
LOS INFORMATIVOS DE TELEVISION: UN MODELO MAS ALLA DE LAS DIFERENCIAS

Begoña García Nebreda
Alejandro Perales Albert
RTVE

INTRODUCCION

La liberalización de la oferta televisiva, desarrollada de forma progresiva en nuestro país durante los últimos años, permite plantearse el estudio de los espacios informativos diarios de televisión desde dos puntos de vista complementarios¹:

- Una vía de investigación busca poner de manifiesto las diferencias estructurales existentes entre los programas informativos de cada canal, e incluso entre los distintos espacios emitidos por una misma cadena de televisión.
- Otra vía, por el contrario, centra su análisis en el estudio de aquellos elementos significativos que permanecen invariables en los diferentes espacios informativos y que, por lo tanto, no parecen depender del «posicionamiento» pretendido por la cadena de televisión en cada caso².

¹ El presente artículo es una reflexión conceptual sobre algunos de los elementos fundamentales de la construcción del discurso informativo televisivo detectados en nuestra labor de investigación en este campo, que viene desarrollándose desde 1977. En este período hemos tenido ocasión de participar en diferentes investigaciones internacionales sobre el tema a través del International Research Committee on Communication, Knowledge & Culture de la ISA, habiendo realizado diferentes trabajos empíricos en el seno de RTVE.

² El análisis diacrónico de estos elementos invariables permitirá, a su vez, conocer hasta

El «análisis de semejanzas» y el «análisis de diferencias» contribuyen de igual forma al entendimiento del fenómeno y a la construcción de tipologías. En ambos casos se trabaja con protocolos categoriales que buscan recoger todas las variables posibles referidas al relato informativo (desde el canal, la franja horaria o la duración hasta los aspectos retórico-formales, expresivos y de contenido)³. Sin embargo, desde el punto de vista del establecimiento de conclusiones, ambas vías de investigación se sitúan en planos distintos:

- El análisis discriminante, aplicado a los espacios informativos de las diferentes cadenas, es un tipo de investigación que se corresponde con el análisis de producto, tradicional en el campo del marketing y la investigación de mercados: posicionamiento, relación marca-producto, público objetivo, valores diferenciales, etc.
- La búsqueda y definición de un modelo informativo reproducido por las diferentes cadenas de televisión, a diferentes horas y con diferente formato, conduce a una reflexión sobre el significado mismo de la mediación⁴, sobre las variables del acontecimiento, sobre la relación entre información y realidad y sobre la producción de sentido⁵.

Las reflexiones en torno al segundo punto son condición previa y necesaria para la comprensión y determinación de una taxonomía centrada en las diferentes tipologías de información televisiva. Por eso, en este artículo vamos a referirnos a algunos de los elementos esenciales que conforman ese modelo único y aislable de la información televisiva, el cual

qué punto no están determinados por otras ofertas existentes, pero sí por la existencia de otras ofertas; es decir, por la aparición de un nuevo marco de relaciones en el cual los emisores se diversifican.

³ Una de las características del análisis de mensajes es su tendencia a utilizar categorías provenientes de muy diversos campos del conocimiento: sociología, psicología (y psicoanálisis), lógica, lingüística, técnicas de realización televisiva, etc. Esto le dota de una gran potencia desde el punto de vista operativo, siempre y cuando consigan solventarse los problemas de pertinencia epistemológica. Pueden encontrarse protocolos de análisis aplicados al relato informativo de televisión en: B. GARCÍA NEBRED A, J. MENOR SENDRA Y A. PERALES ALBERT, «Telediarios y Producción de la Realidad: Rapport de l'Equipe espagnole», *CKC Documents de Travail*, publicación del International Research Committee on Communication, Knowledge & Culture y del Seminario Comunicación y Cultura, Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1982, págs. 203-272; M. MARTÍN SERRANO, *L'ordre du monde à travers la television*, Presses Universitaires, 1976, y *La Producción Social de Comunicación*, Alianza Editorial, 1986; F. ROSITI, *I modi dell'argomentazione e l'opinione pubblica*, ERI, 1982; y L. VILCHES, *Manipulación de la Información Televisiva*, Paidós, 1989.

