cámaras, incorporándose paulatinamente imágenes filmadas. Las noticias pronto fueron adquiridas a través de la red de Eurovisión y la creación de una red de corresponsales, lo que dio un nuevo empuje a dichos informativos. La televisión se constituye en una ventana abierta (concepto acuñado por Hutchinson en 1946) a la realidad y a través de ella todos los espectadores podían reconstruir los acontecimientos más significativos que acontecían.

La confusión entre imagen y realidad fue una de las principales características en estos primeros tiempos. Ya Piaget decía al estudiar los comportamientos de los niños que éstos no distinguían la fantasía de la realidad hasta edades más avanzadas. Y esto es adaptable a todas las cuestiones relacionadas con la imagen, piénsese si no en las primeras proyecciones cinematográficas en las que el público reaccionaba aterrorizado con la llegada del tren a la estación de Saint Lazare, confundiendo la ficción con la realidad. Lo mismo sucederá con la televisión. Las primeras emisiones serán consideradas por el espectador como parte de la realidad sin conseguir discriminar entre ficción y realidad.

Un elevado porcentaje de espectadores, aún hoy día, considera mucho más real lo que ha visto en las noticias de la televisión como puede observarse en el cuadro siguiente, tras la muestra llevada a cabo a 300 personas encuestadas (en 1994) de diferentes edades y órbitas culturales.



Fuente: Elaboración propia.

La información ha sido denominada durante tiempo como la "ventana abierta" al mundo, pero en realidad debería ser sustituido el término por el de "pantalla" por un doble motivo: es un espacio que proyecta un discurso y es un elemento que oculta la realidad, o al menos una parte de esta. Lo subjetivo se impone a lo objetivo.

Toda percepción supone ya un primer nivel de interpretación de la realidad. La reproducción televisiva, mediante los códigos de los medios audiovisuales, supondría un segundo nivel de interpretación de subjetividad. Y finalmente el tratamiento de la noticia en sí, partiendo del equipo de redacción, pasando por el de locución y finalmente el de transmisión, sufre un proceso que lo relativiza aún más. Sobre lo que en realidad informan es sobre la visión que sus autores tienen de esa noticia.

De ahí que hablemos de pantalla en vez de ventana, pues con el segundo término la percepción de lo tratado sería un proceso mucho más objetivo.

"Seis honrados servidores me enseñaron cuanto sé. Sus nombres son: cómo, cuando, dónde, qué, quién y por qué" decía Rudyard Kipling, al hablar de su fórmula periodística. Sigue siendo válida tanto para la elaboración de informaciones como para su análisis, incidiendo especialmente en el por qué al hacer un análisis, para comprender su sentido.

La objetividad de la información está evidentemente tratada por diferentes investigadores que reflejan esta falacia desde el momento en que se empieza a estudiar la televisión (Baudrillard, Brown, Ferrés, Herreros López, Matilla, McQuail, Schiller...), puesto que el propio mecanismo constructivo la anula. Toda información o discurso es una opinión desde la selección de contenidos, la selección de códigos, la creación de estereotipos con lo que negará la realidad puesto que la simplifican o la deforman en base a condicionamientos culturales derivados de juegos de intereses (Ferrés, 1994).

El discurso televisivo dominante interpela a los individuos como espectadores que reciben una serie de noticias, pero no como personas activas o participativas.

El espectador está aislado del entorno social y espacial y recibe la información como consumidor, buscando el tranquilizar a dicho individuo. No debería confundirse objetividad e imparcialidad (Herreros López, 2004), por tanto, con la indiferencia hacia unos valores básicos en el funcionamiento televisivo puesto que ambas palabras se retrotraen a cuestiones como la expresión de diferentes puntos de vista que sostienen los diferentes agentes sociales con lo que si se atuviesen a los principios básicos dictados por el Consejo General de Administración de Televisión Española aprobado en 1981, se deberían tener en cuenta estos términos puesto que "respetar la imparcialidad exige tratamientos informativos similares para actos públicos equivalentes" (pg. 311), o temas tan evidentes como sería el contrastar las fuentes (De Pablos, 1999), cuestiones olvidadas, parece ser, hoy día en la televisión.

Pasados unos años la televisión alcanza una gran difusión de forma que la imagen adquiere un peso que termina convirtiéndose en generadora de la realidad, invirtiéndose la situación inicial; la imagen ya no reproduce la realidad es ésta la que intenta parecerse a la imagen (Ferrés) tras el tratamiento que le dan los medios de comunicación.

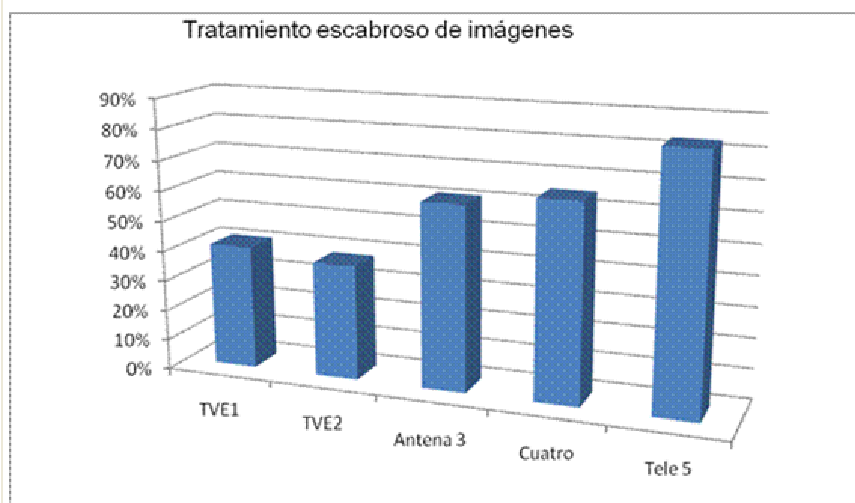
En 1990, justo antes de que se iniciara la Guerra del Golfo, Baudrillard (1991) predijo que dicha guerra no ocurriría. Después de la guerra, proclamó haber estado en lo cierto: «La Guerra del Golfo no tuvo lugar». Así, también los medios de comunicación occidentales fueron cómplices, presentando la guerra en tiempo real, mediante el reciclaje de imágenes de guerra para propagar la idea de que los EE.UU. (y aliados) estaban luchando contra el ejército iraquí. Pero Saddam Hussein no hizo uso de su capacidad militar (la Fuerza Aérea iraquí) y su poder político-militar no se debilitó (se suprimió la insurgencia kurda contra Irak al final de la guerra). Por lo que poco ha cambiado en Irak: el enemigo fue invicto, los vencedores no salieron victoriosos, y por lo tanto, no hubo guerra.

Según su postura, Estados Unidos se ve comprometido con la ilusión de estar combatiendo, tal como la mente del

jugador se ve inmersa en el videojuego (ejemplo de la hiperrealidad), donde la experiencia engaña a la consciencia haciéndole creer que es un actor de algo que no está sucediendo. Mientras el combate pudo haber sido real, sólo unas pocas personas en el otro extremo del planeta lo experimentaron. La «guerra» que fue transmitida por la televisión, y en consecuencia, la guerra tal como fue entendida por la mayoría de la gente, no fue realmente real.

Algunos críticos acusan a Baudrillard de revisionismo instantáneo, de una negación de la acción física de la guerra (parte de su negación de la realidad, en general).

