

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITÉCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Estudio del sensacionalismo en los principales informativos de USA y España.”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Paula González Havarro

Tutor/a:

Esteban Galán Cubillo

GANDIA, 2013

Resumen

En el presente trabajo presentado llevaremos a cabo una investigación sobre la relación existente entre el sensacionalismo y el modus operandi en los dos informativos de más audiencia tanto en España como en EEUU.

En cuanto a la aportación empírica hemos diseñado un libro de códigos que nos ayudará a identificar cuáles son los recursos técnicos más empleados donde podremos observar una presencia del fenómeno anteriormente mencionado. Esta observación nos dará las claves para establecer una comparación entre las cuatro cadenas para extraer conclusiones a un nivel tanto nacional como internacional que podría determinar alguna de las claves de su éxito.

Palabras clave: informativos, sensacionalismo, éxito, sociedad, televisión, noticias.

Abstract

In the following project presented we will figure out a research about the current relation between the sensationalism phenomenon and the operandi mode in two of the most watched news programs in the United States and Spain.

Making the contribution of our codebook it will help us to recognize the technical resources more used where we can find presence of the phenomenon. The observation process will give us the appropriate key tools to establish a comparison between the four channels analysed to determine their strategy success.

Key words: News, sensationalism, success, television, news.

ÍNDICE

Introducción	Pág.3-6
Marco Teórico	Pág.6-14
• Víctimas	pág.10-11
• Famosos y héroes	pág.12
• Comunidades en peligro	pág.12
• Titulación	pág.13
• Personalización y dramatización	pág.13-14
• Fragmentación	pág.14
• Planificaciones de cámara	pág.14
• Efectos de postproducción	pág.14
Motivación y objetivos	Pág.15
• Objetivos principal	pág.15
• Objetivos secundarios	pág.15
Metodología	Pág.15-18
• Exploración Bibliográfica	pág.16-17
• Observación	pág.17
• Recogida de datos	pág.17-28
• Análisis	pág.18
Materiales y recursos empleados	Pág.19-20
Ficha técnica	Pág.21-24
Resultados	Pág.24-26
Análisis de datos	Pág.26-35
Conclusiones	Pág.35-40
Bibliografía	Pág.41-42
Glosario	Pág.43-44

Introducción

Los recientes hechos en Turquía del pasado mes de Mayo¹ o el vestido de Catherine Middleton², son solo ejemplos de cómo la televisión es capaz de causar un impacto en los telespectadores tanto a grande como a pequeña escala.

No resulta extraño este impacto si consideramos que la televisión es el medio proveedor de información más recurrido por la mayoría de la población Europea (según un estudio llevado a cabo por la Open Society Institute en 2005.³)

“Con la televisión, la autoridad es la imagen en sí misma. Es la autoridad de la imagen. No importa que la imagen pueda engañar aún más que las palabras. Lo esencial es que el ojo cree lo que ve; y por tanto la autoridad cognitiva en la que más se cree es en lo que se ve” (Sartori.G,1997.pág.72)

Vivimos en un mundo de compleja estructura donde la información se entrecruza con otros menesteres, se pierde, se añade, se convierte. Los telespectadores encienden la televisión, se sientan en su sofá y pasan a ser un sujeto pasivo ante un bombardeo de noticias, entretenimiento y contenido. Tal es su magnitud de alcance que algunos teóricos sostienen que la televisión es el medio con mayor capacidad de influencia social.

Este poderoso medio ha sido definido de muchas maneras a lo largo de la historia, en las últimas décadas se ha acuñado un nuevo concepto, la neotelevisión. Definido como la

¹ Las protestas en Turquía se iniciaron el 28 de mayo de 2013. Llamada el “Mayo del 68 turco” por su dimensión, dio la vuelta al mundo por los medios de comunicación internacionales y las redes sociales. En cambio los medios de comunicación turcos por temor al gobierno se mantuvieron ausentes y lejanos a la realidad social que se vivía en su propio país.

² El 20 de agosto de 2013 los duques de Cambridge posaron con el recién nacido George Alexander Louis, príncipe de Inglaterra. El vestido de Catherine Middleton fue agotado en tan solo dos horas tras la publicación de la foto.

³ Daya Kishan Thussu. (2007): the news as entertainment: the rise of global infotainment..Londres:Sage publications Ltd.

situación actual televisiva que se hizo evidente ante la desaparición de la separación entre las noticias y la ficción, entre la interpretación y los hechos, entre espectáculo y realidad, entre el accidente y la delincuencia y el comentario, y entre reproducción y valoración.⁴

Parece ser que este fenómeno se produce diariamente de una manera rápida e inconsciente para el telespectador. Pero este sujeto no será tan fácilmente entretenido para dejarse a merced del medio. Resultará difícil pues, que sentado en su sofá con multitud de canales a su disposición no se aburra y acabe haciendo zapeo. Es este temor lo que incita a las cadenas a inventar nuevas fórmulas para seducir a la audiencia desde los comienzos de la televisión.

Como la autora de "Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization"(Gutierrez B.2010) señala, en los años 60 y 70 predominaba en España el concepto de informativo como sinónimo de "ventana a la realidad" y "objetividad" relativa. Pero entre los años 80 y 90 hubo una "manipulación" de la opinión pública y un reduccionismo de los valores y cuestiones culturales. La noticia se construye como un espectáculo dramático, basadas en imágenes morbosas que apelan la emoción. Formula usada para atraer al público.

“En la actualidad la información es un docudrama con principio, nudo y desenlace, con protagonistas y antagonistas que ensalzan la visión del héroe.” (Ib.)

Al parecer esta opinión se convirtió en algo generalizado por el público que evolucionaba con la línea histórica del tratamiento de la información por los informativos. Estas opiniones quedaron reflejadas en el siguiente gráfico que se realizó durante los años 1989,1997 y 2009 a más de 250 personas en España:

⁴ Gutierrez San Miguel, B.(2010): "Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization". RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, páginas 65, 126 a 145. La Laguna (Tenerife): Universidad de la laguna. Online:http://www.revistalatinacs.org/10/art/888_Salamanca/RLCS_art888EN.pdf

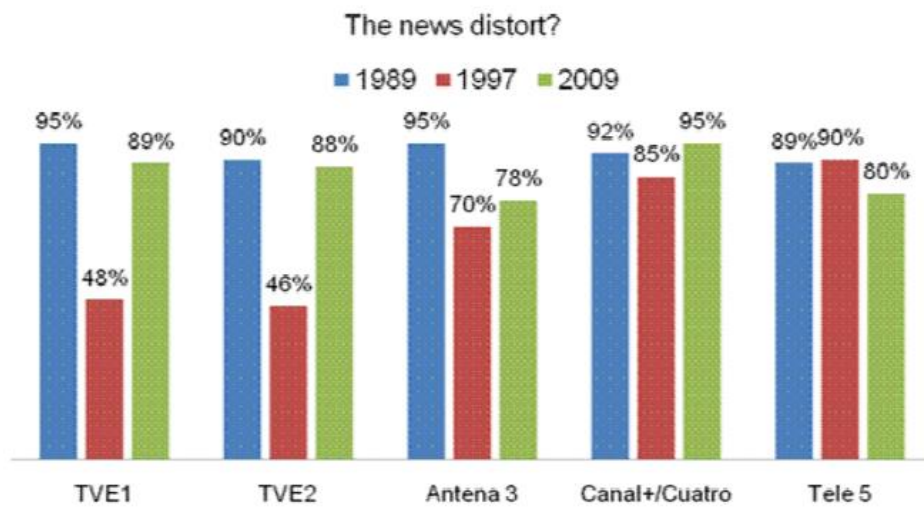
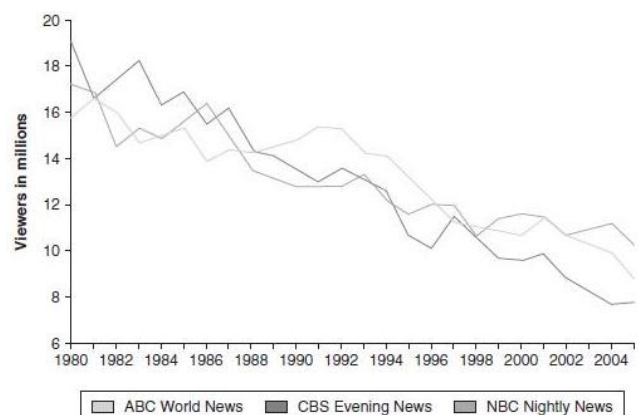


Figura 1. Fuente obtenida de *Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization* por Begoña Gutierrez publicado por la revista latina online en el año 2010.

Ante la pregunta: ¿crees que las noticias distorsionan la realidad? el gráfico representa la opinión pública. El estudio llevado a cabo demuestra como aquel primer término acuñado como “ventana a la realidad” o “objetividad relativa” se perdía con la evolución histórica de las cadenas televisivas.

“Con la llegada de las nuevas cadenas supuso el fin del monopolio televisivo y con ello, la aparición de la mercantilización de la información. La necesidad imperiosa de reinventar los formatos y los géneros periodísticos para atraer a la audiencia que surge a raíz de la expansión mediática, hacen replantear a los medios las funciones clásicas de la televisión: informar, formar y entretener. La competencia y el ansia de liderazgo difuminan las fronteras entre los formatos televisivos, y a su vez; entre el periodismo y el sensacionalismo” (García Avilés, 2007:35).

Como prueba de ello, el gráfico a continuación nos muestra la caída en número de la audiencia en diferentes cadenas estadounidenses entre los años 1980 y 2004.



