

Evolución del lenguaje audiovisual en los programas informativos de televisión en España (comparativa entre 1999 y 2017)

Carles Marín

Universidad Rey Juan Carlos

carles.marin@urjc.es



Fecha de presentación: abril de 2020

Fecha de aceptación: octubre de 2020

Fecha de publicación: diciembre de 2020

Cita recomendada: MARÍN, C. (2020). «Evolución del lenguaje audiovisual en los programas informativos de televisión en España (comparativa entre 1999 y 2017)». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 63, 1-15. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3309>>

Resumen

Desde el nacimiento en 1957 del primer informativo en la única televisión existente en España hasta la entrada de la TDT, a partir de 2010, este medio de comunicación multitudinario ha evolucionado de una forma vertiginosa, al mismo tiempo que lo han hecho la sociedad y la tecnología. El objetivo de este artículo será conocer si el lenguaje periodístico audiovisual y el lenguaje audiovisual han sido determinantes en la transformación definitiva de la oferta informativa diaria, los noticieros, y cómo estos han cambiado a medida que la sociedad y sus nuevas generaciones se adaptaban a la multipantalla a la carta, a la universalización de los productos audiovisuales y a la demanda y consumo cada vez mayor del contenido informativo, de entretenimiento y de ficción.

Palabras clave: lenguaje; informativos; televisión; tecnología

Resum. *Evolució del llenguatge audiovisual en els programes informatius de televisió a Espanya (comparativa entre 1999 i 2017)*

Des del naixement el 1957 del primer informatiu en l'única televisió existent a Espanya fins a l'entrada de la TDT, a partir del 2010, aquest mitjà de comunicació multitudinari ha evolucionat d'una manera vertiginosa, al mateix temps que ho han fet la societat i la tecnologia. L'objectiu d'aquest article és conèixer si el llenguatge periodístic audiovisual i el llenguatge audiovisual han estat determinants en la transformació definitiva de l'oferta informativa diària, els noticiaris, i com aquests han canviat a mesura que la societat i les noves generacions s'adaptaven a la multipantalla a la carta, a la universalització dels productes audiovisuals i a la demanda i consum cada vegada més gran del contingut informatiu, d'entreteniment i de ficció.

Paraules clau: llenguatge; informatius; televisió; tecnologia

Abstract. *Evolution of audiovisual language in Spanish television news: Comparison from 1999 to 2017*

From the moment the first news program aired in the only television outlet that existed in Spain in 1957, up to its consolidation from 2010, this communication media has developed at the same rapid speed as society and technology. The aim of this article is to determine whether audiovisual newscast language and audiovisual language have been decisive factors in the definitive transformation of daily newscasts and how these newscasts have changed as society and new generations have adapted themselves to the multiscreen format, the universalization of audiovisual products, and the growing demand for and consumption of news, entertainment, and fiction.

Keywords: language; newscast; television; technology

1. Introducción. Evolución de los informativos audiovisuales hasta la consolidación de la TDT y la televisión digital

La televisión como medio de comunicación de masas nació en 1935 entre disputas de alemanes y británicos por mostrarse al mundo como los pioneros en emitir TV de forma regular para sus respectivos países y públicos. Los Estados Unidos, por su parte, y contrariamente a lo que pudiera parecer, no accedieron a los servicios regulares televisivos hasta dos años más tarde, pero lo hicieron con más recursos y con el apoyo de grandes empresas como la NBC, la CBS o la RCA (Rings, 1964; Faus Belau, 1995; Emery, 1996). La retransmisión de los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York en 1939 o el ataque japonés a Pearl Harbour en 1941 fueron hechos noticiosos que cubrieron las televisiones y que, sin duda, marcaron la primera etapa histórica de este medio audiovisual (Marín, 2006: 33), pero lo cierto es que la información en televisión no se afianzó hasta la década de los sesenta del siglo pasado y, sobre todo, no se generalizó hasta los años setenta y ochenta. Y esa fue la senda, precisamente, que siguió España.