Desde finales del siglo veinte los informativos, de nuevo, dan un vuelco tratando de llegar al espectador para conseguir una audiencia más elevada. La sección de internacional se constituye en fundamental a causa de los conflictos que asolan el mundo. Comienza a reclamarse la atención del público con las imágenes morbosas, llegando incluso a utilizar reclamos o señuelos en los que se apelaba a la sensibilidad del espectador (“las imágenes que van a ver a continuación pueden herir su sensibilidad”), con lo que el efecto era el deseado. Las noticias estaban llenas de cuerpos destruidos, fragmentados y la cámara se introducía por las heridas y elementos desmembrados para aumentar el dramatismo con la intención de sensibilizar en mayor grado al espectador. Véase por ejemplo el tratamiento de las noticias sobre la guerra de Bosnia



Fuente: Elaboración propia.

El público comenzó a acostumbrarse a este tipo de imágenes y las audiencias decaían con lo que los informativos en su tendencia a la innovación comenzaron a utilizar otro tipo de reclamo como es el que se instauró con el tratamiento de las noticias del “ataque a las torres gemelas” de Nueva York, en el año 2001 (aunque ya comenzaba a imponerse ese tipo de tratamiento).

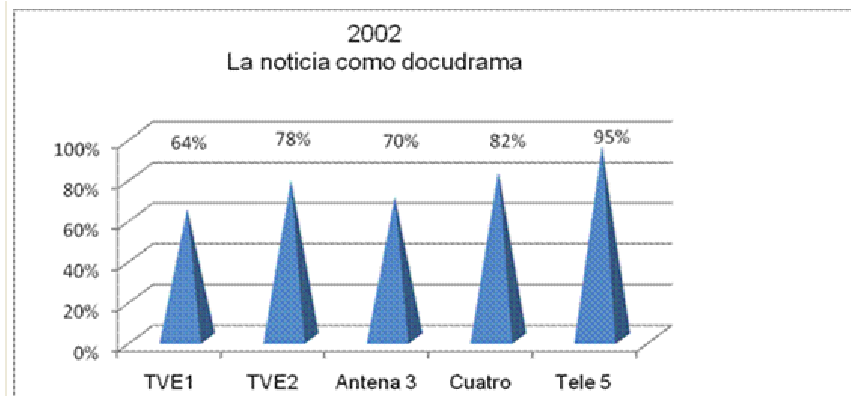
Una vez superado el impacto inicial, la dramatización era llevada a cabo con personajes heroicos como protagonistas, con sus antagonistas, un planteamiento narrativo, un nudo y un desenlace, o sea con la identificación de los personajes a modo de película o diégesis narrativa. La ficcionalización de la realidad en busca de la figura del héroe.

Así como una década antes se había asistido al espectáculo del desmembramiento de cuerpos, ahora la película de la realidad está construida por medio de la identificación dramática.

Los bomberos de Nueva York fueron los protagonistas de dicho acontecimiento pudiendo sentir la tensión que tenía la familia hasta ver llegar a su héroe al hogar. Todo ello en los 20 segundos que duraba el clip informativo.

El estilo narrativo basado en la elaboración de una ficción dramática con la realidad está presente en todas las cadenas. Hoy día no se construye la información si no existe algún personaje a modo de prototipo o estereotipo desempeñando ciertos roles.

A ello hay que unir una campaña de publicidad de la programación propia de cada cadena, a modo de autopromoción engarzada a la noticia por ejemplo: “Los reporteros de “A Fondo” van a desarrollar éste tema en el programa de la noche” a continuación del clip informativo.



Fuente: Elaboración propia.

3.2. La construcción de los informativos

La fórmula principal adoptada por la mayoría de los informativos es la de discurso una vez superados los mitos de la objetividad informativa o de la televisión como ventana abierta a la realidad. Cada vez que una noticia se convierte en opinión, se vende una ideología.

El tratamiento de las noticias, por tanto, se plantean dentro de estos mismos parámetros de forma que el espectador las asume:

- A.- Como espectáculo de la realidad.
- B.- Como texto estructurado.
- C.- Como ejercicio de expresión.

El discurso se construye a partir de una realidad y con unos códigos precisos. Se trata de la organización de elementos dispersos procedentes del entorno, manipulándolo y dando una prioridad absoluta al criterio de espectacularidad.

González Requena (1989), Bordieu (1997), García Avilés (1999), Prado (1999, 2003) o Imbert (2003), entre otros muchos autores han centrado sus estudios dentro de la Comunicación de Masas, precisamente en esta línea sobre el análisis del discurso informativo desde la perspectiva del espectáculo, aportando conceptos y líneas de investigación sobre lo que todos conocemos ya como la televisión espectáculo: infoshow o infoentretenimiento.

En este sentido “el macrogénero infoshow subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Representa una nueva forma de presencia de la información que se espectaculariza en sus formas” (Prado, 1999: 9).

Se constata, por tanto, la hibridación de géneros pudiéndose hacer una diferenciación “entre la hibridación que se produce cuando el entretenimiento forma parte de la información (infoshow) y cuando la información pasa a formar parte del entretenimiento (infoentertainment)” (Luzón y Ferrer, 2007: 139)

Hoy en día y fruto de esta televisión espectáculo asistimos a una serie de procesos de transformación que afectan a las que podemos considerar como las principales señas de identidad que caracterizaban a los programas informativos materializándose en un cambio de “lo objetivo hacia lo subjetivo, de lo racional hacia lo emotivo, de lo colectivo hacia lo individual, de lo macrosocial a lo microsocioal, del informar, por último, al relatar” (Imbert, 2003: 93).

Todos estos aspectos se podrían resumir en la denominada “información espectáculo” o como diría Lozano (2004) “noticias espectáculo” que nutre a los informativos en la actualidad en todas las cadenas de TV tanto públicas como privadas, en una mayor o menor medida.

Los informativos de las distintas cadenas de TV utilizan en sus piezas informativas el sensacionalismo entendido este como la capacidad de despertar emociones en el espectador o de provocar una reacción en el sistema sensorial de la persona (Uribe y Gunter 2007).

La lucha de las cadenas televisivas por alcanzar los niveles más altos de audiencia ha llegado a imponer el “todo vale”, dando lugar a una mercantilización de la información que como sostiene Sara Ortells (2009) podría definirse como “el fin de la concepción de la información como un bien para pasar a convertirse en un producto meramente comercial; un proceso que influye a su vez en el cambio de la definición de las industrias culturales”. Esta lucha de audiencias tiene como consecuencia que los grandes grupos de comunicación impongan los fines economicistas por encima de los fines informativos, en detrimento de unos contenidos de calidad y rigor.

Y dentro de este contexto no podemos olvidar que los informativos no escapan a tales criterios económicos y más teniendo en cuenta como así recoge Pestano Rodríguez (2008) que, “los informativos tienen una consideración

especial en términos económicos, puesto que suponen en sí mismos una banda de paso entre programaciones, de mañana a la tarde, de tarde a noche..., auténticos islotes diferenciados que deben conservar la audiencia heredada y transmitirla a la franja siguiente; no es de extrañar que, en la lucha por la venta de un producto esencial como son las cifras de audiencia, la publicidad antes, durante o después del informativo sea más cara que en resto de la programación adyacente".