⁴ Manuel MARTÍN SERRANO ha desarrollado a lo largo de muchas de sus obras un marco epistemológico que permite analizar y explicar los problemas relacionados con la mediación. Para adentrarse en los aspectos básicos de su teoría, véase M. MARTÍN SERRANO, *La Mediación Social*, Akal Editor, 1977.

⁵ P. BERGER y T. LUCKMANN, *La Construcción Social de la Realidad*, Amorrortu Editores, 1972.

podría encontrarse en programas informativos aparentemente muy alejados entre sí.

Es preciso tener en cuenta que el análisis de los componentes del relato informativo constituye una visión del fenómeno realizada únicamente «desde la oferta». Sería necesario asimismo integrar el análisis de la recepción del producto: es decir, cómo interpretan los espectadores las informaciones; qué tipo de reajustes provocan (o contribuyen a provocar) en su ámbito de representaciones, e incluso cómo se reapropian de esos mensajes para producir, a su vez, nuevos discursos simbólicos, nuevas escalas de valores, nuevas conductas⁶.

LA INFORMACION COMO ARTEFACTO

El análisis de los elementos invariantes del modelo básico de la información, trasciende las diferencias entre las tipologías de informativos para investigar en torno al significado de la información.

Partimos de considerar la información como un «artefacto ideológico» complejo que, por un lado, permite acercarse a la realidad de un modo muy potente (en especial, desde el punto de vista del volumen de datos que pueden manejarse), pero que, por otro, condiciona de modo muy rígido la visión que de la realidad puede extraerse.

Nuestra hipótesis considera la existencia de una relación muy directa entre la potencia y la rigidez de la información. De modo que esa rigidez permite:

- Que haya noticias. La noticia sería el resultado de rellenar el molde de la información (acontecimiento) con materiales de la realidad, del decurso vital en toda su extensión (criterio de selección).
- Que haya diferentes tipologías de espacios informativos, puesto que las variantes en el modelo no pondrían en cuestión el papel a cumplir por la información en nuestra sociedad. Por el contrario, esa multiplicidad de tipologías «concurrentes» permite a la información extender su campo de acción y consolidar un doble papel como instancia de vertebración social:
 - Por un lado, la información organiza la reproducción de las representaciones sociales, estableciendo las condiciones para la configuración de toda una industria.
 - Por otro, condiciona la manera de entender el mundo y lo que en él ocurre, de modo que si inicialmente la información pretende dar cuenta de «lo que pasa» y de «porqué pasa», acaba construyendo significados y sentidos.

⁶ Véanse: M. Manuel MARTÍN SERRANO, *obra cit.*, 1986; J. L. PIÑUEL RAIGADA, *La Expresión. Una introducción a la Filosofía de la Comunicación*, Visor, 1989.

LOS ESTRATOS DEL ACONTECER

El análisis del proceso selección/producción de las noticias de televisión permite distinguir tres niveles o estratos diferentes en el universo conformado por el acontecer informativo:

1. Una *zona profunda*, en la que se origina o selecciona el repertorio de acontecimientos noticiosos a incluir en el espacio informativo. El criterio de selección vendría determinado por los *sujetos* o *protagonistas* del acontecer y por los *referentes* o *campos temáticos* del mismo. Nos encontramos en una primera fase de la construcción del relato informativo cuya función es, por un lado, definir la «agenda de temas de interés»⁷, y por otro legitimar a través de las noticias de televisión el rol asignado a unos u otros agentes sociales en nuestra sociedad.

2. Una *zona intermedia*, que corresponde al plano de la contextualización de cada acontecimiento. La contextualización vendría determinada por la *secuencia de hechos* a través de la cual se presenta el acontecimiento; por los *enfoques* desde los cuales se aborda; por la *motivación* y los *efectos* que aparecen explicitados en la noticia, y, en algunos casos, por la existencia de otros *acontecimientos* que aparecen *asociados* al que se constituye como acontecimiento principal o núcleo de la noticia.

3. Una *zona superficial*, en la que se elabora el producto informativo en sí mismo (la noticia). Dicho producto vendría determinado en buena parte por una serie de aspectos retórico-formales y expresivos entre los que cabe destacar las *instancias enunciatoras* de la noticia, su *ubicación estructural* y la *relación imagen/texto*, es decir, la relación entre «lo que se dice» y «lo que se muestra» en el espacio informativo.