Desde el nacimiento de la televisión pública TVE en 1956 hasta la llegada de las televisiones autonómicas en 1983, España solo dispuso de dos canales de TV: la primera cadena y el UHF (segundo canal inaugurado en 1966). Los informativos diarios fueron exclusivos del primer canal hasta la creación de *La 2 noticias* en 1994. Por lo tanto, la cadena principal de TVE vivió sin competencia informativa en el ámbito estatal hasta que las cadenas privadas generalistas hicieron acto de presencia en 1990 y también sus informativos. Pero hasta llegar a ese punto, y durante sus primeros 40 años de vida, TVE y sus noticiarios vieron cómo la tecnología iba incorporándose de forma paulatina y decidida: la grabación de los programas, la inclusión del color en las emisiones, los avances de red de cobertura, los satélites, las tecnologías digitales, etcétera.

Al aspecto tecnológico hay que sumarle el controvertido y eterno debate de la politización y, por ende, de la manipulación informativa de la Radiote-

levisión Pública Española. Desde sus inicios hasta hoy, el rigor y la independencia de los profesionales de TVE siempre se han visto afectados por la idea, convertida en presuntamente real, del control ideológico que han ejercido los partidos políticos que han gobernado el país (Soengas Pérez y Rodríguez Vázquez, 2015; Soler Campillo, 2005). Al cuestionado modelo de televisión pública actual, y ante ejemplos de otros modelos existentes en Europa que funcionan aparentemente mejor, se añaden otros problemas, como el de la financiación (siempre) insuficiente (Mateo y Bergés, 2008) y el ansiado (amplio) consenso parlamentario para que RTVE deje de ser noticia por su politización y pase exclusivamente a ser reconocida por su pluralidad y calidad informativas, y en la que todos los colectivos y, por tanto, ciudadanos se vean representados.

1.1. La TDT como sustituta de la televisión analógica

Un día antes de lo previsto, el 2 de abril de 2010, se producía en España el llamado «apagón analógico» y la entrada definitiva de la TDT, que había tenido sus inicios entre los años 2000 y 2005, este último ya en abierto y con señal gratuita (Román Portas, 2012).

La TDT «no solo determinó el cambio en el modelo de televisión, que pasó de ser mayoritariamente generalista (*broadcasting*) a ser principalmente temático (*narrowcasting*)», sino también que se estructuró como una televisión de calidad, digital e interactiva, si bien el afán primitivo por unir teléfono, televisión e internet no terminó de cuajar, lo que propició que fueran las operadoras de telefonía las que ofrecieran al ciudadano la posibilidad de contratar previamente estos servicios como una opción solo de pago (García, 2006; Fernández Jara y Roel, 2014a).

En cuanto a los programas informativos, la TDT no propició ni tampoco consolidó ningún cambio a partir de la fragmentación de las audiencias ni en la tematización de contenidos. Las cadenas generalistas, tanto públicas como privadas, continuaron con sus espacios informativos en sus franjas tradicionales de mañana, tarde, noche y fin de semana, y eliminaron los de madrugada. El número global de telespectadores de noticiarios no mermó, pero sí hubo un trasvase de audiencia de los telediarios de TVE a los segundos canales de Atresmedia y Mediaset: La Sexta y Cuatro.

La novedad durante estos últimos diez años ha sido el cambio paulatino hasta su consolidación del lenguaje audiovisual utilizado en los informativos y su puesta en escena. Como veremos en el siguiente punto y en el análisis posterior, la imagen audiovisual ha sucumbido a la palabra, es decir, la frase periodística sigue siendo una descripción de lo que muestra la imagen, a menudo de acompañamiento de la misma, pero el concepto audiovisual ha terminado priorizando sobre lo que es noticia para dejar paso al sensacionalismo de lo que se ve, a la anécdota de lo audiovisual como espectáculo, e incluso ha quedado en un segundo plano lo escrito y, posteriormente, locutado para potenciar lo que llama la atención de la retina humana del consumidor de televisión.

2. El lenguaje audiovisual y sus formas de comunicación en los informativos de TV

Más allá de los indicadores de calidad que miden el carácter objetivo de la información, basados principalmente en la libertad de expresión del profesional y en el pluralismo como garante entre los distintos actantes en la información que se pretende transmitir (Díaz Arias, 2000; La Porte y Sábada, 2005; Behmer, 2009; Fernández Jara y Roel, 2014b), esta se confecciona indisolublemente —cuando hablamos del noticiario televisivo— a través de sus dos pilares básicos: el lenguaje periodístico audiovisual y el lenguaje audiovisual.