Teniendo como partida estos aspectos y con el fin de profundizar en lo que ya hemos denominado como la espectacularización de la información aportamos el análisis sobre la construcción de la información en los informativos. Dicho análisis nos ha permitido establecer una serie de parámetros en torno a la construcción de las noticias y que hacen referencia a las siguientes cuestiones reflejando datos muy significativos:

1. La fragmentación o serialización de las mismas siendo ésta una característica general de todas las cadenas, partiendo las noticias en varios días de la semana aportando cada día pequeñas píldoras de información a modo de formato de telenovelas.
2. La personalización de la información. Los personajes adquieren protagonismo frente al objeto informativo que queda relegado a un segundo plano, construyendo la noticia en primera persona, personalizando la emotividad, con los sentimientos, con el planteamiento de tragedia.
3. La hibridación de las noticias que viene de la mano de los anteriores parámetros: la fragmentación y la personalización de las noticias. El mestizaje del formato derivará en relatos documentales dramatizados, como si de talkshows se tratasen.
4. Parece que el criterio de selección de la noticia proviene de la importancia por impacto visual más que por las temáticas de las noticias. Este hecho ya viene planteándose desde hace años ya desde la era de la neotelevisión. Cortés decía (1999:23) que "la oferta televisiva se convertía en un gran supermercado donde se mezclaban la ficción con la información, el espectáculo y la publicidad en un todo en el que diferenciar todos los campos se hace casi imposible".

Las informaciones están básicamente construidas utilizando un lenguaje claro y directo, con una duración muy breve con lo que la síntesis es evidente pero no implica que no tengan una carga ideológica. La simplificación fútil y superficial del tratamiento de las noticias donde no se apela a lo racional si no a lo emocional, destinada a un público masivo y heterogéneo con un mínimo denominador común en materia cultural como ya decía Ramonet (1998) entre otros. Un porcentaje elevado de noticias se emiten por la espectacularidad en torno a la idea de narración dramatizada (Ferrés, Bandrés) La espectacularidad puede ser mostrada de varias maneras:

A. dramatización presentando la noticia de forma conflictiva: algunos técnicos de la NBC dicen que "cada noticia de TV debe estar estructurada como un minidrama, con un problema y un desenlace. Con un principio, un medio y un fin". La dramatización implica la personalización de las informaciones. La búsqueda del rostro humano confiere emoción a la información y en consecuencia la convierte en espectáculo –la frialdad o distanciamiento con que se emitió el ataque del 11 de septiembre a las torres gemelas, fue compensado con posterioridad con la personalización de casos muy particulares cuyo fin era la identificación con el espectador-.

B. explotación sensacionalista y morbosa que suele conectar con situaciones de dolor y muerte. La cámara adquiere una mirada de voyeur cómplice de la degradación del ser humano, del dolor, de sentimientos morbosos, trasgrediendo la normalidad y confundiendo la novedad del formato con la temática y el tratamiento elegido. Desde las redacciones de las televisiones se hace una valoración de las noticias con más elementos de este tipo para captar la audiencia.

C. la música suele utilizarse para potenciar la emotividad y aproximar la información al drama de ficción. Desde el momento en que la información se construye como una dramatización este recurso vuelve a ser utilizado a modo de fondo acústico o banda sonora. La música imprime una forma de drama y ritual a las noticias transportando al espectador al campo de lo simbólico (Brandrés y otros 2000).

D. El presentador, su figura en ocasiones también se utiliza para reconfirmar el objetivo dramático –solo habrá que recordar a Rosa María Mateo quitándose las gafas para implementar sus palabras y la atención del espectador-. El periodista situado frente a la cámara, como recurso formal, implica credibilidad y autoridad, por lo tanto servía para dar veracidad y autenticar la noticia.

E. La profusión de efectos visuales y sonoros junto con el ritmo casi vertiginoso dan amenidad y fascinación a los informativos (Galán Cubillo, 2008). En ciertas ocasiones se establece el montaje de la noticia de forma que los cinco primeros segundos estén cargados de elementos acústicos y visuales llamativos –bomba estallando, avión estrellándose, ruidos...-. Los recursos sonoros, por ejemplo el tono de voz, la música conectan con las fibras sensibles del espectador reforzando el carácter dramático.

La espectacularidad es un arma de doble filo pues otorga más interés como elemento motivador y a la vez una pérdida de profundidad y complejidad a las informaciones (guerra del Golfo, por ejemplo).

Cada vez más los programas de entretenimiento y los informativos se acercan entre sí entremezclándose puesto que hay una voluntad explícita de fomentar lo espectacular, el espectáculo, lo que se sale de la normal, de lo habitual, y por tanto con una finalidad de entretenimiento. Todo ello conlleva unos determinados valores cargados de ideología que

muestra tanto como oculta, por ejemplo el ocultar un hecho hace que el que se expicite tenga fundamentación; el máximo bienestar del capitalismo viene de la mano de la ocultación de la pobreza o presentarla como algo natural, es el mejor medio para no cuestionar el sistema (Ferrés).

La decodificación, valoración y análisis de los datos extraídos sirvió de base para la elaboración de los resultados y conclusiones obtenidos

4.3. Datos, tablas y cuestionarios

Hay que especificar que los datos que se aportan a continuación forman parte de una investigación más amplia cuyo objeto de estudio fueron los informativos emitidos por las 6 cadenas nacionales (TVE, Antena 3, Cuatro, Tele 5, La Sexta). A luz de los resultados de dicho estudio, aportamos aquí los datos obtenidos de la televisión pública (TVE) y de la cadena privada Tele 5, fundamentadas en las siguientes razones metodológicas:

El análisis de contenido se ha realizado sobre una muestra que comprende una semana de emisión de Noticias Telecinco y Primera edición del Telediario TVE-1, concretamente del 19 al 23 de octubre de 2009. La muestra coincide con una serie de casos de corrupción política a nivel nacional, y de la aprobación de los presupuestos generales del Estado, así como los diferentes acontecimientos relativos al secuestro del pesquero *El Alakrana*.

Los siguientes criterios son lo que se han utilizado para clasificar las diferentes noticias o piezas de los informativos:

A) Temática

A.1) Política. Se considerará pieza de temática política toda aquella en la que intervengan actores políticos, ya sean cargos institucionales del ámbito nacional como internacional. La aparición de cualquier cargo político en la pieza supondrá inmediatamente su clasificación como noticia política prevaleciendo sobre las otras posibilidades.

A.2) Economía. Todas aquellas noticias relacionadas con el tema económico que no cuenten con la aparición de un cargo político.

A.3) Sucesos y tribunales. Todas las noticias en las que la temática gire en torno a un suceso, ya sea una catástrofe natural, accidentes de tráfico, atentados... todo en el ámbito nacional.

A.4) Internacional. Cualquier hecho noticioso, exceptuando los temas políticos y económicos, que ocurran fuera de las fronteras nacionales como por ejemplo un atentado, una catástrofe natural, la liberación de un preso político...

A.5) Cultura y sociedad. Noticias relacionadas con temas culturales, descubrimientos científicos, cine, arte en general, noticias propias de la prensa rosa...

A.6) Medio Ambiente. Noticias relacionadas con la protección de la tierra.

A.7) Previsión meteorológica: Cualquier pieza en la que el tema central sea el tiempo meteorológico sin incidir en catástrofes.

B) Aspectos Formales de las noticias (Peralta)

B.1) Noticia televisiva con off o VTR.

B.2) Noticias de declaraciones o totales, también conocidas como pastillas.

B.3) Noticias televisivas que utilizan la infografía para mejorar la explicación de la noticia.

B.4) Noticias en las que se recurre a una conexión en directo.

B.5) Noticia televisiva sin off o plató.

B.6) Bloque de breves, integrados por varias noticias de corta duración.