¿Dónde comenzó esta nueva fórmula? ¿De qué se trata y que recursos emplea? ¿Ejerce un verdadero poder? ¿Tiene consecuencias positivas para la industria televisiva? En las siguientes páginas intentaremos encontrar la respuesta a las preguntas planteadas.

Marco Teórico

Ámerica 1985, ilustrada en la película de Orson Welles “El ciudadano Kane” quedó reflejada la guerra de la prensa “amarilla” que tuvo como protagonistas a Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst, magnates de la prensa estadounidense capaces de inventar conflictos y guerras inexistentes con el propósito de vender sus rotativos.

Sin embargo, la existencia de la prensa amarilla (el género periodístico inicial que marcaría un hito en el tratamiento de la información) se remonta con anterioridad en este medio .Concretamente alrededor de 1830 y se mantiene hasta nuestros días por los cuantiosos beneficios que ha proporcionado. Viendo en él una forma de seducir al espectador por la espectacularización de las noticias, es un tipo de periodismo que ha desembocado en un fenómeno mediático que muchos investigadores no han podido pasar por alto: el infoentretenimiento.

El hecho de que las televisiones se decanten cada vez más por seguir los patrones de un modelo “tabloidizado” despierta el interés de los investigadores, que no solo analizan la calidad y la diversidad de la información, sino también qué efectos causa en la sociedad.

El modelo “tabloidizado” del que se habla responde al anteriormente mencionado infoentretenimiento; que se ha consolidado como “un nuevo género periodístico que aúna en un mismo espacio aquellos rasgos propios de los programas informativos tradicionales con características inherentes al género del entretenimiento. Se implanta

así una nueva lógica informativa en la que los temas más suaves, con enfoques humanos prevalecen por encima de aquellas temáticas duras”⁵ (Ortells, 2011)

En España, el infoentretenimiento empezó a partir de 1993, momento en que Telemadrid lanza un nuevo concepto de programa informativo pensado para entretener al público, Madrid Directo. Este formato pionero será imitado posteriormente por las principales televisiones públicas del estado como En directo de TV3, En connexió de Canal 9, Andalucía directo de Canal Sur o España directo en TVE.⁶

Sobre este nuevo género surgido por la creciente competencia entre cadenas se han hecho numerosos estudios e investigaciones. Estos estudios abarcan desde infoentretenimiento hasta los subgéneros derivados a partir de este. Una de estas derivaciones es el sensacionalismo, tema sobre el que se centra el presente trabajo.⁷

El sensacionalismo es definido por algunos investigadores de los medios como “la modalidad periodística (y discursiva por tanto) que busca generar sensaciones- no raciocinios-con la información noticiosa”⁸(Villanueva,T. 2002.Nº 45). O definido por otros como aquel que narra acontecimientos relacionados con tabúes del espacio público de una manera que obtura intencionalmente la "racionalización" de esas cuestiones por parte del público⁹.

Acusado de obturar el raciocinio Luka Brajnovic otorga otro punto de vista. Según el autor en su libro Deontología periodística, hay una distinción entre un sensacionalismo moderado y otro exagerado .Este último es acusado de “adulterar la verdad con el fin de provocar efectos extrainformativos”(1978:147).Sin embargo, de acuerdo con el autor

⁵ Ortells Badenes, Sara(2011) : Información política e infoentretenimiento en televisión: visiones contrapuestas de un problema complejo. RLCS,Revista latina de la Comunicación social. III Congreso internacional Latina de comunicación social- III LCS- Universidad de la Laguna(Tenerife).
Online: http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IIIILCS/160_Ortells.pdf

⁶ Ortells Badenes, Sara: La redefinición de los géneros periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio.
<http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf>

⁷ Uno de los investigadores que destacamos es Gastón Cingolani por sus numerosos trabajos de investigaciones publicados en esta área. Entre los que destacamos “El juicio de gusto sobre el periodismo serio y sensacionalista. Notas para un análisis en reconocimiento de los canales de noticias” en la revista electrónica Question en el año 2001 o la monografía “Discursividad televisiva” en 2006.

⁸ Torrico Villanueva, Erick.R: El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis”. Sala de Prensa, nº 45,Julio,2002,año IV,vol.2
www.saladeprensa.org

⁹ Fernandez Pedemonte,Damián: La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales.Bueos Aires.La Crujía,1999.254p.

los medios de comunicación están en su legítimo derecho de usar estrategias para aumentar sus ventas; siempre que no conviertan un sensacionalismo moderado en exagerado, hueco y antiético.

De una manera u otra, si algo queda claro es que las diversas definiciones y concepciones de los teóricos en cuanto al sensacionalismo enfatizan la intencionalidad de éste fenómeno en causar un impacto, emoción o reacción en el perceptor del mensaje periodístico.

En la agenda diaria de los informativos diversos profesionales se encuentran detrás de las cámaras para dirigir, organizar y estructurar los sucesos que se convertirán en noticias. Estas noticias junto con los recursos utilizados en ellas, será el discurso mediático que llegará a los espectadores donde la huella del sensacionalismo puede estar o no implícita.

A lo largo de la historia, algunos investigadores han identificado los recursos de los cuales el sensacionalismo hace uso o podría manifestarse. Pero a veces éstos teóricos no terminan de ponerse de acuerdo y han situado a las noticias de interés humano en diversos grupos con denominaciones generalmente demasiado amplias e imprecisas.

Sin embargo John Langer autor de “La televisión sensacionalista: el periodismo popular y las otras noticias” es uno de los investigadores que más ha indagado en el estudio de las noticias sensacionalistas, creó un nuevo concepto, las historias tipo. Estas historias son noticias de interés humano que por su naturaleza poseen un contenido diferente pero tomarán una forma similar para ser situadas en un contexto comprensible para el espectador.

En este trabajo debido a la necesidad básica de establecer una clara estructura con el fin de analizar el discurso mediático hemos basado la clasificación de las noticias-elemento indispensable en nuestro libro de códigos para analizar- en las historias tipo de Langer, llamadas las otras noticias.

Las otras noticias de John Langer engloba noticias desde la vida de estrellas del mundo de la farándula o la política, a catástrofes naturales y violentas tragedias. La subdivisión

de las noticias de interés humano “historias tipo” se delimitó en tres títulos propios, "las otras noticias", compuesto por:

- Lo especialmente destacable: o conocido también como hechos remarcables; Langer abarcaría en este apartado las noticias acerca de las celebridades, de las vidas cotidianas de los personajes del espectáculo o la gente de élite. En este mismo apartado encontraríamos las noticias de aquella gente corriente que son tratados como héroes por sus logros, esta conversión se denomina “proceso de conversión a personaje destacable”.

- Víctimas: individuos en situaciones adversas que crean una dislocación radical de los procedimientos rutinarios de la vida diaria. En otras palabras, la narración de las tragedias, de los actos violentos y de víctimas.

- Comunidades en peligro: Son situaciones que ponen en peligro a un grupo de personas, que suponen una amenaza para una sociedad o grupo.

De estas noticias de interés humano quedan excluidas las noticias sobre investigación o procesos de delitos, las noticias científicas, culturales, religiosas, de economía o de eventos. Analizando el núcleo de la noticia sin tomar en cuenta las posibles concomitancias de noticias de interés humano que encontremos en ella, siempre que éstas no se conviertan en la propia noticia.

Por ejemplo, una noticia donde la información sobre el hecho delictivo sea el núcleo central- aunque se encuentren rasgos de interés humano en la forma discursiva o material contenido- se excluirá de los tres grupos anteriormente mencionados.

Si por el contrario, la noticia es sobre un hecho delictivo, relacionado con la violencia de género por ejemplo, donde las víctimas cuentan su traumática experiencia y ésta cobra más relevancia que el propio hecho en sí, la noticia será clasificada como noticias de interés humano, en la subdivisión de víctimas.

También podría darse el caso que esta misma noticia se nos presente desde una perspectiva aportada por una tercera persona, de este modo sería clasificada como noticias de interés humano, en la división de víctimas y en la subdivisión de violencia.

1. Víctimas

“Persona que padece de daño por culpa ajena o causa fortuita” (RAE). La descripción recogida por la Real Academia Española nos ofrece una pista interesante sobre la categoría temática de las noticias que acogerá esta subdivisión. Estas historias comprenden las noticias sobre víctimas de sucesos desafortunados, accidentes, violencia y tragedias.

Las historias tipo sobre víctimas se caracterizan por su insistente atención a individuos que, sumidos en el proceso de llevar adelante su vida diaria, se encuentra con un inesperado cambio en los acontecimientos que los atrapa en un estado de crisis del que no pueden salir haciendo uso de sus propios esfuerzos o recursos. Si a estos individuos se les puede situar como personajes de un drama, su papel principal lo constituye su carácter de víctimas.

Existen diversas estrategias para apelar la emoción o causar un impacto en el espectador. Desde la explicación de los hechos de diferentes puntos de vista (ya sea la propia víctima, familiares o testigos), el lugar de los hechos con altares improvisados donde honran a las víctimas o hasta la interpretación o discurso del reportero citando información personal de la víctima que no debería resultar relevante para el hecho en sí.

Las imágenes del lugar de los hechos donde puede haber resquicios del trágico suceso apelan a esta emoción además de aportar credibilidad al informativo. Si fijamos nuestra atención puede que se muestren por ejemplo las velas y las flores depositadas o incluso las trágicas imágenes de accidentes y cadáveres. Éste conjunto es lo que llamaremos “imágenes dramáticas”.