La principal característica del lenguaje periodístico audiovisual es la palabra escrita —más aproximada a su forma coloquial—, que viene determinada por un texto específico adaptado al periodismo audiovisual y que requiere concisión, claridad y objetividad en su uso. Ante todo, busca captar el interés del telespectador.

Desde el punto de vista fónico, puesto que contiene textos que van a ser locutados, el lenguaje periodístico audiovisual ha desarrollado, con el tiempo, unos roles miméticos¹, como interrumpir la frase justo cuando se ha pronunciado el sujeto de la oración, o unir el predicado con el sujeto de la oración que le precede. De esta forma, se crean aposiciones innecesarias muy características de los informativos de televisión. Asimismo, y desde el punto de vista morfosintáctico, utiliza un lenguaje telegráfico y elíptico basado en una estructura de estilo nominal, lo que ha llevado a que las frases sean más cortas e impactantes. También en el uso de las partes de la oración, la acumulación del grado superlativo y aumentativo, así como la utilización del adverbio y el adjetivo de una forma constante, este lenguaje específico audiovisual califica lo que se está contando, lo que resta objetividad y suma opinión a la narración. Por último, y desde el punto de vista léxico-semántico, al utilizar neologismos, extranjerismos, coloquialismos y tópicos, sobre todo en el lenguaje deportivo, ha logrado crear una sensación de cercanía al telespectador, pero también lo ha abocado a la generalización de vocablos repetitivos e incluso frases hechas que empobrecen verdaderamente ese lenguaje transmitido a la audiencia (Marín, 2006; Ortells Badenes, 2015; Jódar-Marín, 2019).

Por otro lado, nos encontramos con el lenguaje audiovisual que, en su parte más simple —la confección de la noticia—, engloba todos los aspectos técnicos basados en la imagen, el sonido, la música y el silencio. Se trata de la narración audiovisual grabada con cámara previamente, editada a partir de los *brutos* de las imágenes y sonidos, y posproducida después por el equipo de realización del informativo.

Otros aspectos del lenguaje audiovisual que deben tenerse en cuenta en el noticiario son: la disposición de planos, el uso de cortinillas, *catch*, ráfagas,

1. Formas de entonación y expresión que realizan los profesionales más veteranos y que acaban siendo copiadas o imitadas por los más jóvenes, que siguen sus enseñanzas en la profesión.

rótulos, colas, sumarios, cabeceras y *cebos*, así como también la disposición del set de plató y sus presentadores, infografías, pantallas murales de vídeo (*videowall*) o grandes monitores de TV, etcétera.

Junto al periodístico audiovisual, ambos lenguajes se integran en un todo indispensable para una audiencia masiva que cada día conecta con la oferta informativa televisiva. La corrección y el buen uso de ambas disciplinas generan una claridad en el mensaje creado a partir de la veracidad y la honestidad del profesional audiovisual de la información que lo usa.

Llegados a este punto, la pregunta que cabe hacernos es: ¿cómo ha sido la evolución de ambos lenguajes después de la consolidación de los espacios de noticias de televisión a partir de los años noventa y a raíz de la incorporación de la TDT, de la fragmentación de las audiencias y del cambio de paradigma generacional de consumo televisivo? Hallamos la respuesta en el principal objetivo del presente estudio de investigación.

3. Objetivo y metodología. Descripción de la muestra

La información televisiva en las cadenas españolas sigue generando interés masivo de espectadores después de 63 años desde la puesta en marcha, en 1957, de aquel primer informativo diario que, sin imágenes ni audios de apoyo, solo disponía de un presentador con formación de locutor de radio que se encargaba de transmitir la información en directo, siempre que la emisión no fallara.

En 2017, más de 15,6 millones de telespectadores elegían informarse por televisión en las ediciones de tarde y noche de las cadenas generalistas que emitían en todo el territorio nacional, en un medio con una penetración de más del 85% en los hogares españoles (AIMC, 2017). Y en la actualidad, estas cifras siguen sin bajar.