En cada una de las tres zonas pueden aislarse factores que introducen semejanzas y diferencias en el relato informativo, aunque con diferente intensidad y fuerza estructurante:

- En la *zona superficial* se sitúan las diferencias encaminadas a definir la imagen de marca de los distintos espacios informativos, pero al mismo tiempo encontramos en ella dos factores homogeneizadores de capital importancia: el papel de la propia televisión como instancia enunciativa privilegiada en la inmensa mayoría de las noticias y la precisa sincronía alcanzada a la hora de integrar las dimensiones audio y vídeo en la construcción del relato informativo.
- En la *zona intermedia* se encuentran las diferencias ideológico-conceptuales, puesto que en ella cada canal «impregna» al acontecer

⁷ M. E. MCCOMBS y D. L. SHAW, «The agenda-setting function of mass media», *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, núm. 4, 1972, págs. 176-187; M. B. MACKUEEN y S. L. COOMBS, *More Than News. Media Power in Public Affairs*, Sage Publication inc., 1981.

con su propio sistema axiológico y, en definitiva, organiza los hechos estructurándolos en coherencia con sus propios planteamientos. Ello da lugar a tratamientos muy diversos —e incluso divergentes— de una misma noticia estableciéndose así la controversia social sobre la «objetividad» y/o «veracidad» de las diferentes cadenas, la adhesión ideológica de una audiencia fiel, etc. También en esta zona, en la que se captan más diferencias que en ninguna otra, puede citarse un factor claramente uniformador: la existencia de unos modos específicos de contextualización de las informaciones que buscan construir no sólo un relato informativo, sino también un determinado sentido o interpretación.

- Pero las semejanzas más fuertes, las que definen el universo global configurado por los espacios informativos, se encuentran en aquella *zona profunda* en la que se opera con la selección del acontecer. Entre los diversos factores homogeneizadores existentes en esta zona, vamos a detenernos en el presente artículo en el papel asignado a los diferentes agentes sociales en el relato informativo. Un papel asignado que refuerza y legitima el ya establecido en el sistema social⁸ y que determina en muchos casos el propio significado de las noticias.

Detengámonos algo más en cada uno de los cuatro factores homogeneizadores señalados.

1. *El medio como enunciador privilegiado*

Un primer aspecto que llama la atención en el análisis de los informativos de televisión es la rigidez de su estructura formal a lo largo de casi cuatro décadas. Y ello es especialmente evidente en lo que se refiere al papel jugado por el conductor del espacio. Cualquier estudio que pueda realizarse al respecto, pone de relieve el elevado porcentaje del tiempo total del informativo en el que la instancia enunciativa televisiva por antonomasia —el conductor— ocupa la pantalla, la mayor parte del tiempo en solitario.

Esta elevada presencia indica, por un lado, que buena parte de las noticias que los informativos recogen no son «mostrativas» sino «demonstrativas»; es decir, información para narrar, debido:

- A la dependencia profesional de la televisión con respecto a la prensa: todavía las agencias y los diarios son el proveedor fundamental de informaciones para los informativos televisivos.
- A otra dependencia, de carácter más profundo, que alimenta la

⁸ Véase las relaciones entre Sistema Social, Sistema de Comunicación y Sistema de Referencia en M. MARTÍN SERRANO, *obra cit.*, 1986.

anterior: la ideología de «lo que es noticia» remite a una concepción gestada por y para los medios escritos, por lo que la televisión necesitaría desarrollar algunas variables del acontecimiento propias que le permitieran una mayor autonomía y un mejor aprovechamiento de sus recursos.

La presencia del conductor se ve reforzada por otras presencias (sucesivas o simultáneas) que incrementan aún más el punto de vista del medio: los diferentes locutores principales y secundarios, los corresponsales, los reporteros volantes, los expertos de la cadena, etc. Quiere esto decir que el sujeto enunciador privilegiado es el propio medio, que su «punto de vista» es el punto de vista principal.