Otro tipo de imagen que apelará la emoción del espectador se encuentra en la correcta elección de la tipología de plano. Por ejemplo si nuestro objetivo es intensificar la carga emocional de la noticia y tenemos un testimonio de lo ocurrido, el operador de cámara

realizará un primer plano de la cara del entrevistado, resaltando sus facciones y ojos que son entendidos culturalmente como las partes más expresivas del cuerpo¹⁰

“El primer plano nos muestra la crisis, el plano medio, no” (Langer J.1998:126)

En resumen, en este tipo de noticias- tipo víctima- confluyen los recursos empleados para la construcción de la historia. Para ello se necesita la interrupción de la cotidianeidad a través de un suceso imprevisto o una desgracia que aqueja a la víctima (como una enfermedad, un maltrato o un estado de pobreza) junto los recursos utilizados-imágenes dramáticas, discurso narrativo o primeros planos- que apelarán a un sentimiento en la audiencia, el sentimiento de identificación o empatía con las víctimas.

2. Famosos, héroes y el proceso de conversión a personaje destacable

Los medios de comunicación toman dos estrategias cuando se trata de los tipos de historia "lo especialmente destacable". Una de las estrategias se cimienta en la humanización del personaje de elite. La otra, la elitización de la persona común.

En el caso de las personas de elite, la meta es humanizar a éstos, convirtiéndolo en una persona corriente como nosotros, con la intención una vez más, de despertar nuestra empatía. Por ejemplo, durante el último revuelo contra la discriminación racial en los EEUU el pasado mes de julio por el asesinato de un joven de color a manos de un seguridad que alegaba defensa propia¹¹. La unión a la causa de la cantante Beyonce generó en algunos medios de comunicación que la noticia fuese ella y no el hecho en sí.

En tanto, la persona común, deja de ser solo un individuo corriente para convertirse en una persona distinta a nosotros, ya sea por el logro, acción o acontecimiento que lo hace especialmente destacable, es decir, lo elitizamos. La audiencia podría simpatizar con

¹⁰ HALL S., CRICHER C., JEFFERSON T., CLARKE J., ROBERTS B.(1978): Policing the crisis: Mugging, The Estate, and law and order, Londres, Macmillan.

¹¹ El caso Zimmerman provocó un gran revuelo en EEUU por el asesinato en alegación de defensa propia de un chico de color a manos de un guarda de seguridad. Para más información: http://www.elmundo.es/america/2013/07/15/estados_unidos/1373867046.html

ella e incluso tomarla como un modelo a seguir despertando la admiración en los espectadores.

Los aspectos destacables de una persona corriente se transforman en noticias de interés humano a través de un recurso fundamental: el uso del superlativo. Aunque el logro realizado tenga antecedentes, no sea original o actual. La construcción de la noticia se encarga de hacerlo un hecho único, aportándole una gran relevancia.

3. Comunidades en peligro

La temática de estas historias tipo fluctúan entre la ruptura de la cotidianeidad de una sociedad, de una crisis o un peligro que acecha y amenaza. Se basa así mismo, en la narración del impacto y en repercusiones para una comunidad.

Para presentar el peligro hay que situar a la audiencia en la escena. Para ello usaremos imágenes de gran impacto acompañadas de un discurso analítico de la situación. Este modelo se sigue tanto para catástrofes de gran escala a catástrofes menores.

La manera de presentación de las comunidades en peligro consiste en situarnos en la escena a través de imágenes de mayor impacto acompañado de un discurso analítico de la situación. Esto se produce con las informaciones de tragedias de gran escala hasta sucesos menores que implican una situación de riesgo que suscita miedo. Por ejemplo un tornado acercándose a una ciudad o las inclemencias del clima suponen un tema muy recurrido.

Muchas veces, no necesariamente existe un acontecimiento que rompe con la cotidianeidad de la armonía de una sociedad, sino que ciertos hechos cotidianos son citados y contruidos como noticias -sin que haya ningún caso particular que lo incite- para mostrar a la población que viven en un riesgo continuo y desconocido. Como por ejemplo el cambio climático, enfermedades o productos habituales y comercializados como el tabaco que surgen de repente para ser motivo de preocupación.¹²

¹² Por ejemplo, el día 15 de julio de 2013 la cadena NBC en su informativo nocturno “nightly news” ponía en alerta la salud de sociedad estadounidense por el excesivo consumo de bebidas gasosas en el país.

Junto con las historias tipo (Langer.J.1998) que nos ayudará a establecer e identificar el discurso de la noticia sensacionalista cabe mencionar a Lozano Rendón y su investigación publicada en 2004 -Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, EEUU y México- nos ayudará a identificar otros de los recursos utilizados por los informativos donde puede existir una presencia del sensacionalismo.

Los recursos escogidos basados en el trabajo de Lozano Rendón son los siguientes:

4. titulación

El grafismo en los informativos tiene una función inicial informativa ya que su función es anunciar y clasificar la noticia. Dándole al espectador la información necesaria para que éste sepa qué se va a tratar.

Sin embargo, su función no solo se reduce a esto. Además es usado por algunos medios de comunicación como forma de captar la atención de los espectadores.

Como no todos los títulos tendrán un carácter sensacionalista, aquellos que si lo posean serán distinguibles por rasgos tales como la ambigüedad, la adjetivación, el juego de palabras con aspectos cómicos, eróticos o trágicos, de acuerdo a la naturaleza del suceso.



Fuente obtenida de NBC "nightly news" durante la observación el día 01 de agosto de 2013.

5. Personalización y dramatización.

Se entiende por personalización y dramatización el énfasis en los individuos. La personalización en este caso sería un factor dentro de la vedetización¹³ que mencionan tanto Pedroso.R (2001) como (Langer.J.1998) en su clasificación de historias tipo ya comentadas. Por esta razón, no nos extenderemos más queriendo destacar el recurso de dramatización.

¹³ PEDROSO, R.N.(2001): La construcción de un discurso de seducción en un diario sensacionalista. Ed. Annablume. San Pablo - Brasil.

La dramatización es el recurso utilizado mediante imágenes, palabras o sonidos que son incluidas en la construcción de la noticia por la finalidad única de impactar o producir un sentimiento al espectador. En cuanto a las imágenes suelen ser de índole violenta o trágica como las imágenes de cadáveres o accidentes. También incluiremos en estas imágenes cuando aparecen testigos, familiares o la propia víctima en situación de desesperación o desamparo.

6. Fragmentación.

La fragmentación, según Lozano Rendón es la presentación de hechos y asuntos en forma de “información cápsula”. Esto significa que no ofrecen a los espectadores opiniones y posturas diversas sobre un mismo asunto. Lo que limitaría el conocimiento real sobre el hecho en sí para el espectador incumpliendo la “ley” de objetividad del periodismo.

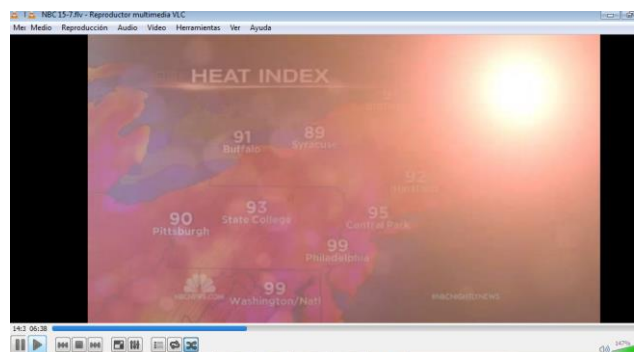
7. Planificación de cámara

La tipología de los planos es otro de los recursos que construyen el discurso audiovisual de una noticia. Cámaras subjetivas, primeros planos, planos detalle, tomas cortas y rápidas crearán un impacto mayor en la audiencia. Además el uso de sonido ambiente sugestivo- entre ellos la exaltación de ruidos de alto impacto, llantos o gritos- tratarán de apelar a la emoción resaltando un aspecto especial de un personaje. Por ejemplo, el plano detalle a los ojos de una persona llorando con voz entrecortada.

8. Efectos de post producción

El uso de cámaras lentas o rápidas, efectos decorativos o música trágica o de espectacularización son algunos de los efectos de post producción empleados que hacen aumentar el nivel de sensacionalismo.

Uno de esos recursos utilizados es por ejemplo, el haz de luz con una trayectoria diagonal que cruza la pantalla que crea expectación(imagen contigua). Emitido por la cadena NBC el 15 de Julio es su informativo “nightly news”.



Motivación y objetivos

La motivación de la elección del tema a investigar se ha dado por el interés en analizar la situación de la programación televisiva actual. Considerando que esta investigación pueda tener relevancia para establecer en la industria televisiva las causas posibles que llevan a un informativo a tener un mayor índice de audiencia. A continuación se exponen los objetivos marcados:

Objetivo principal

Analizar los informativos de dos de las principales cadenas de USA (NBC y CBS) junto con dos principales cadenas Españolas (Antena 3 y TVE) emitidos en prime time. Este análisis trata de ser equitativo por lo tanto la elección de las cadenas viene determinada por el ranking de audiencias de informativos en su ámbito geográfico; encontrándose estas cuatro entre las primeras tres posiciones del ranking. Mi objetivo será determinar el grado de sensacionalismo que existe y de qué manera se ve influenciado su modus operandi.

Otros objetivos

-Con los resultados obtenidos tratar de extraer los rasgos más característicos de la presencia del sensacionalismo en cada uno.

-Basándome en estudios previos realizados sobre el comportamiento de la audiencia de los últimos años respecto a los informativos televisivos, identificar que influencia ha tenido ese fenómeno para la industria televisiva.

-Ofrecer al lector un marco conceptual claro para poder entender el fenómeno del sensacionalismo en los medios y sepa diferenciarlo para poder elegir libremente aquel que más se acomode a su gusto.