Esta investigación analiza, a través de su lenguaje, cómo han evolucionado los informativos de televisión a medida que lo ha hecho también la sociedad y, sobre todo, la tecnología. A lo largo de estas seis décadas, ha habido dos puntos de inflexión, y a la vez de cambio de ciclo, que han marcado esta evolución en el campo concreto de los programas informativos diarios de TV:

1. En la década de los noventa del siglo pasado entraron las cadenas generalistas de ámbito estatal: las privadas Antena 3, Telecinco y Canal+, en competencia directa con los dos canales públicos de TVE (La Primera y La Segunda). Hubo también una proyección y una consolidación de las primeras cadenas autonómicas, todas ellas nacidas en los años ochenta: Euskal Telebista (ETB, 1982), Televisión de Cataluña (TV3, 1983), Televisión de Galicia (TVG, 1985), Televisión de Andalucía (Canal Sur, 1989), Televisión de la Comunidad de Madrid (Telemadrid, 1989) y Televisión de la Comunidad Valenciana (Canal 9, 1989).

2. La entrada de la TDT en 2010, con el proceso irreversible de la fragmentación de las audiencias y el nacimiento de los canales temáticos, la televisión con más variedad de programación, menor calidad de contenidos y con un decidido proceso de digitalización con la tecnología como fuente inspiradora.

El objetivo de este estudio será saber si el lenguaje periodístico audiovisual y el lenguaje audiovisual han sido determinantes en la transformación definitiva de la oferta informativa diaria, los noticiarios, y cómo estos han cambiado a medida que la sociedad y sus nuevas generaciones se adaptaban a la multipantalla a la carta, a la universalización de los productos audiovisuales y a la demanda y consumo cada vez mayor del contenido informativo, de entretenimiento y de ficción.

La metodología que aplicaremos a este estudio se basará en el análisis de contenido, que permite no solo unas conclusiones de carácter sociológico, sino también unas aportaciones diacrónicas comparativas en las dos muestras que serán objeto de estudio (Díaz Arias, 2008; Gutiérrez, Rodríguez Fidalgo y Gallego Santos, 2010; Humanes, 2001).

Para ello se han visionado y analizado 90 informativos pertenecientes a dos épocas distintas: 1999 y 2017. La elección del año 1999 se justifica principalmente por la consolidación de otros medios privados de televisión en nuestro país y, por ende, de sus espacios de noticias, cuando deja de existir la única visión informativa de la cadena pública TVE. Por otro lado, se ha elegido el año 2017 porque permite mostrar con perspectiva suficiente el cambio de modelo que supuso la desaparición del modelo analógico de televisión y la entrada de la digital TDT y su multiplicidad gratuita de canales.

Los informativos analizados pertenecen a las emisiones de las franjas de tarde y noche, ubicadas de lunes a viernes, de las cadenas generalistas públicas y privadas siguientes:

- Año 1999 (de octubre a diciembre). 45 noticiarios. TVE: *Telediario* de La 1. Antena 3 TV: *Antena 3 Noticias*. Telecinco: *Informativos Telecinco*.
- Año 2017 (de enero a marzo). 45 noticiarios. TVE: *Telediario* de La 1. Cuatro TV: *Noticias Cuatro*. La Sexta TV: *La Sexta noticias*.

A partir de la muestra y de un trabajo de análisis comparativo (1999 y 2017), se establecen las hipótesis siguientes:

- H1. La espectacularización de los contenidos se asienta definitivamente con la inclusión de más sucesos y noticias *soft*, en detrimento de la información más convencional, como la de las áreas de internacional, economía o cultura. Entre los dos años analizados, se equilibra este tipo de contenidos en la brecha existente entre medios públicos y privados.

- H2. El lenguaje periodístico, a través de la escritura de noticias, sucumbe a estructuras del hipérbaton, al uso de adverbios y adjetivos, tópicos y coloquialismos con el fin de atrapar la atención del telespectador, así como al efecto polarizador que supone incorporar opinión en las noticias, lo que provoca la misma finalidad.
- H3. El lenguaje audiovisual, a través de la tecnología y la implantación de la TDT, ha mejorado y ampliado su área de acción por lo que se refiere al grafismo, los infográficos y las pantallas gigantes, y esto permite a la audiencia obtener una mejor información visual que perfecciona el entendimiento de lo narrado por el profesional de la información.
- H4. Se consolida la espectacularización de la información con el sensacionalismo de la imagen y la polarización de la política con una gran carga de ideología.