Curiosamente, durante mucho tiempo, esa imagen mediadora de la propia televisión ha tenido como objeto ocultar cuidadosamente la enunciación del medio, utilizando todos los dispositivos discursivos a su alcance. Si, como señala la teoría narrativa, el narrador invisible es un narrador omnisciente, también podría ser verdad el fenómeno contrario: el que está siempre, acaba por ser el que nadie ve. Este interés por la ocultación del papel del medio se justificaba por el hecho de que la asepsia del periodista se consideraba la garantía de la objetividad, entendida como el «grado cero» de la interpretación. Los profesionales de los informativos de televisión extremaban su cuidado en no introducir en el discurso valoraciones, opiniones o comentarios.

En la actualidad, sin embargo, las cosas ya no son así: ahora, los periodistas analizan, valoran y extraen conclusiones sobre los acontecimientos, pero, eso sí, intentando al mismo tiempo hacer compatible esa interpretación con su papel de notarios de la realidad que se limitan a dar cuenta de los hechos.

Y el hecho es que se consigue una compatibilidad entre la interpretación y la objetividad, merced a un deslizamiento conceptual de este segundo término: la objetividad pasa a identificarse en un primer momento con la imparcialidad y ésta, finalmente, con la mera multipresencia de puntos de vista.

Este deslizamiento conceptual es, en la actualidad, una característica común a la mayoría de los informativos de televisión. Lo importante no es ya procurar la presentación aséptica de los hechos o la ausencia de opinión por parte del medio, pero tampoco el esfuerzo por explicar los acontecimientos. Lo importante es presentar al espectador un repertorio de opiniones contrapuestas que permita sustituir la extensión por la profundidad: cada afirmación incluida en las noticias debe ir, a ser posible, acompañada de su contraria.

Lo anterior, unido a la presencia privilegiada del propio medio como enunciador en los informativos, confiere a éstos, por un lado, una cierta función arbitral, y, por otro, una dimensión tranquilizadora y hasta cierto

punto familiar de cara al espectador. La fidelidad a un determinado informativo permite a los espectadores una apropiación de los elementos invariantes de ese programa (periodistas fijos, el propio estudio de televisión, determinados sobreentendidos, etc.), que acaban por ser interiorizados y asumidos como algo propio, como un espacio conocido y de certidumbre que otorga un mayor peso específico al conductor frente al exterior, a las noticias.

Es precisamente esta característica la que explica que en los informativos más conservadores y a la vez más críticos, que suelen combinar la deslegitimación de lo político con la fragmentación de lo social, el medio acabe por convertirse en la principal instancia defensora del orden y de los intereses sociales.

2. *La ilustración construida*

Del mismo modo que la noticia debe despojarse de cualquier concepción naturalista como paso previo para el análisis de los componentes y reglas de su construcción, en la imagen es necesario trascender del plano estrictamente reproductivo para estudiar los mecanismos que los informativos de televisión utilizan para mostrar los acontecimientos.

Un fenómeno que, como en el caso de la omnipresencia del conductor, se mantiene con los años, es la desigualdad existente entre los dos planos del discurso audiovisual: A pesar de los adelantos técnicos, quizá por esa dependencia de la información escrita ya señalada, la imagen sigue funcionando, en la mayoría de los casos, como una mera ilustración del discurso verbal.

Pero lo verdaderamente importante no es esa falta de igualdad (o de protagonismo) de la imagen frente al texto, sino el hecho de que en la mayoría de las informaciones la ilustración de la noticia no nos muestra el acontecimiento al que dicha noticia se refiere en sus diferentes variables espacio-temporales (el lugar y el momento del acontecimiento) y actanciales (los protagonistas del acontecimiento) como cabría esperar. Por el contrario, recurre a una compleja reconstrucción del acontecimiento que busca compensar ante el espectador esa falta de mostración de la noticia.