Metodología

El conjunto de métodos que conforman la metodología empleada para realizar mi trabajo de investigación es la siguiente:

- Búsqueda bibliográfica
- Observación
- Recogida de datos
- Análisis

La exploración Bibliográfica

Como investigadora novel la búsqueda ha sido el primer paso para llevar a cabo mi investigación científica. Este paso ha sido un punto clave para la creación de ideas y conceptos acerca del sensacionalismo e infoentretenimiento. Pero no solo me ha aportado nuevo conocimiento y enriquecido el que ya poseía. Además la exploración bibliográfica me ha servido para: ser consciente de los diferentes métodos empleados en las investigaciones de referencia, para contextualizar el problema y debates surgidos en la actualidad y las diferentes maneras de abordarlo.¹⁴

Mi búsqueda bibliográfica se inició con la historia de la televisión y el sensacionalismo, ésta última me ayudó a conocer el origen y la razón éste fenómeno. Queriendo destacar por la gran relevancia en esta investigación a “Thussu,D.(2007): The news as entertainment: The rise of global infotainment” y el artículo de “Gutiérrez San Miguel, B.(2010): "Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization” que me aportaron la información necesaria para conocer el origen y evolución del sensacionalismo en EEUU y España.

Tras esta búsqueda sobre el origen procede seguir buscando información acerca del fenómeno en un contexto actualizado, cuyos pilares fundamentales son los anteriormente mencionados Langer J.(1998): La Televisión sensacionalista: el periodismo popular y las "otras noticias" y Rendón J.C.(2004) con su investigación “La espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos Y México”.

¹⁴ Si es de interés conocer más acerca de la necesidad de definir una metodología y la importancia de la búsqueda biográfica como punto clave en una investigación destacamos a Hungler Polit que nos ofrece un conocimiento completo en esta área. Destacando su monografía “investigación científica en ciencias de la salud”.

En tercer lugar, una vez obtenida toda la información el siguiente paso es realizar el “codebook” o libro de códigos donde se establecen los recursos narrativos audiovisuales que habrá que analizar durante la observación.

Una vez en el libro de códigos quedan perfectamente claros los puntos a analizar habrá que estudiar el comportamiento de la audiencia de los últimos años para saber cuáles son los dos informativos de más audiencia en España y Estados Unidos. Para ello nos servimos de estudios, estadísticas y rankings que se publican en las webs especializadas en la materia.

Este criterio es justificado por el interés en la identificación de las estrategias narrativas vinculadas al infoentretenimiento. Elegimos aquellos informativos de más audiencia para establecer si puede existir una correlación entre el sensacionalismo y el éxito de éstos.

La observación

Es la primera forma de contacto o relación con los objetos que van a ser estudiados. Constituye un proceso de atención, recopilación y registro de información. Durante este proyecto, la observación ha sido uno de los puntos clave .Se ha Llevado a cabo un proceso de observación de los informativos emitidos por las cadenas Antena 3, TVE, NBC y CBS durante 28 días, entre el 13 de Julio y el 9 de Agosto. Llegando a visualizar y analizar un total de 112 informativos de diversa duración que abarcaran de media entre 20 minutos y 55 minutos cada uno. ¹⁵

Recogida de Datos

Para llevar a cabo un trabajo de investigación el investigador cuenta con gran variedad de métodos para diseñar un plan de recolección de datos. Las tres principales técnicas son:

1. Los auto informes o informes personalizados.

¹⁵ Se toma en cuenta que los resultados obtenidos pueden estar condicionados por la estacionalidad. Es decir, el periodo estival podría hacer que la selección de noticias y la manera de presentarlas puedan variar. Sin embargo, como la muestra está obtenida en fechas de forma simultánea los resultados obtenidos son validables quedando para futuras investigaciones la tarea de corroboración de estos datos en otros periodos del año.

2. La observación.
3. Las mediciones bio-fisiológicas.¹⁶

Durante nuestra investigación, aunque ésta posee aspectos cualitativos, se ha realizado una recolección de datos de manera cuantitativa debido a que las técnicas propias cuantitativas son más precisas y objetivas. Es por esta razón que se ha valido de la técnica de la observación con parámetros definidos a seguir, quedando registrados los resultados en el libro de códigos.

Análisis de los resultados

Una vez se ha realizado la recopilación y registro de datos, estos deben someterse a un proceso de análisis o examen crítico y objetivo para establecer las respuestas a las preguntas planteadas al inicio de la investigación.

¹⁶ Julio Cabrero García y Miguel Richart Martínez en Metodología de la investigación I.2013
http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_9.htm

Material y recursos empleados

Codebook o libro de códigos

Cadena:	Fecha:	Horario:
Presentador:	Colaboradores:	Colaboradores:
Victims: Tragedy/violence/ Personal stories as victims	Tragedia: Violencia: Víctimas:	N° :
Hechos remarcables: Famous/ordinary people as heroes,(Personal stories)	Famosos: Héroes:	N°:
Comunidades en riesgo: Healthy/Politic situation/wars/ Threats /nature effects.	Salud: Tensión Política: Guerras: Amenazas: Catástrofes Naturales:	N°:
Otras: Investigation/ Religion/ Events/ Others.	Investigación: Religión: Eventos: Economía: Científico: Otras:	N° :

Otros Recursos

Títulos	
Ex:	
Ex:	
Ex:	

Dramatismo:	
Música	
Imágenes	

Fragmentación	
Conflicto?	
Nº Punto de vista:	
Conflicto?	
Nº Punto de vista:	
Conflicto?	
Nº Punto de vista:	

Planos	Nº total:
Tipo	

Efectos	
Sonido:	
Visuales:	

El codebook o libro de códigos ha sido un recurso necesario pues gracias a él se han establecido los parámetros a seguir durante el proceso de observación. El libro de códigos nos ha ayudado a ser más objetivos y centrarnos en los puntos establecidos basándonos en las teorías de John Langer y Lozano Rendón.

A continuación procederemos a presentar las cuatro cadenas de las cuales se han realizado la observación atendiendo al ranking de audiencias. Esta información ha sido extraída de las propias páginas web de cada cadena siendo de utilidad para establecer un conocimiento previo antes de indagar en los resultados obtenidos por cada una.

Ficha técnica.



Inicio de transmisiones: 25 de Enero de 1990.

Programación: Generalista.

Propietario: Atresmedia Corporación

Cuota de pantalla¹⁷ : 13% Julio del 2013.

Informativo Analizado: Noticias 2.

Horario de emisión: 21 horas.Prime Time.

Duración: 45 min (excluyendo deportes y tiempo)

Ganadora de 8 premios al mejor informativo diario.

Imagen representativa del telediario:



Nombre: Monica Carrillo.

Oficio: Presentadora.

Desde 2006 hasta la actualidad.



Nombre: Matías Prats.

Oficio:Presentador.

Periodista Antena 3 desde
1998.

Reporteros:

Jose Ángel Abad, María José Zamora, María Rey, Sara Moreno, Ester Llobet, Marla Cheda, Sonsoles Moralejo, Angi Rigueiro, David Carracedo, entre otros.

¹⁷<http://www.formulatv.com/audiencias/> (29-07-2013)



Inicio de transmisiones: 28 de octubre de 1956.

Programación: Generalista.

Propietario: Gobierno de España. Cadena pública.

Cuota de pantalla¹⁸ : 16,4% Julio del 2013.

Informativo Analizado: Telediario 21 horas.

Horario de emisión: 21 horas. Prime Time.

Duración: entre 50-55 min sin incluir deportes y tiempo.

Imagen representativa del telediario:



Nombre: Marta Jaumandreu.

Oficio: Presentadora.

Desde el 2012, fue destituida
Temporalmente.



Nombre: Marcos López.

Oficio: Presentador.

Desde Enero 2013.

Reporteros:

Rosa Correa, Oscar Millajo, Ana Gijón, Estrella Moreno, Óscar Millajo, Mar Marín, Luis Lanes, Marisa Rodríguez, Olga Rodríguez, Inés de Diego, Salvador Sanchez, María Seren, Estrella Moreno, Yolanda Álvarez, Merche Basadre, entre otros.

¹⁸ <http://www.formulatv.com/audiencias/> (29-07-13)



Fundada: en 1926 en EEUU.

Inicio de transmisiones: 30 de Abril de 1939.

Programación: Generalista.

Propietario: NBC Universal.

Informativo Analizado: Evening news.

Horario de emisión: Prime Time.

Duración: 20-21 minutos en total.

Imagen representativa del telediario:



Nombre: Brian Williams.

Oficio: Presentador.

Desde el año 2004.

Reporteros:

Mike Seidel, Tom Costello, Michelle Franzen, Miguel Almaguer, Andrea Mitchell, Keir Simons, Kristen Welker, Chris Jansing, Jhon Yang, Ann Curry, Lester Hold como reportero y presentador en sustitución, entre otros.



Inicio de transmisiones: 27 de Enero de 1927.

Fundada: William S.Palley.

Slogan: “Only CBS”.

Programación: Generalista.

Propietario: CBS Corporation.

Informativo Analizado: Evening news.

Horario: Prime Time.

Duración: 20-21 minutos total.

Imagen representativa del telediario:



Nombre:Scott Pelley.

Oficio: Presentador.

Desde el año 2011.

Reporteros:

Terrell Brown,Manuel Bojorguez, Jeff Pregues, Clarisa Ward, Seth Doane, Major Garret, Debora Patta,Dean Reynol,Don Dahler, entre otros

Resultados

Resultados

Para hacer una lectura más fluida del este proyecto los resultados registrados en el libro de códigos de manera detallada quedarán reflejados en los anexos uno y dos, adjuntos a

este documento. Así pues, hemos construido las siguientes tablas resumen con los resultados obtenidos de manera cuantitativa.