4. Resultados

Para responder a las hipótesis planteadas, se han contabilizado un total de 157 ejemplos, de los que 80 pertenecen a los informativos analizados en el año 1999 y 77 a los noticiarios de 2017.

En relación con la hipótesis 1, observamos que la espectacularización de los contenidos informativos, propiciada por la incorporación de sucesos y temas impactantes audiovisualmente, apenas tiene presencia en los telediarios de la televisión pública del año 1999, y son las televisiones privadas, sobre todo Telecinco, las que se llevan la mayor parte. En 2017, en cambio, se produce un mayor equilibrio de estos contenidos entre los informativos del canal público y los propios de las dos cadenas de titularidad privada.

Tabla 1. Año 1999. Sucesos y espectacularización de la información

Informativo/Canal	Número de ejemplos hallados: 65	Porcentaje total
<i>Telediario 1/La 1 de TVE</i>	4	6,2%
<i>Antena 3 noticias/Antena 3 TV</i>	21	32,3%
<i>Informativos Telecinco/Telecinco</i>	40	61,5%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Año 2017. Sucesos y espectacularización de la información

Informativo/Canal	Número de ejemplos hallados: 70	Porcentaje total
<i>Telediario 1/La 1 de TVE</i>	16	22,9%
<i>La Sexta noticias mediodía/La Sexta</i>	29	41,4%
<i>Noticias Cuatro 1/Cuatro</i>	25	35,7%

Fuente: elaboración propia.

Respecto a la hipótesis 2, las estructuras lingüísticas que deforman las propias de la frase periodística audiovisual tradicional, así como el uso de pala-

bras cuyos significados léxicos, para estos casos, ofrecen opinión sobre la acción narrada y la modifican, estaban ya muy presentes en los informativos de 1999, pero lograron consolidarse definitivamente en 2017.

La transmisión de la información audiovisual como una forma de acercamiento al telespectador y al lenguaje que utiliza en su día a día se ha convertido en una constante en los informativos tanto públicos como privados para conseguir audiencia y fidelidad en estos espacios. Algunos ejemplos son:

Estructuras de alteración de la frase periodística tradicional

Año 1999

ANTENA 3 NOTICIAS

En libertad vigilada. Así está Fernando Hierro hasta que decida el Comité de Competición...

INFORMATIVOS TELECINCO

De madrugada y por sorpresa. Así ha resucitado el proceso de paz en Irlanda del Norte...

ANTENA 3 NOTICIAS

Tiroteo en México. Ocurría en una gasolinera de la capital mejicana...

Opinión a través de modificadores de significado

Año 1999

ANTENA 3 NOTICIAS

... Entre las víctimas se encuentran los padres de los dos niños de corta edad que también estaban en el lugar de los hechos y que, **milagrosamente**, lograron salvar la vida.

INFORMATIVOS TELECINCO

... ya está controlado el **espectacular** incendio de una fábrica de detergentes...

Año 2017

LA SEXTA NOTICIAS

Los **lamentables** comentarios que se publicaron en las redes sociales tras la muerte de Bimba Bosé no solo indignan, sino que van a tener una respuesta judicial.

TELEDIARIO. LA 1 DE TVE

... son los supuestos autores de esta **brutal** agresión...

NOTICIAS CUATRO

Y la nieve también ha provocado el derrumbe de un polideportivo en Cehegín, en Murcia, **afortunadamente** sin causar heridos...

TELEDIARIO. LA 1 DE TVE

Y todo esto ocurre en esta zona del centro de Italia **terriblemente** castigada desde hace tanto tiempo.

NOTICIAS CUATRO

Londres opta por la vía **dura, durísima**. El Brexit se va a hacer sin paños calientes...

Tópicos, frases hechas y eufemismos

Año 1999

INFORMATIVOS TELECCINCO

... Van Gaal deberá empezar a justificar su astronómico sueldo este domingo ante otra de sus **bestias negras**: el Mallorca.