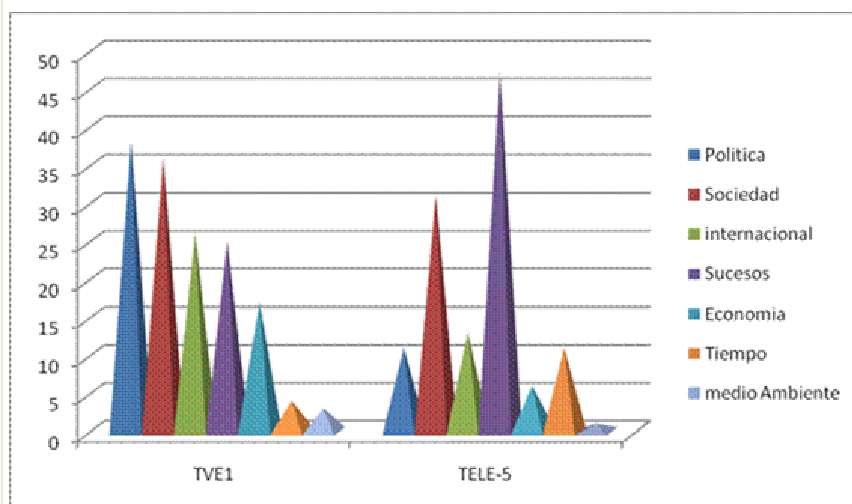
B.7) Noticias sin imágenes, bajo esta denominación se incluyen los speeches iniciales y todas aquellas piezas en las que el presentador tenga el soporte del prompter para locutar la noticia pero no sea tapado por imágenes, no se trata de entradillas que den paso a un vídeo, sino a noticias independientes que no cuenten con el soporte de la imagen.

B.8) Falso directo. Simula una conexión en directo que ha sido previamente grabada antes de su emisión.

4. 3.1. Volumen total de emisión de todas las secciones: número de noticias y porcentaje

TVE-1 es la cadena que más noticias ha ofrecido en la semana de muestra con un total de 154 frente a las 120 de Tele-5. Por secciones o temáticas, la política sigue siendo la que más número de noticias acapara en la cadena pública

con 38, seguida de Sociedad con 36, en tercer lugar Internacional con 26, Sucesos con 25, Economía con 17, el Tiempo con 4 y por último Medio Ambiente con sólo 3. Sin embargo el panorama que ofrece Tele-5 es bien distinto. Sucesos es la categoría temática que ocupa el primer lugar con 47 noticias, seguida de Sociedad con 31, Internacional con 13, Política y el Tiempo con 11, Economía con sólo 6 noticias y por último Medio Ambiente con 1.

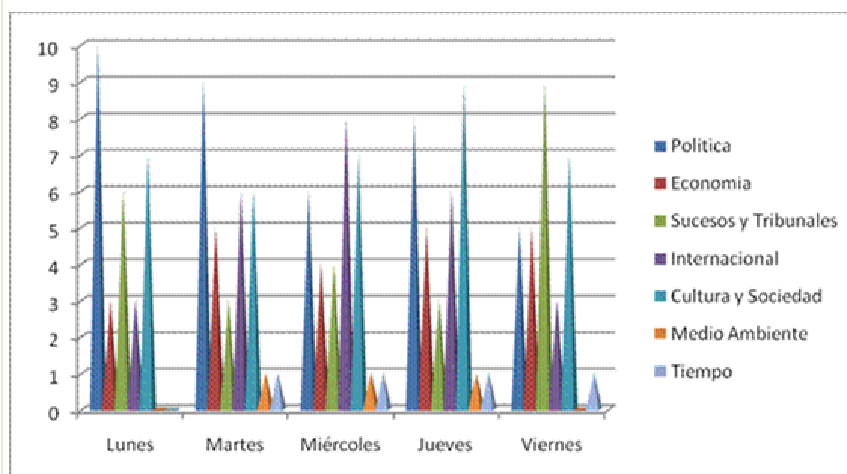


Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Número de noticias por sección por día y cadena

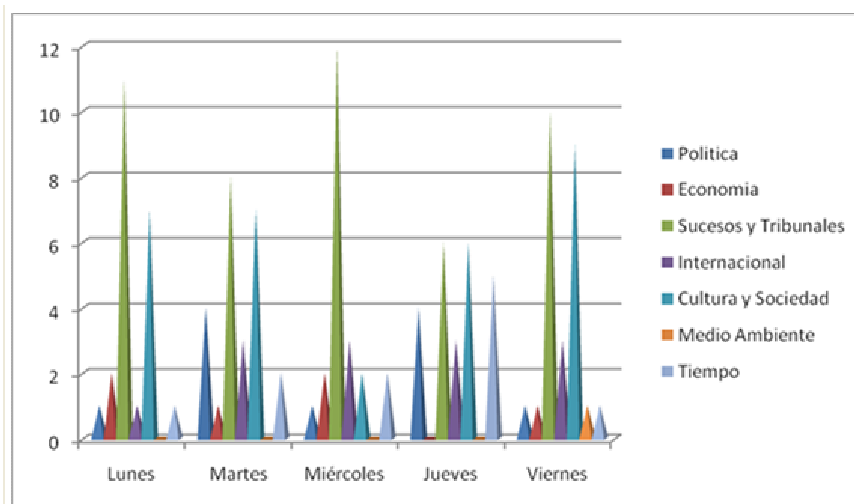
Vemos que la cadena de Tele-5 le da prioridad a las noticias de sucesos y de temática social, frente a la política o la economía que apenas tienen presencia en este espacio de noticias. TVE sigue poniendo el acento en informaciones políticas, económicas, pero con un fuerte incremento de noticias sociales.

TVE



Elaboración propia.

Tele-5



Elaboración propia.

4.3.3. Comparativa en porcentaje de las secciones temáticas en una década

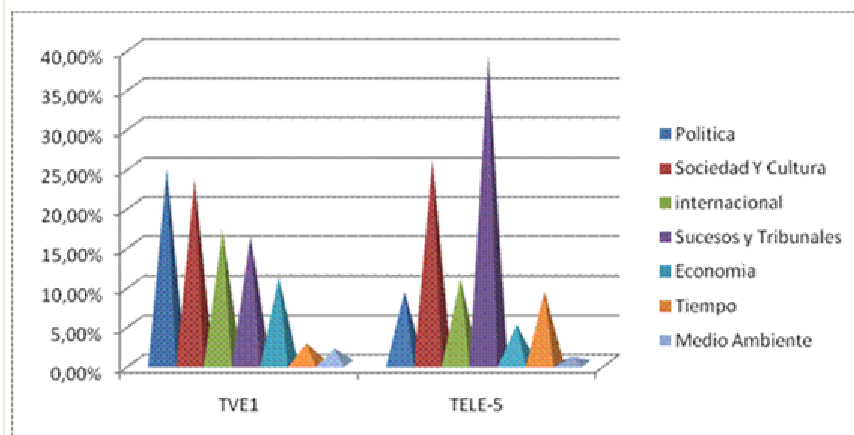
	Tele-5		TVE-1	
	1999 *	2009	1999	2009
Política	20,4 %	9'16%	4,18%	24,67%
Economía	3,5%	5%	13,3%	11,03%
Sucesos	14,2%	39'16%	6,6%	6,23%
Sociedad	19,4%	25'83%	19,4%	23,37%
Medio Ambiente	0'9%	0,83%	0	1,94
Otros/Internacional	6,21%	10'83%	6,7%	6,88%

* "Así se lo hemos contado". Un análisis de los contenidos informativos en televisión: el encuadre de la realidad social. HumaneS, M. L. Universidad de Salamanca

Los resultados del estudio (sólo hemos tomado los datos de TVE y Tele-5, aunque la investigación se llevó a cabo con los informativos de L2 noticias, Antena-3 y Canal plus) realizado en la Universidad de Salamanca hace diez años, nos permite comparar la evolución de la presencia o del incremento de bloques temáticos en las dos cadenas de televisión.