	Antena 3	TVE	NBC	CBS	Total
Víctimas	96	100	47	62	305
Hechos remarcables	61	82	87	71	301
Comunidades en riesgo	135	196	105	115	551
Otras	149	212	61	62	484
Total	441	590	300	310	1.641

Estos resultados han sido obtenidos durante la observación de noticias de interés humano (que quedan reflejados de manera más detallada en el anexo 1). En ellos podemos observar los resultados obtenidos tanto a nivel individual como colectivo en cada tipología de noticia, tanto aquellas que cumplen los parámetros de noticias sensacionalistas como las que se escapan a esta definición¹⁹

Uso de operaciones de cámara:

	Antena 3	TVE	NBC	CBS	Total
Primeros planos	1527	2065	908	757	5257
Planos medios	1248	1661	603	525	4037
Planos generales	1791	2489	1069	1076	6425
Total	4566	6215	2580	2358	15.719

En los resultados obtenidos mediante la observación podemos ver como cada cadena hace uso de las operaciones de cámara recogidas –primeros planos, planos medios y planos generales- y el número registrado tanto individualmente de cada ítem como a nivel general.²⁰

¹⁹ Las noticias que se escapan a los parámetros sensacionalistas son aquellas que responden por su naturaleza informativa a noticias, por ejemplo, sobre procedimientos judiciales, economía, cultura, eventos...etc. Son en conclusión, las noticias que no forman parte del grupo de historias tipo de John Langer (víctimas, hechos remarcables y comunidades en riesgo).

²⁰ La elaboración de este cuadro resumen se basa en información propia recogida en la tabla de anexos 2.

Los restantes resultados-titulación,fragmentación,dramatismo y efectos- se escapan al empleo de herramientas de medición cuantitativas.De este modo, los resultados serán analizados de forma cualitativa para ofrecer una visión más completa.

Análisis de datos



De el valor total y durante la clasificación de tipos de noticias basadas en las “noticias tipo” de John Langer, la cadena obtuvo los siguientes resultados:

- Un 22% historias tipo victimas
- Un 14% Hechos remarcables
- Un 30% Comunidades en riesgo
- Un 34% Otras noticias.

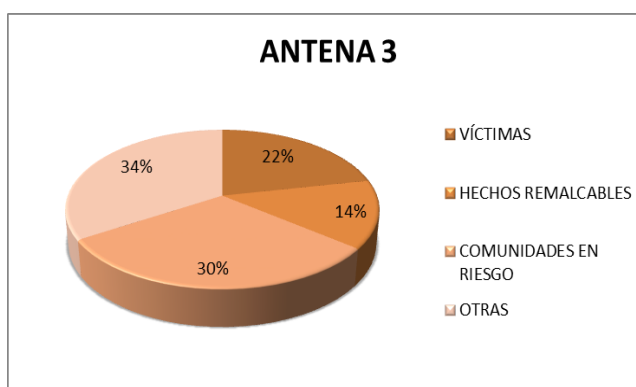


Figura N°3. Fuente propia.Anexo I.

Como podemos observar del total de los informativos analizados de esta cadena,aquellas que se escapan a la clasificación de John Langer son las que tienen una mayor presencia con un 34%.Seguidas a muy poca distancia por las noticias sensacionalistas que ponen en alerta el bienestar de una comunidad con un 30% .En tercera posición las historias sobre tragedias,violencia y víctimas con un 22% y por último, aquellas con una menor presencia las historias sobre hechos remarcables con un 14%.



La cadena Pública Televisión Española presentó durante la recogida de datos los siguientes resultados:

- Un 17% historias de tipo victimas.
- Un 14% Hechos remarcables.
- Un 33% Comunidades en riesgo.
- Un 36% Otras

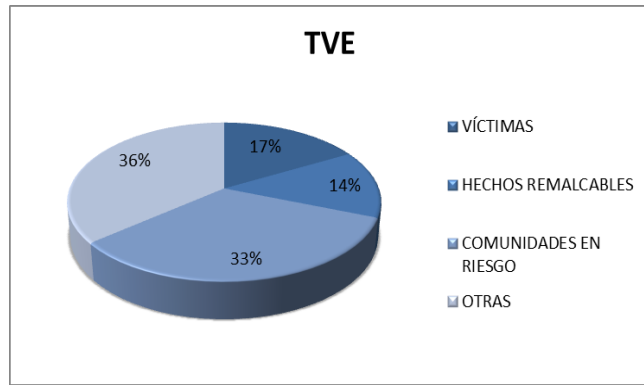


Figura N° 4. Fuente propia elaborado a partir del anexo 1.

Una vez más y como en el caso anterior las noticias que se escapan a la clasificación de noticias sensacionalista- Las otras noticias- tienen una mayor presencia en los informativos analizados en un 36%. Seguidas a muy poca distancia aquellas que suponen un riesgo para una comunidad con un 33% y dejando una gran distancia entre el tercero y cuarto lugar, con un 17% en Victimias y un 14% en Hechos remarcables.

NBC

Los datos obtenidos sobre la cadena Americana NBC usando nuestro libro de códigos son los siguientes:

- Un 16% Victimias
- Un 29% Hechos remarcables
- Un 35% Comunidades en riesgo
- Un 20% Otras.

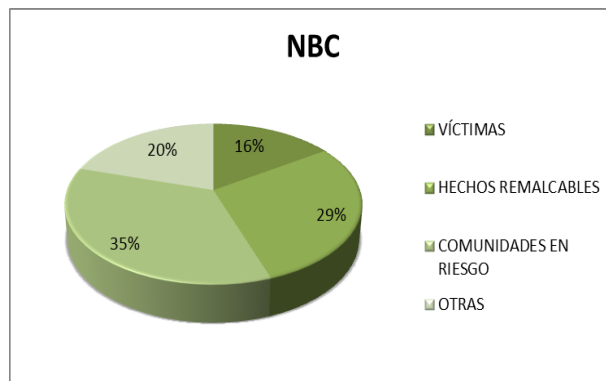


Figura N°5.Fuente propia. Anexo 1.

En la cadena NBC no se han registrado resultados con grandes distancias entre sí. Podemos observar una predominación de las noticias sobre comunidades en riesgo con un 35% y una menor presencia de las historias tipo victimas que ocupan tan solo un 16%.



De los datos obtenidos la cadena Americana CBS presenta los siguientes resultados:

- Un 20% son victimas
- Un 23% Hechos remarcables
- Un 37% Comunidades en riesgo
- Un 20% Otras noticias

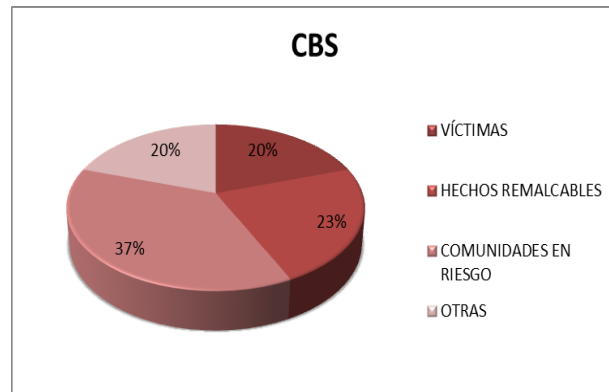


Figura N° 6. Fuente propia, anexo 1.

Superando en porcentaje a su competidor en noticias sobre Comunidades en riesgo con un 37% deja los demás lugares a una prudente distancia. El segundo lugar, las noticias sobre hechos remarcables con un 23% y en igualdad se encuentran las noticias de víctimas y las otras noticias con un 20%.

En cuanto a los resultados analizados en el libro de códigos basándonos en los elementos nombrados por Lozano Rendón obtenemos los siguientes datos:

Títulos

En este apartado se ha observado que 3 de las 4 cadenas analizadas-Antena 3, TVE y CBS- mantienen un formato discreto y alejado de los parámetros sensacionalistas. Es más, en algunas no se encuentra rotulación siquiera. Sin embargo, la cadena NBC es, como veremos a continuación, el ejemplo perfecto de alto grado de sensacionalismo en cuanto a titulación.



La titulación de Antena 3 es casi inexistente y las pocas veces que se produce es de una manera que pasa desapercibida mezclándose con los rótulos de presentación de los reporteros. La noticia se introduce al espectador enteramente mediante el/la presentador/a.



Del mismo modo que su competidora, cuando TVE presenta la rotulación de sus títulos se produce una vez la noticia ya ha sido introducida limitándose a describir la situación. La cadena no recurre a exageraciones o adjetivos fatalistas y se aleja de un estado que podría considerarse sensacionalista.



Fuente propia. Imagen obtenida del informativo de TVE día 3 de agosto de 2013 en el informativo de prime time. 21h.



Es sin duda, la cadena que mejor ejemplifica lo descrito por Lozano Rendón cuando habla de títulos impregnados de sensacionalismo. En la imagen contigua podemos observar como estos son introducidos incluso antes de que el presentador hable sobre la noticia. La utilización de imágenes de acompañamiento, formas y efectos visuales acrecientan la tensión e impacto en los espectadores.



La

Fuente propia. Imagen obtenida por la cadena NBC el día 25 de

julio en su informativo emitido en prime time "nightly news".



Aunque su presentación se produce del mismo modo, queda lejos de usar los recursos propios del sensacionalismo para crear un impacto o emoción en la audiencia. Presenta a modo resumen los hechos, sin exageraciones o adjetivos.



Fuente propia. Obtenida durante la observación. 20 de julio del 2013. "nightly news"

Fragmentación

En cuanto a la fragmentación existe una variedad de resultados entre las cuatro cadenas analizadas.