ANTENA 3 NOTICIAS

... todos le **quitan hierro** al asunto de la fiesta...

ANTENA 3 NOTICIAS

Varios clubes **han puesto el grito en el cielo** porque...

INFORMATIVOS TELECCINCO

... el Deportivo [de la Coruña] le **perdonó la vida** al Panathinaikos...

ANTENA 3 NOTICIAS

... Se trata de aumentar la seguridad en la carretera donde el año pasado más de cuatrocientos transportistas **perdieron la vida**.

La hipótesis 3 determina cómo la puesta en escena ha cambiado la forma de consumir información en una época, la de 2017, marcada por internet y lo tecnológico (con el abaratamiento del coste de señal de emisión del formato del *directo* televisivo), y en la que lo considerado accesorio para ofrecer noticias tenía la misma importancia que el contenido de esas informaciones. A finales del siglo XX, en cambio, la composición estética de la emisión de informativos se basaba en una estructura muy sencilla, en la que los conductores del espacio convivían en un mismo tipo de plano junto con el directo de los corresponsales y los vídeos de las noticias elaboradas por los redactores de informativos.

Veamos cómo ha cambiado esta puesta en escena en los espacios de noticias:

Tabla 3. Año 1999. Puesta en escena de los informativos de televisión

Informativo/ canal	Plano fijo del presentador	Otros tipos de plano del presentador	Otros elementos en plató	Directos en TV	Interacción con el telespectador	Calidad de emisión
<i>Telediario 1/ La 1 de TVE</i>	Sí	Apenas	No	6 de media/ costosos	No	Estándar
<i>Antena 3 noticias/ Antena 3 TV</i>	Sí	Apenas	No	3 de media/ costosos	No	Estándar
<i>Informativos Telecinco/ Telecinco</i>	Sí	Apenas	No	3 de media/ costosos	No	Estándar

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Año 2017. Puesta en escena de los informativos de televisión

Informativo/ canal	Plano fijo del presen- tador	Otros tipos de plano del presentador	Otros elementos en plató	Directos en TV	Interacción con el telespec- tador	Calidad de emisión
<i>Telediario 1/</i> La 1 de TVE	Sí	Americanos, de pie, en movimiento en plató, etc.	Pantallas gigantes, grafismo e infografía muy desarrollados	9 de media / baratos y tecnología IP (internet)	Sí. Internet y redes sociales	Alta definición
<i>La Sexta noticias mediodía/</i> La Sexta	Sí	Americanos, de pie, en movimiento en plató, etc.	Pantallas gigantes, grafismo e infografía muy desarrollados	5 de media / baratos y tecnología IP (internet)	Sí. Internet y redes sociales	Alta definición
<i>Noticias Cuatro 1/</i> Cuatro	Sí	Americanos, de pie, en movimiento en plató, etc.	Pantallas gigantes, grafismo e infografía muy desarrollados	5 de media / baratos y tecnología IP (internet)	Sí. Internet y redes sociales	Alta definición

Fuente: elaboración propia.

Por último, la hipótesis 4 demuestra cómo la evolución del lenguaje periodístico audiovisual se ha consolidado a través de la espectacularización de contenido con gran carga ideológica. En 1999 la incorporación de opinión no era patente (aunque sí latente), pero se cuidaba más lo que se escribía. En 2017, en cambio, era lo contrario, sobre todo en las televisiones privadas. Veamos algunos ejemplos:

Año 2017

NOTICIAS CUATRO. ENTRADILLA. DECLARACIÓN DE LUIS BÁRCENAS POR EL CASO GÜRTEL.

Y ya ven que, nada de nada, de eso de tirar de la manta. La de Bárcenas está siendo una declaración muy medida, al milímetro.

NOTICIAS CUATRO. PIEZA. JUZGADA LA PERIODISTA GRÁFICA HÚNGARA ACUSADA DE PONER LA ZANCADILLA A UN SIRIO (Y GOLPEAR A UNA NIÑA Y A UN JOVEN) EN LA FRONTERA SUR DE HUNGRÍA CON SERBIA.