Destacamos el aumento considerable de Tele-5 en la cobertura de temas de Sucesos, casi en un 25% y de Sociedad, con un 6'43%. En la mayoría de los Sucesos en Tele-5 se abordan temas de atracos, bandas organizadas, robos y asaltos a domicilios y violencia de género. Por su parte TVE, ha confeccionado unos telediarios basados en la información política, casi un 20% más que hace una década, pero sobre todo las noticias de aspecto social han ganado presencia en la parrilla de la televisión pública, un 4% con respecto a las demás secciones temáticas

4.3.4. Porcentajes de temas semanal



Fuente: Elaboración propia.

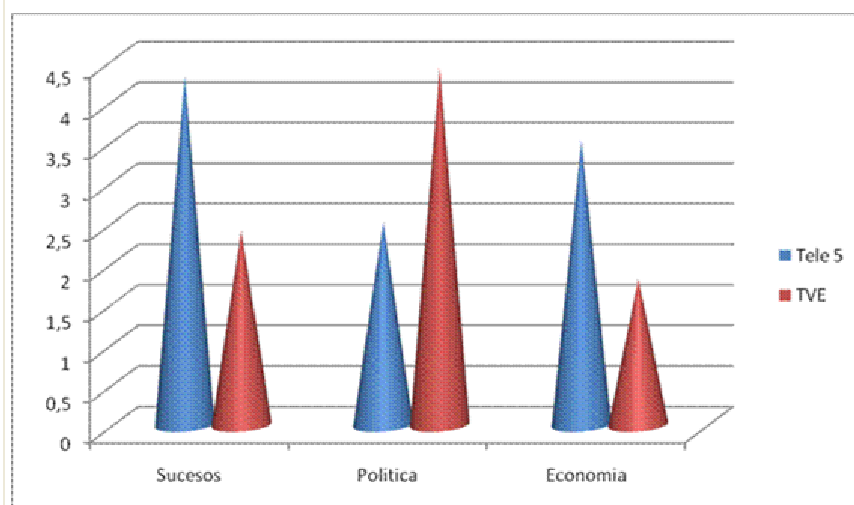
Este gráfico viene a constatar los datos comentados anteriormente. La cadena privada apenas centra el interés en temas relacionados con la Economía (aprobación de presupuestos, crisis en el sector del automóvil...) o la Política nacional (caso Gürtel, modelo de financiación autonómica), y sí pone el acento en temas sociales como la convivencia entre la población, problemas con la drogadicción, temas taurinos o del séptimo arte. Los bloques de Sucesos y Sociedad vertebran toda la escaleta de los informativos de Tele-5. Pese a que temas de Sociedad han ido adquiriendo un peso mayor en el espacio de noticias de TVE, la Política y la Economía, acompañada de noticias Internacionales, siguen siendo el eje central del informativo. El aumento de duración del propio programa ha posibilitado que la cultura, los temas sociales ocupen un lugar destacado en el último tramo del mismo.

4.3.5. Resultados sobre la construcción de la información

a) Fragmentación o Serialización de las noticias. Esta es una característica general a todas las cadenas. Fragmentan las noticias en varios días de la semana aportando cada día pequeñas píldoras de información. Estaríamos ante un formato de telenovela.

Así en Tele-5 de las 120 noticias que componen el total de la muestra, 10 han sido fragmentadas lo que supone un 8,33%. 6 de ellas son de Sucesos, 3 de política y 1 solamente de Economía. Cabe destacar la noticia de la corrupción el ayuntamiento de Elegido que fue serializada durante cuatro días con píldoras de información sobre la renta per cápita del pueblo, o los testimonios de los habitantes del pueblo. Otro caso lo encontramos en el secuestro del pesquero El Alakrana, o la detención de bandas albanesas que actuaban en varias ciudades españolas.

Los resultados de TVE en este aspecto son parecidos a los de Tele-5. De las 154 noticias, 16 de ellas fueron fragmentadas, lo que supone un 10,38% donde la Política ocupa el primer puesto con 6 noticias, seguida de la Economía con 3, y a partes iguales Internacional, Sociedad y Sucesos con 2 y por último el tiempo con 1.



Fuente: Elaboración propia.

b) Personalización de la información: Los personajes en las noticias adquieren protagonismo frente al objeto informativo que queda relegado a un segundo plano. Se realiza en algunas ocasiones la construcción de la noticia en primera persona. Se produce la personalización de la emotividad, con los sentimientos, con la tragedia. Se pretende una solidaridad por parte de la audiencia con el personaje anónimo que se ha convertido en víctima o protagonista del hecho noticioso.

Tele-5 personaliza muchas de sus noticias en los bloques dedicados a los Sucesos o a las informaciones más sociales. Encontramos a lo largo de las 120 noticias, 13 de ellas (10,83%) que han sido protagonizadas por personas anónimas, 7 de ellas contadas en primera persona, lo que supone un 5,83%. Noticias con nombre y apellidos que relatan su tragedia; como el caso de Nazaret que cuenta desde el hospital y, en varios días, como la ex pareja de su madre incendió la casa provocando la muerte de la madre y graves heridas a ella misma. O el relato trágico de un padre que narra la violencia del novio hacia su hija con graves palizas, mostrando las secuelas físicas en el cuerpo de la chica. Las 6 noticias restantes (4,16%) se personalizan en temas como los robos, violaciones, parricidios, problemas de salud...

TVE personaliza sus informaciones pero en determinados casos lo realiza con personajes conocidos o famosos como el caso de los cantantes Bisbal o Biurk o la actriz Carmen Maura o los Príncipes de Asturias Norman Foster o David Attenborough. Encontramos de las 154 noticias, 12 personalizadas (7,79%) con temas tan diferentes como el lanzamiento de una marca de ropa de unas reclusas, los trasplantes, o el carnet por puntos de los pescadores.

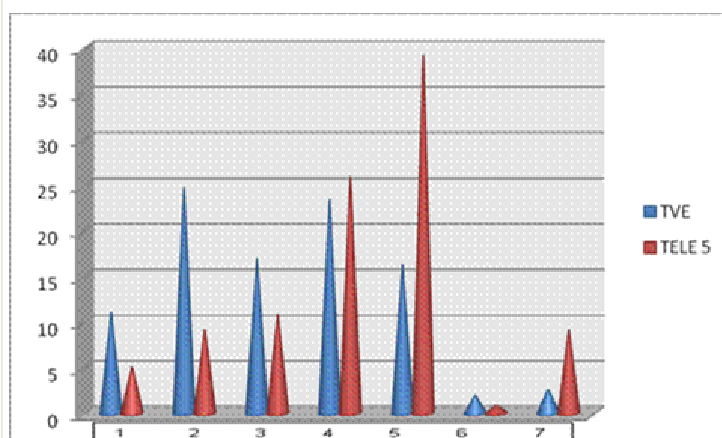
c) Hibridación de géneros: La fragmentación y la personalización de las noticias tiene como consecuencia el mestizaje de las noticias derivando en pequeños docudramas, *talkshows*, reportajes fundamentalmente.