El naturalismo construido tiene como objetivo último compensar la infrautilización del medio (o, más exactamente, de sus posibilidades de mostración del acontecimiento) con una «ilusión de acontecibilidad», desarrollada mediante la articulación de un doble nivel de construcción del discurso icónico:

2.1. *Acercamiento conceptual al acontecimiento.*

Para conseguir ese acercamiento, el relato informativo integra una serie de imágenes susceptibles de procurar una «asociación perceptiva» con el acontecimiento en función de:

- Su semejanza motivada: es el caso de las *imágenes analógicas*, que recuerdan en algún nivel al acontecimiento pero no muestran ninguna de sus variables. Por ejemplo, cuando una noticia referida a las bajas temperaturas que se esperan para el próximo invierno es ilustrada con imágenes de archivo de ciudades nevadas.
- Su contigüidad: es el caso de las *imágenes metonímicas*, que no muestran el acontecimiento (ni parte de él) pero sí alguno de sus elementos espaciales o actanciales, siempre fuera del tiempo de dicho acontecimiento. Por ejemplo, una noticia sobre un debate parlamentario que se ilustra con imágenes exteriores del edificio del Congreso.
- Su semejanza convenida: es el caso de las *imágenes simbólicas*, cuya función connotativa en relación al acontecimiento no es sino una construcción socialmente aceptada. Por ejemplo, la utilización de logos, siglas, monumentos característicos de una ciudad o país, etc.

2.2. *Sincronización discursiva.*

Del mismo modo que el acercamiento conceptual sustituye en buena parte al acercamiento visual en la retórica de los informativos de televisión, la simultaneidad entre aquello que se narra y aquello que se muestra es sustituida por la sincronía. La sincronía es una relación puramente instrumental que se establece con independencia del soporte técnico e incluso del contenido icónico del propio acontecer. Consiste en un ensamblaje artificial de imágenes, que busca adaptarse al máximo a lo señalado en el discurso verbal del informativo pero que, al mismo tiempo, condiciona el propio contenido de ese discurso verbal.

La sincronía viene, como es lógico, precedida de un desarrollo tecnológico que la hace posible, y tiene una consecuencia evidente desde el punto de vista de la recepción del mensaje: el acontecimiento, en su dimensión visual, tiene cada vez un mayor grado de articulación, lo que convierte a los informativos en una especie de «puzzle sintáctico» y, al mismo tiempo, en un simulacro.

Un ejemplo claro de esta estrategia de reconstrucción icónica del acontecimiento son las noticias referidas a la coyuntura económica: una información sobre el desigual comportamiento de los componentes del IPC (alimentación, transportes, educación, etc.) aparece ilustrada de forma

simultánea a la aparición de estos conceptos en el discurso verbal, con imágenes de archivo de un mercado, un embotellamiento, unos niños a la salida de un colegio, etc.

3. *La construcción del sentido*

Como ya se ha señalado en apartados anteriores, el análisis de los informativos diarios difundidos por las diferentes cadenas de televisión pone de manifiesto una coincidencia bastante generalizada sobre lo que ha de tratarse (selección de los acontecimientos, de sus protagonistas y de sus principales referentes) y también sobre cómo ha de tratarse desde el punto de vista retórico-formal (estrategias de la enunciación y construcción de la noticia). Es, pues, la contextualización de los acontecimientos (en la que intervienen aquellos elementos de la noticia que permiten evaluar, explicar e interpretar dichos acontecimientos), el ámbito en el que se concentran las características más diferenciales de los modelos en concurrencia.

También aquí, sin embargo, puede generalizarse alguna característica fundamental del modo de presentar las noticias en televisión: se trata de la contextualización construida. Si, en términos generales, podemos afirmar que las noticias se integran en macroacontecimientos conformados en un proceso de sentido que, a su vez, dota de significatividad a los hechos particulares, el fenómeno de la contextualización construida opera sustituyendo los antecedentes y consecuentes —podríamos decir— «naturales» del acontecimiento por otras relaciones de orden más conceptual que pueden ser de dos tipos:

- De contigüidad, cuando se asocia un determinado acontecimiento con otros diferentes en función de contar con los mismos protagonistas o referentes de la información. Por ejemplo, la asociación que un espacio informativo puede establecer entre la subida del IPC y la crisis del Partido Socialista utilizando como nexo de unión al Ministro de Economía, aunque no se recoja ningún hecho ni ninguna declaración que explícitamente establezca dicha relación.
- De semejanza, cuando se asocia un determinado acontecimiento con otros diferentes en función de una cierta analogía de sentido que se justifica a partir del modelo ideológico en el que se integra el informativo en cuestión, pudiendo existir o no coincidencias en cuanto a las variables del acontecimiento. Un ejemplo ya clásico, pero muy indicativo, es el interés informativo que despertó hace unos años un problema menor como la insuficiente depuración de los mejillones de El Grove, tan sólo porque coincidió en el tiempo con una noticia estrella como la intoxicación por aceite de colza.