Por un lado, NBC sería la cadena que más intensamente utiliza el recurso de fragmentación de la información aunque de una manera controvertida. Por ejemplo, a día 13 de Julio, en EEUU se libraba el conflicto sobre la restricción del aborto en algunos estados. En este conflicto, concretamente en los estados del sur se estaba celebrando²¹ un congreso entre políticos para discutir el tema en cuestión. Ciudadanos, en su mayoría mujeres, acudían al palco con señales de protesta. Sin embargo, solo pudimos escuchar el discurso político del partido explicando los motivos que habían llevado a promover las regulaciones aprobadas. Es por lo tanto una información fragmentada en un punto de vista.

Otro ejemplo, el día 20 de Julio la NBC en su telediario de primer time transmitía al mundo la ola social contra el racismo que había provocado la absolución de culpabilidad de un asesinato de un chico de color a manos de un efectivo de seguridad privada en defensa propia. Sin embargo, aunque las imágenes se nos mostraban, no pudimos escuchar ningún testimonio de todas esas personas, pero sí escuchamos el punto de vista del presidente Barack Obama ante la absolución apoyando el veredicto del jurado.²²

Sin embargo, aunque de vez en cuando se presenta una fragmentación mayor que en las otras cadenas también se han encontrado situaciones donde se han ofrecido diferentes puntos de vista. Por ejemplo, tan solo un día después con motivo de la visita del Papa Francisco a Brasil la NBC junto con otras muchas cadenas internacionales acudieron al lugar para cubrir el evento. En cambio, antes de la llegada del Papa esta cadena mostró un grupo de personas que se oponían a la inversión económica destinada a los preparativos de la visita. En este caso, la NBC presentó dos puntos de vista: el de aquellos que se oponían y el de los que lo creían necesaria la inversión.

Y por último, el día 9 de agosto ante el debate sobre las propiedades terapéuticas de la marihuana en niños, la cadena volvía a hacer gala de dos puntos de vistas. Por un lado

²¹ Día, hora y emisión de la noticia.

²² Día 20 de julio de 2013, NBC. Horario prime time en el informativo “nightly news” .

apelando a un punto de vista de autoridad, un médico quién se oponía a la práctica y por otro, el punto de vista emotivo de una madre desesperada por ayudar a su hijo.²³

En las demás cadenas por norma general y centrándonos en el periodo de tiempo analizado se ha aportado una mayor riqueza en cuanto a la variedad de opiniones y argumentos.

Por ejemplo en la misma situación, en el mismo día donde las reformas sobre el aborto se aprobaban en algunos estados de Estados Unidos, la CBS nos mostraba los puntos de vista de los que estaban a favor y de los que se oponían.

A día 19 de Julio el asesinato del joven muchacho de color era un tema que levantaba pasiones en muchos norteamericanos y la resolución del veredicto creó una gran polémica²⁴. La cadena mostraba los dos puntos de vista divididos ante el hecho. Del mismo modo lo hizo un día después cuando la escandalosa vida de un político norteamericano salía a la luz.

En cuanto a las cadenas españolas analizadas, Antena 3 muestra algunos aspectos parecidos a los descritos en el tratamiento informativo de la CBS. Ambas cadenas ofrecen diferentes puntos de vista ante un conflicto. Sin embargo solo mostró aquellos puntos de vista con los que las mayorías podrían sentirse identificados.

El verano de 2013 ha sido para España un verano en el que han estado presentes en la actualidad escándalos políticos, corrupciones y una creciente tensión política con Gibraltar. Por ejemplo, A día 14 de julio el caso de corrupción relacionado con el tesorero del Partido Popular Luis Bárcenas²⁵ estaba de plena actualidad y la oposición pedía la dimisión del presidente del gobierno Mariano Rajoy con algunos cabecillas de su partido por la posible implicación en el caso.

²³ Noticia emitida por la NBC el 9 de agosto del 2013 durante el informativo “nightly news” en prime time.

²⁴ Para más información sobre el caso Zimmerman : http://www.elmundo.es/america/2013/07/14/estados_unidos/1373772444.html

²⁵ Escándalo político de corrupción donde se han implicado a altos cargos del gobiernon actual español. Para más información sobre el caso Bárcenas: http://elpais.com/tag/caso_barceñas/a/

Antena 3 mostró dos puntos de vista ante este conflicto, el punto de vista del Gobierno y el punto de vista del partido opositor mayoritario, el PSOE. Sin embargo, TVE ante el conflicto y la discusión sobre si el presidente del gobierno debería dimitir ofreció 4 puntos de vista diferentes. El punto de vista del gobierno, el punto de vista de su principal opositor (PSOE) y los puntos de vista de otros partidos minoritarios como CIU y UPD.

Sin diferencia alguna, sólo se mostraron dos puntos de vista el día 15 de julio ante la moción de censura que el PSOE quería imponer al gobierno del PP por la actuación del presidente que no concedía declaración alguna sobre el caso Bárcenas.

Sin embargo el día 22 de Julio se registró que las dos cadenas ante este mismo tema se limitaron a expresar las opiniones de los principales partidos políticos. El partido político del actual presidente Mariano Rajoy y su mayor opositor.

El día 2 de Agosto otro asunto concernía a los medios de comunicación españoles, el paro. Ante el número de parados que hay en España desde los países miembros de la Unión Europea se plantearon una serie de medidas con la intención de solucionar el problema de la economía española²⁶. En Antena 3, una vez más, se ofrecieron los puntos de vista de los partidos mayoritarios. Otra vez, TVE ofreció una mayor riqueza contando con la opinión de los partidos políticos, tanto los mayoritarios como los minoritarios.

Dramatismo

Las imágenes dramáticas han sido usadas por todas las cadenas analizadas. Predominando las imágenes sobre tragedias, víctimas y violencia. Ya sea capturando los restos de un accidente o los objetos post mortem dejados por familiares y amigos (velas, fotografías, flores) en el lugar donde se han sucedido los hechos.

El uso de la música se ha registrado en las cuatro cadenas de manera similar con el fin de apelar a la expectación en el espectador. Ésta música está presente cada vez que se produce un corte publicitario. También a mitad del informativo para resumir brevemente las noticias que se sucederán a continuación.

²⁶ Para más información sobre este asunto se recomienda la siguiente noticia en el periódico el mundo el día 2 de agosto de 2013: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/08/02/economia/1375427794.html>

En algunas ocasiones, aunque de manera muy excepcional, la música ha sido utilizada por las cadenas estadounidenses para evocar un sentimiento de emoción en el espectador en las noticias dedicadas a “hechos remarcables”.

Operaciones de Cámara: Tipología de planos

Si hablamos sobre la tipología de los planos empleados visualizamos los siguientes resultados:

Antena 3

En la cadena analizada hay una mayor presencia en los planos generales con un 39%, seguido de los planos cerrados con un 34% y por último los planos medios con un 27%.

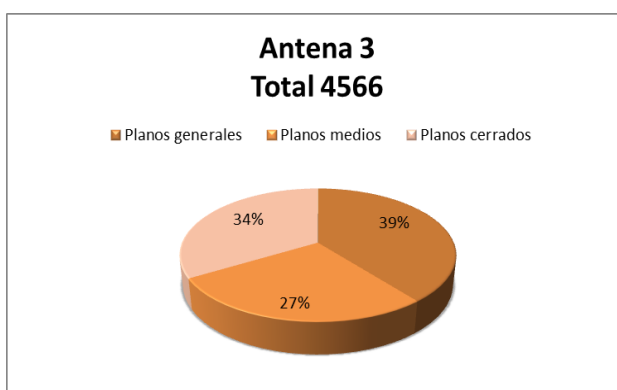


Figura 7. Fuente propia elaborada por el anexo n° 2.

Televisión Española-La 1

Los planos generales que ocupan un 40% dejan a los planos cerrados en un segundo lugar, con un 33% y con un 27% los planos medios se quedan en última posición.

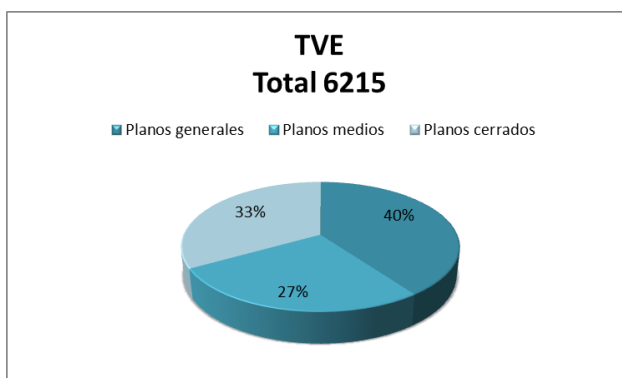


Figura N° 8. Fuente propia elaborada por anexo 2.



En la cadena NBC los planos generales vuelven a predominar con un 42%, a tan solo un 7% de los planos cerrados. Dejando en último lugar a los planos medios que ocupan un 23%.

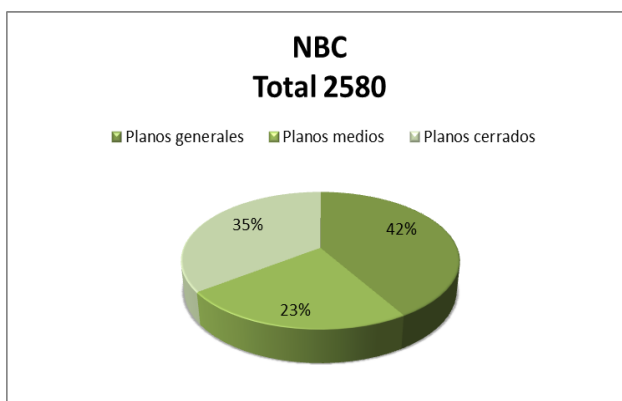


Figura N°9. Fuente propia basándonos en anexo 2.