Sin duda Tele-5 es la cadena que introduce nuevos formatos en la presentación de las noticias. La narración en primera persona de las noticias se construye como pequeños talkshow a través de los testimonios de las personas. Así encontramos 7 noticias con temas como la experiencia en una secta satánica, la superación o el tratamiento en el cáncer de mama, la violencia de género. Además, Tele-5 establece en su escaleta muchas noticias sobre robos, atracos, asaltos a casas a través de imágenes cedidas por cámaras de seguridad, Guardia Civil, Mossos D'Esquadra que reconstruyen las acciones y se presentan a modo de docudramas. Al mismo tiempo, se ofrecen noticias complementarias sobre un tema que no queda cubierto con una sola noticia. Ejemplos como los accidentes en los que en varias noticias se analizan las causas, el estado de los heridos, el estado de las carreteras, el número de accidentes en esas fechas, las denuncias de posibles negligencias.....

Introduce también el formato reportaje, que en algunas ocasiones se anuncia como reportajes de investigación (uso de cámara oculta), aunque en realidad se etiquetaría como pseudo reportaje de investigación. Ya que los temas son intrascendentes (industria de la pornografía en Hungría, los peligros de vivir en la calle, las reparaciones 24 horas, o la planificación familiar), no aportar ningún dato de novedad, ni utilizan las técnicas adecuadas.

TVE sin embargo es la cadena que más utiliza el formato tradicional de noticia, aunque también introduce algunas novedades como la autopromoción de programas de la cadena. Ejemplo de ello son las diferentes noticias que se ofrecían del programa Tengo una pregunta para usted. Utiliza también las noticias complementarias sobre algunos temas, sobre todo en Economía y en determinadas ocasiones, algún reportaje sobre temas puntuales, es el caso del 20 aniversario de la concesión del Nobel de literatura a Camino José Cela.

d) Impacto visual en la selección de temas.



1. Economía. 2. Política. 3. Internacional. 4. Cultura y sociedad. 5. Sucesos y tribunales. 6. Medio ambiente. 7. Tiempo.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.6. Formato de las noticias (número de noticias y porcentaje)

	TVE-1	TELE-5
Vídeo	58 – 37,56%	46 – 38,33%
Plató	56- 36,36%	18 - 15%
Pastilla (totales)	8 – 5,19%	2 - 1,66%
Conexión Directo	30 – 19,48%	38 - 31'66%
Falso directo	0	0
Breve	0	24 - 20%
Noticia sin imagen	0	0
Noticias infográficas	0	0

Los informativos suelen combinar diferentes tipos de noticias. Debido al gran volumen de información que tienen las redacciones de los telediarios, se opta por utilizar los plató o colas para dar cabida a más noticias breves y que permiten al mismo tiempo dinamizar la escaleta.

El video es el formato que más se utiliza porque permite profundizar en la información y aportar testimonios y explicaciones en piezas más elaboradas. La característica de inmediatez la encontramos en las conexiones en directo en el lugar de los hechos. Permite actualizar las noticias y ofrecer al espectador mayor verosimilitud en las informaciones.

Si vemos los datos, Tele-5 utiliza la fórmula del vídeo para realizar la mayor parte de las noticias. Podemos detallar

que hay varias modalidades: en 7 noticias el presentador antes de dar paso al video introduce unas pequeñas colas sobre la información que a continuación se detalla en el video. En las 39 restantes el presentador únicamente lee la entradilla que da paso al video. Lo mismo ocurre con las conexiones en directo. En 17 noticias la conexión en directo viene precedida por la entradilla del presentador, en 12 ocasiones la conexión, además de ir precedida por la entradilla, se complementa con un video, y por último en 9 noticias, la entradilla da paso a unas colas sobre la información que se complementan con la conexión en directo y con un video que resume todo lo anterior.

Por su parte TVE-1 también utiliza las colas o el plató en muchas ocasiones, 56 noticias, para dar dinamismo al programa y para poder ofrecer el máximo de información posible. Las noticias de declaraciones, que refuerzan con testimonios las colas son utilizadas en menor medida, en este caso en 8 noticias.

Al igual que en Tele-5 el paso al video a la VTR se puede hacer de varias formas. En 6 noticias las colas precedían a las noticias, mientras que en las 52 noticias restantes la entradilla del presentador es la que daba paso al video.

Las conexiones en directo son una parte fundamental en la pauta de los informativos de TVE. En 16 ocasiones esa conexión solo aportaba la información del corresponsal o del enviado especial desplazado al lugar de los hechos. Sin embargo en 14 noticias, la conexión en directo se complementaba con un VTR.

4.3.7. Aspectos formales de las noticias

Una de las características que apreciamos en la investigación y que forma parte del entretenimiento y de espectáculo que rodea a los informativos, es el recurso a la infografía, a la rotulación, a efectos de postproducción. Un claro ejemplo lo tenemos en las conexiones en directo. En Tele-5 hemos analizado un total de 38 noticias lo que supone un 31,66%. En TVE-1 las conexiones fueron 30 y un 19,48%. La estética de las conexiones en directo ha cambiado. Mientras que antes el periodista permanecía en plano unos determinados segundos y se tapaba la conexión mediante colas, ahora la distribución del plano es diferente. El periodista permanece en primer plano unos segundos y la pantalla se divide mediante un wipe en la que el plano del periodista se coloca en la parte inferior izquierda, dejando el resto para las colas que acompañan a la noticia.

Las noticias de sociedad, cultura y algún reportaje aportan nuevos recursos del género infoentretenimiento. Las imágenes son acompañadas de música, de efectos de iluminación, ralentización de los planos, transiciones y efectos visuales que encadenan las imágenes para conseguir piezas informativas más dinámicas.

Estos recursos proporcionan al periodista una mayor creatividad. Un ejemplo de ello es la noticia que TVE-1 ofreció el 19 de octubre de 2009 sobre el erotismo y el deseo que acogía el Museo Thyssen. El juego de desenfoques, la fusión de varias músicas evocaba el deseo y el erotismo que el periodista quería mostrar en consonancia con la muestra de cuadros.

Otro ejemplo lo encontramos en el reportaje que Tele-5 ofreció el 23 de octubre de 2009 sobre la industria del porno en Hungría. Primeros planos de sugerentes actrices, desnudos, primerísimos planos de bocas, ojos acompañados por músicas insinuantes y planos de que simulaban un rodaje.

Se aprecia sobre todo en Tele-5 la utilización de imágenes procedentes de otras fuentes que no son las propias. Como hemos comentado anteriormente, esta cadena ofrece muchas informaciones sobre robos, atracos, actos violentos que son recogidos por las cámaras de fuentes oficiales como el Ministerio del Interior o Fuerzas de Seguridad del Estado y que refuerzan el carácter dramático o espectacular de la información.

Por último, en la construcción de la información en los telediarios, la estructura es la herramienta que distribuye los contenidos a través de la pauta. Podemos encontrar en primer lugar una estructura informativa que es diferente en las dos cadenas objeto de la investigación.

TVE-1 establece una estructura con estos elementos: Cabecera / Portada / Sumario / Desarrollo / Cierre. Establece un desarrollo bastante lineal de los contenidos. Por su parte Tele-5 aporta alguna novedad con respecto a TVE. Comienza directamente por la Portada / Cabecera / Sumario / Desarrollo / Sumario (II) / Desarrollo (II) / Cierre. En varias ocasiones las noticias avanzadas en los siguientes sumarios no son desarrolladas posteriormente en el informativo.

A esta primera estructura le añadimos otras dos. La estructura Narrativa que regula la secuencialidad del relato informativo y la estructura dramática que proporciona el planteamiento, el desarrollo, el nudo-climax y el desenlace de los hechos. La combinación de ambas aproxima el relato informativo a los relatos de ficción: se produce alteraciones en los planos y secuencias que delatan la estructura invertida, propia del cine de ficción. Un ejemplo lo encontramos en las imágenes más impactantes, espectaculares que abren el informativo y que posteriormente se volverán a poner en el orden de la secuencia narrativa cuando se desarrolle la noticia.