La recurrencia a este tipo de contextualización construida puede explicarse por razones de diferente magnitud, la mayoría analizadas ampliamente por los teóricos de la comunicación: por un lado, buscar contextualizaciones fuera del propio acontecimiento, aunque puede resultar engañoso, conjura el peligro de realizar balances que se vean desmentidos constantemente por nuevos hechos, dado el elevado volumen de información existente en la actualidad. Por otro, la resistencia de los periodistas a ser excesivamente reiterativos en la información, les lleva a primar determinados pseudoacontecimientos siempre y cuando cumplan más adecuadamente el perfil de interés que se busca en las noticias.

Como resultado de esta contextualización construida, el ciclo vital de la noticia presenta una autonomía en relación al ciclo vital del acontecimiento en sí, lo que implica a su vez una autonomía de las esferas de la acción social asociadas con el acontecimiento; se fragmenta la comprensión de los procesos sociales y, en muchos casos, las motivaciones y efectos del acontecimiento se ven sustituidos por presunciones y suposiciones, de modo que dicha contextualización impide una explicación centrada en el marco real de lo acontecido.

Conviene señalar asimismo que, desde otro punto de vista, esa autonomía del ciclo vital consolida una visión de la realidad restringida a la geografía de la pantalla, con un tiempo y un espacio que viene a coincidir con el que la televisión dedica a la noticia.

En cierto modo, la contextualización construida hace que se relacionen acontecimientos muy diferentes y, al mismo tiempo, que no se adviertan las implicaciones existentes entre hechos muy relacionados entre sí.

4. *La fuerza homogeneizadora de los protagonistas del acontecer*

En los espacios informativos de televisión confluyen dos tipos genéricos de acontecimientos que resultan altamente gráficos a la hora de sintetizar las leyes homogeneizadoras que el papel de los sujetos introduce en el acontecer informativo.

Puede afirmarse que la información sobre catástrofes y la información de corte institucional representan los dos extremos del discurso periodístico televisivo y, en este sentido, resultan sumamente útiles para poner de manifiesto las características invariantes de dicho discurso.

Teniendo en cuenta que el eje que vertebra todo acontecimiento es la acción, los distintos tipos de acciones que se llevan a cabo en los dos tipos de eventos, nos permitirán apreciar de una manera explícita la función de los protagonistas de las noticias.

La información sobre catástrofes es, en términos generales, una información conflictiva, negativa e imprevisible. Conlleva frecuentemente cierta prosopopeyización o antropomorfización de los elementos no humanos

que se sitúan como sujetos responsables de lo acaecido (accidentes causados por la niebla, terremotos que matan a cientos de personas). La sociedad suele aparecer como creadora de desorden, mientras que los sujetos institucionales, en general, serán las instancias introductoras de orden. Las acciones nucleares son haceres que modifican el mundo exterior.

La información institucional es, por el contrario, consensual, positiva y previsible. Esta previsibilidad permite mostrar el acontecimiento creando, incluso, el espacio visual óptimo para el medio. Contiene un alto grado de ritualidad, y la sociedad, si aparece, será siempre comparsa y los sujetos institucionales protagonistas. Las acciones nucleares son, consiguientemente, rituales y frecuentemente del eje del decir.

Pase lo que pase en el entorno, siempre hay un tipo de personajes —los institucionales— que lideran el sistema social, en el poder o frente al poder; tales personajes introducen orden en los acontecimientos que conforman las noticias. De la misma manera que, ocurra lo que ocurra, determinados individuos (los ciudadanos comunes, quienes llevan a cabo las rutinas de lo social) únicamente se encontrarán inmersos en el acontecer informativo porque rompen ese orden, bien colocándose frente al sistema o fuera de él, bien por encontrarse en situaciones más o menos insólitas.

Así, es precisamente en esa constante recurrencia de los distintos papeles que los individuos socialmente diferenciados desempeñan (introdutores de orden los institucionales, receptores de ese orden y responsables del caos o lo imprevisible los naturales y los sociales) donde reside la fuerza homogeneizadora que tienen los sujetos del acontecer.