Los planos generales mantienen una diferenciada ventaja con los planos cerrados que ocupan un segundo lugar con un 32%, seguido de los planos medios con un 22%.

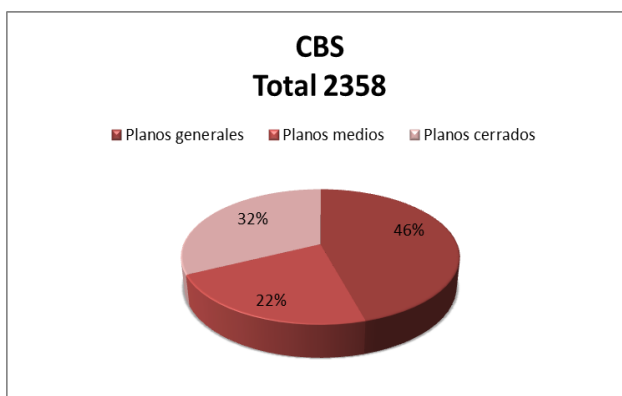


Figura N° 10. Fuente propia basándonos en anexo 2.

Efectos

En cuanto a efectos visuales se ha registrado que todas las cadenas hacen uso de recursos visuales introducidos para facilitar la comprensión del receptor del mensaje. Estos efectos pueden ser mapas geográficos, gráficos o animaciones cuyo objetivo fundamental es situar al espectador o hacerle llegar mejor la noticia.

En cuanto a efectos visuales cuyo objetivo sea la de generar un impacto en el espectador no se ha registrado un gran número de casos. Aunque podemos mencionar el recurso de fast motion²⁷, utilizado por Antena 3 el día 19 de Julio y por TVE el día 21 de ese mismo mes. Otro efecto visual utilizado es el recurso de mostrar la imagen en retroceso a cámara lenta que ha sido utilizado por la NBC el 6 de Agosto. Además de haces de luz de manera ocasional en esta cadena, cabe mencionar que en las cadenas españolas

²⁷ Recurso visual creado con imágenes que se reproducen a cámara rápida.

el corte sin ningún tipo de transición es lo que predomina, pero en las estadounidenses se suele combinar los cortes con algunas transiciones que podrían considerarse dramáticas por el contexto. El más utilizado es el fundido por la cadena NBC.

En cuanto al uso de los recursos sonoros, se ha identificado la utilización de sonidos de ambulancia y llantos sin acompañamiento de imágenes ha sido utilizado por parte de las cuatro cadenas con el objetivo de crear mayor impacto en el telespectador.

Conclusiones

Tras los resultados registrados en el libro de códigos durante la observación de los 112 informativos pertenecientes a las cadenas TVE, Antena 3, CBS y NBC, se han analizado el uso de los recursos señalados por los investigadores previos en esta área como ítems sensacionalistas (noticias de interés humano, grafismo, dramatización, fragmentación, planificaciones de cámara y efectos). Este análisis será la base para establecer las siguientes conclusiones:

España

Comenzaremos la tarea de presentar los resultados de la investigación analizando los hallazgos obtenidos a través del análisis de las cadenas españolas Antena 3 y TVE. Si comparamos las dos cadenas analizadas ambas han obtenido interesantes resultados. El nivel de sensacionalismo en cuanto a las “noticias tipo” ha sido valorado en un 64% en TVE y un 66% Antena 3; porcentajes que responden a la suma de las tres subdivisiones de noticias de interés humano (víctimas, hechos remarcables y comunidades en riesgo).

A nivel individual es TVE quien registra un número más alto de noticias que no responden a los patrones del sensacionalismo, obteniendo un total de 212 noticias no sensacionalistas, frente a las 149 de Antena 3.

En cuanto al uso del grafismo no se ha registrado en ninguna de las dos cadenas rotulaciones redundantes, fatalistas o que persigan el objetivo sensacionalista de causar un impacto entre los telespectadores.

Si hablamos de fragmentación TVE presenta una gran variedad de argumentos y puntos de vista frente al mismo conflicto. Antena 3 por su lado, no limita al espectador a tan solo una posición, pero sí es bipartidista mostrando las opiniones enfrentadas que recogen a las grandes mayorías. Por ejemplo, lo referente a la actualidad política siempre nos mostrará las opiniones de los dos grandes partidos políticos en España, PP y PSOE, obviando así a los partidos minoritarios.

En cuanto a la tipología de planos tienen un porcentaje similar. Aun así, Antena 3 presenta una tipología más sensacionalista con un mayor número de primeros planos y un menor número de planos generales.

En último lugar, si hablamos de la dramatización en TVE y Antena 3 ambas presentan similares valoraciones, ambos medios hacen uso de la música e imágenes dramáticas para crear expectación o apelar a la emoción del espectador. Del mismo modo que hacen un uso similar de los efectos visuales y sonoros.

El gráfico presentado a continuación muestra el porcentaje de utilización de los recursos sensacionalistas identificados por los autores de referencia en la materia por cada cadena de una manera visual:

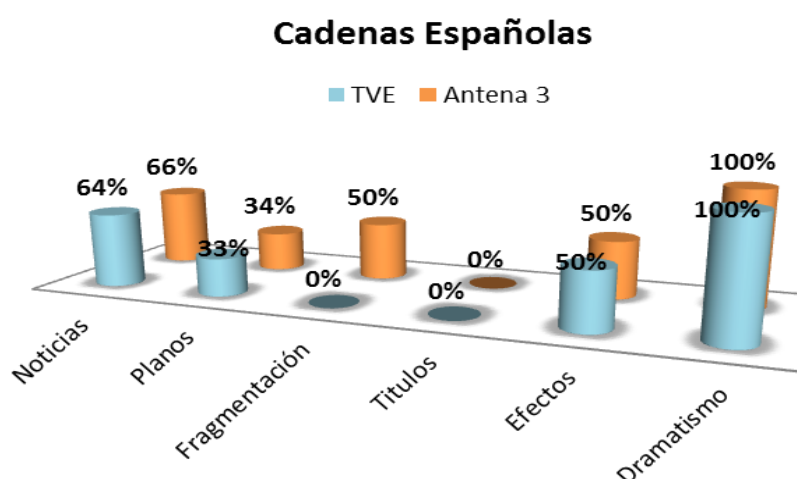


Figura N° 11. Elaboración propia. Anexos 1 y 2.

EEUU

En el caso estadounidense no se encuentran diferencias en cuanto al género de noticias. Las noticias de interés humano con tinte sensacionalista están presentes en ambas cadenas en un 80%.

Pero hablando de los demás recursos analizados, sí se encuentra algún elemento diferencial. En primer lugar, la cadena CBS, aún presentado solo los puntos de vista de aquellas dos fuerzas mayoritarias, se constituye como la cadena con noticias más contrastadas de las dos analizadas.

En cuanto al grafismo es la NBC quien presenta de entre todas las cadenas ,incluso a nivel internacional, un mayor nivel de sensacionalismo debido a los adjetivos empleados, el tamaño y los efectos visuales utilizados. Si analizamos la tipología de planos, la CBS es la cadena de las cuatro analizadas con menor número de planos sensacionalistas. En este aspecto es la antítesis de su principal competidora la NBC, cadena que presenta un mayor número de primeros planos entre todas las analizadas y un menor número de planos generales.

Si hablamos del uso de efectos visuales la NBC hace un mayor uso que la CBS y un mayor empleo de música dramática. En los recursos de efectos de sonido e imágenes dramáticas no se produce diferenciación alguna.

El completo análisis del grado de utilización de los recursos empleados se puede observar de manera visual en el siguiente gráfico:

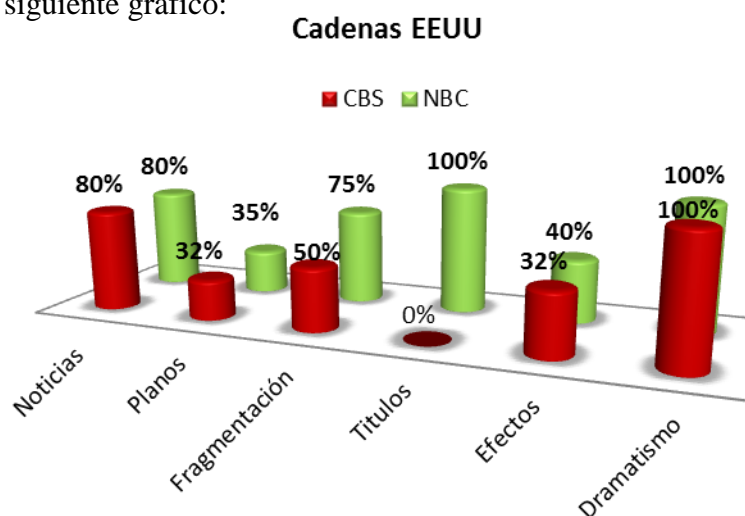


Figura N° 12. Elaboración propia. Anexos 1 y 2.

España y EEUU

La comparación entre las cuatro cadenas analizadas en líneas generales nos hace ver que el sensacionalismo existe de una manera más acusada en los telediarios de máxima audiencia norteamericanos. Destacamos los informativos Españoles por registrar un menor número de noticias de interés humano.

Las noticias sobre comunidades en riesgo ocupan en las cuatro cadenas el primer lugar en cuanto a noticias sensacionalistas. Se produce, sin embargo, la diferencia en el segundo lugar. Predominando en los informativos de EEUU los hechos remarcables, sobretodo la elitización de personas corrientes en héroes con el fin de conmover o infundir admiración en los telespectadores. En España por el contrario, es las noticias sobre víctimas las que ocupan el segundo lugar en el ranking de noticias sensacionalistas.