Se aprecia una nueva forma de relato en las noticias que componen los informativos. Se buscan las historias más impactantes, las imágenes más espectaculares, la dramatización de los relatos para buscar una solidaridad con los espectadores.

Tele-5 toma como bandera las noticias de Sucesos que provoquen impacto en el espectador, mediante imágenes descriptivas e incluso violentas de los acontecimientos. Se personalizan los sentimientos, la tragedia y se releva a un segundo plano los acontecimientos de la política o de la economía que sí son tratados en profundidad por TVE-1. Su recurso a la espectacularidad es menor, pero enfoca su parte de entretenimiento con más noticias sociales y culturales aderezadas con músicas, transiciones y efectos visuales para hacerlas más atractivas al espectador.

5. Conclusiones

El efecto que los medios de comunicación tienen en la población actual es de boomerang catalizando la forma de vida y mediatizándola. El público está siendo considerado por parte de los grandes grupos de comunicación como un equipo de pruebas a sus experimentos mediáticos. No demanda unos programas determinados sino que consume los productos que están en el mercado puesto que no tiene otras alternativas. Los grandes grupos económicos están relacionados a su vez con el poder político, la representación del mundo, por tanto, está claramente mediatizada a favor de una ideología u otra y por tanto existe un control férreo de la información.

Los medios de comunicación en la actualidad están en su totalidad en manos de grandes grupos de comunicación que tienen vinculaciones políticas e ideológicas. Y los informativos siguen siendo la columna vertebral de las televisiones.

Las noticias de los informativos tratan de crear opinión sobre el espectador y aleccionarle, siendo las visiones muy diferentes dependiendo del lugar de emisión. La ideología subyacente es la que modifica la realidad.

El espectador es tratado como un ser incapaz para la comprensión de los mensajes por lo que habrá que aleccionarle y dirigir su pensamiento hacia un campo político-ideológico u otro, dependiendo de los grupos en los que se generen. Una cuestión evidente es que la neutralidad que deriva del tratar al espectador como ser inteligente y pensante es, hoy día, una utopía. Los grupos de comunicación consideran que el espectador no tiene capacidad crítica con lo cual va a asumir como cierto el discurso elaborado por los medios, sin hacer valoraciones o apreciaciones de los mensajes. Una población sin criterio evidentemente es más manejable.

Relacionado directamente con estas cuestiones está otro factor fundamental que es la lucha por la audiencia. La programación está construida para conseguir el mayor número posible de espectadores y para ello los contenidos se banalizan a la búsqueda de valores discursivos que lleguen al mayor número posible de espectadores.

Y así nos planteamos algunas de las cuestiones más relevantes; ¿deberían ser las audiencias las que marcasen la programación? ¿No habría que hacer una revisión profunda de la situación de los medios de comunicación? ¿Es solamente una cuestión de rentabilidad económica? Y entonces ¿dónde quedan los derechos fundamentales a la información, a la libertad de prensa y demás que se plantean como bases estructurales de funcionamiento en los medios de comunicación?.

Más que hablar de 'sociedad de la información', se hace necesario hablar de 'sociedad del espectáculo'. El poder no es tanto el poder de hacer, el poder político, como el poder contar, el poder mediático.

Bourdieu, por ejemplo, critica la imagen autocomplaciente de la profesión periodística y la escasa o nula aceptación de la crítica, como ocurre en otros 'campos' (cultura, arte, ciencia, etc.), incluso la crítica interna, entre corrientes o posiciones.

El análisis de la profesión, la autocrítica y el cambio de su "capital simbólico" describen la sociología de la acción que conduce a la reinserción del periodismo en la democracia. Y esto nos llevaría a reflexionar en torno al concepto y las implicaciones que conlleva este término para valorar la situación de los medios de comunicación en la actualidad.

Bourdieu denuncia asimismo el deterioro de la profesión periodística y de los contenidos a través de nuevas prácticas de censura, basadas en la defensa de los intereses de los editores por parte de directores y jefes de redacción promovidos a sus cargos "por su oportunismo y su sumisión".

Hace, así mismo, una apelación a un periodismo de raíces cívicas, que suscite el debate de las ideas y combata el secuestro de los medios y del espacio público de debate por las corporaciones mercantiles. Aunque reconoce que la condición laboral de los profesionales se está debilitando, entiende que es esa circunstancia una de las que contribuyen a restarle independencia, a la práctica de la lealtad con la empresa antes que con la sociedad, porque en ello le va el empleo. Como para las empresas el éxito del periodismo está relacionado con los "ratings" de audiencia y las ventas de ejemplares, ésta nueva escala de valores ha sido asumida por los periodistas, que han abandonado su espíritu crítico como observadores de la realidad. [3]

La programación está configurada, por tanto, con una suavización cultural evidente. Contenidos en ocasiones burdos con el ideal de igualar a la población a la baja con la intención de llegar a un mayor número de población, dicen.

El concepto de la globalización (mal entendida) se ha ido desarrollando buscando consciente o inconscientemente la uniformización. Todo es espectáculo, todo tiene cabida y nada está sujeto a valores que se acojan a las cuestiones relacionadas esencialmente con los derechos humanos a los cuales el ser humano tiene derecho por serlo. La cultura se denigra en favor del entretenimiento fútil.

Se constata que la programación está claramente estandarizada y homogeneizada por la reducción cultural, banalizando la vida y las costumbres.

Todo este panorama lleva a una clara infantilización de la población gracias a la concepción que se da a toda la programación desde los informativos hasta la publicidad, ofreciendo un marco referencial irreal. El principio de la fantasía o del placer se contraponen al principio de realidad. La patología de la que hablan los psicólogos es evidente en el modelo que se pretende transmitir en los medios de comunicación.

La realidad es el ámbito de vida en el que se mueve el ser humano adulto y parte de ese mundo está constituido por fantasías, pero no es el único. El adulto ha de fundamentar su *modus vivendi* en el principio de realidad.

Existen los fracasos y los límites, las enfermedades y la muerte. Los medios de comunicación tienden a prometer y mostrar una vida fácil, en la que los jóvenes son los únicos representantes de dicho modelo en donde impera una felicidad instantánea tendiendo así a perpetuar eternamente al niño. Por ello se habla de una analfabetización evidente.

El control ideológico lleva a la población, poco a poco, a la simpleza y al reduccionismo más absolutos, a confundir la ficción con la realidad y a llevar a la vida conductas que suponen entre otras cuestiones, discriminaciones negativas en cuestiones de sexo.

Si es realmente cierto que las fuerzas de la tecnología - aliadas con las fuerzas de la economía, la ley del beneficio y de la competencia-, amenazan a la cultura, ¿qué se puede hacer para contrarrestar este movimiento?.

La educación desde los parámetros culturales es evidente que es la prioritaria, pero evitando el súper proteccionismo. Una población alfabetizada, culta y crítica es una población rica, dinámica, inquieta y activa en todos los aspectos.

Otra cuestión importante es la propuesta de creación de una plataforma alternativa de crítica y cuestionamiento de los medios. Muchas voces se alzan en pro de ello: Morín, Bourdieu, el científico social Emir Sader, por ejemplo, advirtió que los grandes medios de comunicación privados ejercen un totalitarismo brutal, mediante el que condicionan a los gobernantes a actuar para los intereses de la pantalla chica, y quienes se niegan a hacerlo sufren ataques de discriminación muy fuertes.

Un elevado número de investigadores provenientes de diferentes campos proponen la constitución de algún tipo de mecanismo alternativo a los medios de comunicación que sea capaz de alertar, al menos, de los perjuicios que supone la situación actual hacia el espectador, traídos de la mano de la falta de crítica o autocritica que presentan los citados medios.

Una plataforma independiente del poder, no un Comité de Sabios, que sea capaz de establecer los mecanismos de crítica, como sucede en el resto de los campos de la vida tanto culturales, como sociales o científicos. La programación mediática ha de estructurarse al margen exclusivamente de las audiencias como único índice de medición de la supuesta calidad.

Retomando la idea de Platón que decía había una aguda distinción entre el mundo de los sentidos y el mundo del intelecto: uno puede tener sólo opiniones acerca del primero, pero puede tener conocimiento, una creencia verdadera justificada acerca del segundo. Justamente por esa razón, el mundo inteligible es el mundo real, y el mundo sensible es sólo provisionalmente real, como las sombras en la pared de una cueva. ¿Se está aún en condiciones de conseguirlo?.

6. Bibliografía

Aguaded Gómez, José Ignacio y Díaz Gómez, Rocío (2008): "La formación de telespectadores críticos en educación secundaria", en Revista Latina de Comunicación Social 63, páginas 121 a 139. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 25 de Agosto de 2009 de http://www.revistalatinacs.org/2008/12_19_Huelva/Aguaded.html

Aparici, R. y Marí Sáez, V.M. (2003): *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. UNED. Madrid.

Area Moreira, M. (2005). *La educación en el laberinto tecnológico. De la escritura a las máquinas digitales*. Octaedro – EUB. Barcelona.

Bandrés, E., García Avilés, J.A., Pérez, G., Pérez, J. (2000): *El periodismo en la televisión digital*. Paidós Papeles de Comunicación. Barcelona.

Baudrillard, J. (1991): *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Anagrama, Barcelona.

BORDIEU, P.(1997): *Sobre la televisión*. Anagrama. Barcelona.

Campos Freire, F. (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en Revista Latina de Comunicación Social, 63, páginas 287 a 293. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 5 de Septiembre de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html

Castillo, J. M. (2008): *Televisión y lenguaje audiovisual*. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid.

Castells, M. (Ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial, Madrid.

Cebrián Herreros, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales*. Ciencia 3. Madrid.

---- (2004): *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Paidós. Barcelona.

---- (2005). *Información multimedia. Soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales*. Prentice Hall. Madrid.

- Cortés, J.A. (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la Neotelevisión*. Eunsa. Pamplona.
- De Pablos, J.M. (1999): "Periodismo de investigación: las cinco fases P" en *Sala de Prensa 2*. Año II, Vol. 2, Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos, recuperado el 22 de Octubre de 2009, en www.saladeprensa.org/art21.htm
- (2008): "El 'frenesí comunicativo' como desinformación", en *Comunicar*, Huelva, recuperado 22 de octubre de 2009, en www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista
- Elías Pérez, C. (2004): *Telebasura y periodismo: se deslizan las fronteras*. Libertarias. Madrid.
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*. Paidós. Barcelona.
- Gabelas Barroso J.A. y Marta Lazo, Carmen (2008): "Modos de intervención de los padres en el conflicto que supone el consumo de pantallas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 238 a 252. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 22 de Agosto de 2009, de, http://www.revistalatinacs.org/2008/19_25_Zaragoza/Gabelas_y_Marta.html
- Galán Cubillo, Esteban (2008): "Escenografía virtual en TV. Análisis del uso de escenografía virtual en la realización de un programa de televisión", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 31 a 42. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el 20 de Agosto de 2009 de: http://www.revistalatinacs.org/2008/04/Galan_Cubillo.html
- García Avilés, J. (1999) : "El pseudoperiodismo satírico: un género en alza en la neotelevisión". *Diálogos de la comunicación*, vol. 55. Madrid.
- García Barroso, J. (1996): *La realización de los géneros televisivos*. Síntesis. Madrid.
- (2009): *Realización de Documentales y Reportajes*. Síntesis. Madrid.
- García Canglini, N. (2000): "Para un diccionario herético de estudios culturales". *Fractal* N° 18 julio-septiembre, año 4, volumen V, pp. 11-27. Madrid.
- Gordillo, I. (2004): *Reciclaje e Hibridación en los nuevos formatos televisivos. La Comunicación: Nuevos discursos y perspectivas*. Foro Universitario de Investigación, nº5. Edipo. Madrid.
- Gubern, R. (2004): *Máscaras de la ficción*. Anagrama. Barcelona.
- Gutiérrez, F. (1976): *El lenguaje total. Pedagogía de los medios de comunicación*. Humanitas. Buenos Aires.
- Gutiérrez San Miguel, B. (2006): *Teoría de la narración audiovisual*. Cátedra. Signo e Imagen. Madrid.
- Herrero López, J.M. (2004): *El servicio público de televisión*. Fundación Coso. Valencia.
- Imbert, G. (2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Gedisa.
- Llorens Maluquer, C. y Aymerich Franch, L. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, páginas - pages 62 - 74. Recuperado el 25 de agosto de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/200705Llorens_y_Aymerich.htm
- Ortells Badenes, Sara (2009): La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión. RLCS, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 341 a 353. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 4 de octubre de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html
- Pestano Rodríguez, José (2008): "Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión", publicado en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 453 a 462. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 10 de octubre de 2009, de http://www.revistalatinacs.org/08/38_795_60_TV/Jose_Pestano_Rodriguez.html
- Prado, E. (1999): "Traficantes de emociones". *Diálogos de la Comunicación* vol. 55. Madrid.
- (2003): "La espectacularización de la realidad". Anuario Geca, Madrid.
- Ramonet, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Debate. Madrid.
- Romano, V. (2002): *La formación de la mentalidad sumisa*. Endymión. Madrid.
- Saladrigas Medina, Hilda (2005). "Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos". *Revista Latina de Comunicación Social*, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 10 de Octubre de 2009, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540saladrigas.htm>

Salinas, J.; Aguaded, J. I. Y Cabero, J. (2004). *Tecnologías para la Educación. Diseño, producción y evaluación de medios para la formación docente*. Psicología y Educación. Alianza Editorial. Madrid.

Uribe, R. & Gunter, B. (2007): "Are 'Sensational' News Stories More. Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? A Content Analysis of British TV News", *European Journal of Communication*: Vol 22(2): 207–228.

Verdú, V. (2003): *El estilo del mundo*. Anagrama. Barcelona.

7. Notas

[1] Muñoz García, J.J: (2001) "La intimidad en un mundo globalizado"
http://www.cyara.net/archivo/univ2001/ponencia_01.html (consulta 21-04-2006).


[2] Artículo en El Pais.com de Gérard Imbert: *Telebasura: de la telerrealidad a la tele-ficción*. 10 de enero de 2001.
http://www.almendron.com/politica/pdf/2005/spain/sapin_1801.pdf

[3] www.infoamerica.org/teoria/bourdieu1.htm (consulta el 25-05-2009).

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Gutiérrez San Miguel, Begoña et al (2010): "El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 126 a 145, recuperado el ____ de ____ de 2____, de
http://www.revistalatinacs.org/10/art/888_Salamanca/10_Begona_Gutierrez_et_al.html
DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-888-126-145

Nota: el DOI es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.

Para enviar el artículo a una persona interesada, pincha en el sobrecillo:  COMPARTIR 