En cuanto al uso del gráfismo los informativos Españoles siempre guardan discreción alejándose de los parámetros sensacionalistas. En cambio dentro de las cadenas EEUU analizadas, existe una notable diferencia entre las dos cadenas. Una diferencia que se produce de manera similar en la fragmentación, la tipología de planos y el empleo de efectos visuales. En el siguiente gráfico presentado se pueden observar estos datos de una manera visual:

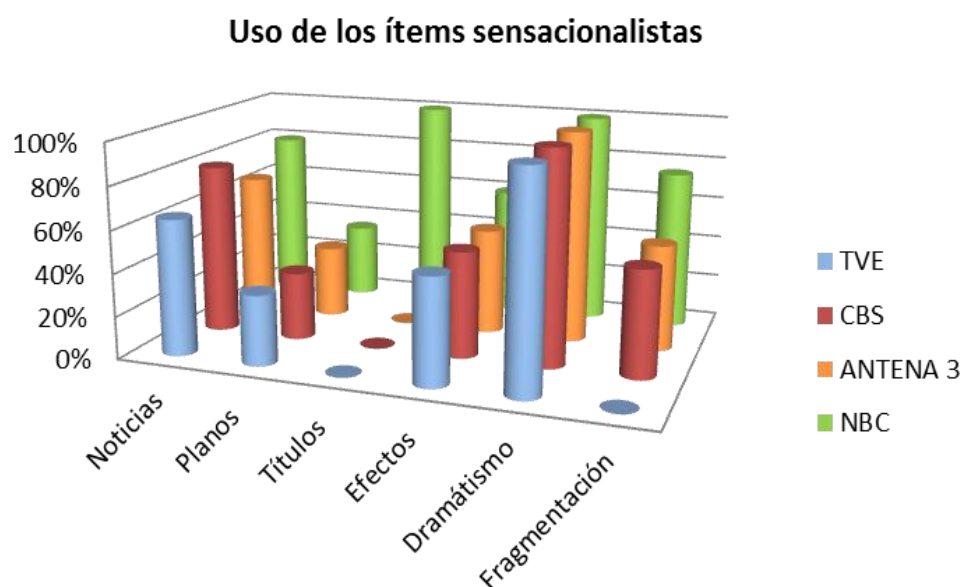


Figura Nº 13.Elaboración propia.Anexos 1 y 2.

Por tanto, el corpus audiovisual analizado nos ha permitido detectar que los informativos de mayor audiencia en España se sigue una estructura en consonancia y armonía entre las dos cadenas analizadas. En cambio, con los informativos estadounidenses solo se percibe la línea conjunta en cuanto al género de noticias. Por esta razón se hace imposible trazar para los demás elementos una misma estructura o modus operandi.

En conclusión ahora que somos conscientes de los recursos empleados y los fines que persigue el sensacionalismo ¿podríamos decir que las cadenas hacen uso de este fenómeno para captar a la audiencia?

Se desprende de los resultados de este trabajo una respuesta afirmativa. Pero bien, como hemos observado no hay un parámetro claro que establezca que el uso de éste lleva al éxito, ni hemos obtenido una fórmula mágica para ello (ni esperábamos tampoco); pues el éxito se da por un conjunto de factores cuya explicación a veces se nos escapa. Pero si podríamos establecer que de todos los recursos sensacionalistas empleados, se hace un uso en mayor medida de la tipología de noticias.

En este recurso y en las cuatro cadenas analizadas, la tipología de noticias sensacionalistas ocupa un mayor espacio que aquellas que se escapan al fenómeno del infoentretenimiento. Las noticias que ponen en peligro a una comunidad es el tema que más concierne a los medios de ambos países, algo esperado debido a las tensiones políticas de estos días (la corrupción política en España ,la tensión en Turquía, la situación en Siria, la tensión entre Norte América y Rusia por el asilo del ex trabajador de la CIA Snowden, el conflicto con Gibraltar...etc.) Así como las enfermedades (principal causa de muerte no natural entre la población occidental), catástrofes naturales, etc. Informaciones que no tienen un carácter estival y que se mantienen durante el resto del año, formando parte del mensaje informativo día a día.

De una manera u otra, tras el análisis realizado hemos podido identificar algunas estrategias discursivas vinculadas al fenómeno del infoentretenimiento que tan presente está en la programación televisiva. Además somos conscientes que de una manera u otra

las cadenas de televisión – tanto privadas como públicas- hacen uso de alguno de estos recursos. Aunque su utilización se manifieste de maneras diferentes como hemos visto, todas persiguen el mismo objetivo, atrapar la atención del espectador.

Bibliografía

Artículos de investigación

GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, BEGOÑA(2010): Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization. RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, páginas 65, 126 a 145. La Laguna (Tenerife): Universidad de la laguna.

Online:http://www.revistalatinacs.org/10/art/888_Salamanca/RLCS_art888EN.pdf

LOZANO RENDÓN, J. C.(2004): Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos Y México, publicado en Diálogo Político, Ed. Konrad- AdenauerStiftung. Año XXI - N° 1 – Marzo.

ORTELLS BADENES, SARA(2011) : Información política e infoentretenimiento en televisión: visiones contrapuestas de un problema complejo. RLCS,Revista latina de la Comunicación social. III Congreso internacional Latina de comunicación social- III LCS- Universidad de la Laguna(Tenerife).

Online: http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/160_Ortells.pdf

TORRICO VILLANUEVA, ERICK.R: El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis. Sala de Prensa, n° 45,Julio,2002,año IV,vol.2

www.saladeprensa.org/art374.html

Monografías

DAYA KISHAN THUSSU.(2007): The news as entertainment.The rise of global infotainment.Londres: Sage publications Ltd.

FERNANDEZ PEDEMONTE DAMIÁN: La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales.Bueos Aires.La Crujía,1999.254p.

GARCÍA AVILÉS, J. A. (2007): El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea.

HALL S., CRICHER C., JEFFERSON T., CLARKE J., ROBERTS B.(1978): Policing the crisis: Mugging, The Estate, and law and order, Londres, Macmillan.

HURTADO.J.(2000):Metodología de la investigación Holística. 3era edición. Caracas.

Editorial Sypal.

JOHN LANGER (1998): La Televisión sensacionalista: el periodismo popular y las "otras noticias". Paidós, 2000.

BRAJNOVIC, LUKA (1977): *Deontología periodística*. 2ª edición. Eunsa. Ed. Universidad de Navarra, S.A.

MENDIETA ALATORRE, ÁNGELES (1969), *Métodos de Investigación y Manual Académico*, 2ª. Edición, Editorial Porrúa

PEDROSO, R.N. (2001): *La construcción de un discurso de seducción en un diario sensacionalista*. Ed. Annablume. San Pablo -Brasil.

POLIT P, HUNGLER B (2005) : *Investigación científica en ciencias de la salud*. Sexta Ed. McGraw-Hill Interamericana. México. 2005

SARTORI, G (1997): *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Ed. generales Santillana, S.L. 2012.

Páginas web

JULIO CABRERO GARCÍA Y MIGUEL RICHART MARTÍNEZ: *Metodología de la investigación*. I. 2013 http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_9.htm (31-08-2013)

Ortells Badenes, Sara: *La redefinición de los géneros periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio*.
<http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf> (25-08-13)

www.RAE.ES (07-08-2013)

Páginas de referencia diarias:

www.antena3.com

www.rtve.es/television

www.nbc.com

www.cbs.com

Estudios de audiencia:

En USA: <http://www.mediabistro.com/tvnewser/category/evening-news-ratings> (06-05-2013)

En España: <http://www.laguiatv.com/> (06-05-2013) y www.formulatv.es(29-07-2013)

Glosario

-Audiencia/ telespectadores/videntes/ espectadores: grupo de personas que visualizan un programa o son receptores del mensaje televisivo.

-Autoridad cognitiva: Acuñado por Sartori como la autoridad del conocimiento. Para el autor la máxima autoridad para un individuo es la visual.

-Codebook: Libro de códigos donde se establecen los recursos que se procederán a analizar.

-Fast Motion: efecto visual que se compone de conjunto de imágenes que se suceden a cámara rápida

-Elitización / vedetización: proceso de conversión de una persona corriente a alguien destacable.

-Espectacularización: crear o convertir un hecho en algo más espectacular.

-Infoentretenimiento: género híbrido televisivo constituido por el formato informativo y el entretenimiento.

-“ Las otras noticias”: Recogidas en la teoría de John Langer son aquellas noticias que por su naturaleza de noticias de interés humano presentan un carácter sensacionalista. Se dividen en los tres grupos analizados: víctimas, hechos remarcables y comunidades en riesgo.

-Modus Operandi: Metodología o conjunto de métodos y estructura utilizada durante un proceso.

-Neotelevisión: concepto acuñado para definir el abuso de las estrategias del infoentretenimiento en la televisión actual

-Plano medio: Imagen que encuadra a un personaje de cintura para arriba.

-Plano General: Imagen que muestra un paisaje o un amplio escenario que constituye el motivo central de la trama.

-Primer plano/plano detalle: Imagen que centra la atención en el rostro y los hombros de un personaje o en un objeto aislado, ocupando casi todo el espacio escenográfico.

-Prensa Amarilla: modalidad periodística caracterizada por el cultivo del sensacionalismo.

-Ranking: Lista donde quedan reflejados mediante orden de posición los datos obtenidos.

-Sensacionalismo: otra estrategia o fórmula del infoentretenimiento que se constituye como una modalidad periodística con la finalidad de atrapar al espectador mediante el impacto y apelación de emociones.

-Slow Motion: Efecto visual que se compone de un conjunto de imágenes que se suceden a cámara lenta.

-Zapeo: Es el cambio reiterado de canal de televisión por medio del mando a distancia.