Fue la zancadilla de la vergüenza, la que le puso Petra László a un refugiado con su hijo en brazos, la que les hizo caer al suelo, llorar y gritar de rabia.

LA SEXTA NOTICIAS. TITULARES. TRILLO Y LAS «PRESUNTAS» DISCULPAS POR EL YAK-42.

(...) El exministro de Defensa no valora esa reunión de Dolores de Cospedal con las familias del Yak-42, y sobre si debe pedir perdón se remite a la postura del Partido Popular. **O sea que, de disculparse, nada.**

TELEDIARIO. LA 1 DE TVE. DIRECTO. RESPONSABLES DE GRANDES EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LA 3.ª JORNADA DEL FORO DE DAVOS EN SUIZA.

(...) Hay una larga lista de empresarios, **no así políticos** (...) El presidente del Banco Bilbao-Vizcaya, Francisco González, nos ha dicho, por ejemplo, que su banco va a cumplir —**como no podía ser de otra manera**— con la sentencia que regulará la devolución de las cláusulas suelo...

NOTICIAS CUATRO. INTRO. DECLARACIÓN DE JESÚS SEPÚLVEDA. JUICIO TRAMA GÜRTEL.

Lo ha negado todo. Jesús Sepúlveda, el exmarido de Ana Mato, **ya saben... el del Jaguar en la puerta de casa, los viajes a todo lujo y las fiestas infantiles con cañones de confeti**, dice que no recibió dinero corrupto de la *trama Gürtel*...

5. Conclusiones

La entrada de las televisiones privadas en 1990 supuso un punto de inflexión para los noticiarios generalistas de ámbito estatal, basados en el único modelo existente: la televisión pública. Se esperaba una plena pluralidad informativa con la llegada de tres modelos privados (dos en abierto y uno de pago), pero ya en los primeros años se vislumbraba que la dimensión comercial y empresarial de las nuevas cadenas, junto a la dimensión política que ya había hecho estragos en TVE, iban a limitar «la libertad del periodista hasta reorientar las noticias en función de los nuevos objetivos empresariales que reclamaban una mayor cantidad de audiencia» (Mateos Pérez, 2009).

Fueron años en los que se empezaba a hablar de sensacionalismo y espectacularidad en las noticias. La opinión del periodista iniciaba una tímida etapa que se consolidaría años después con el único fin de lograr una diferencia ideológica clara entre televisiones y sus respectivos informativos. Asimismo, para lograr la atención de la audiencia y consolidarla posteriormente, las TV privadas incorporaban en las escaletas de sus noticiarios un mayor número de sucesos, temas más espectaculares que informativos (sobre todo por la imagen de impacto que estos llevaban), y anécdotas sociales, con la idea de fidelizar a un público que era susceptible de abandonar los telediarios de Televisión Española. Por último, la política nacional seguía copando interés, sobre todo por los casos de corrupción de la época, en detrimento del área internacional, que, poco a poco, iría quedándose en algo anecdótico para las nuevas televisiones.

Si a principios de los noventa, los dos canales principales de TVE —La 1 y La 2— representaban el 70% de la audiencia estatal, casi una década después, en 1999, lograban solo un 32% de *share*, mientras que las cadenas privadas (Antena 3, Telecinco y Canal+) ostentaban ya el 45% de la audiencia global. Con estos datos, y teniendo en cuenta la feroz lucha por las audiencias de las televisiones y el cambio de hábitos de consumo explicados anteriormente, la transformación de los espacios informativos dejó de ser una tendencia para consolidarse definitivamente. Pero, para el caso concreto que nos ocupa, ¿cómo

afectaron esos cambios de hábito al lenguaje periodístico audiovisual? Aunque de forma desigual, si diferenciamos las televisiones privadas de las públicas, desde el punto de vista morfosintáctico, los textos de los formatos básicos de los noticiarios —piezas, vídeos o VTR principalmente— sucumbieron a estructuras basadas en la figura retórica del hipébaton, esto es, la alteración del orden normal de las palabras, la estructura lógica de la frase, es decir, sujeto y predicado. Esta fórmula se importó del inglés y de los informativos de televisión estadounidenses, con el fin de atrapar la atención del telespectador en las *intros* o pasos de las noticias. Frases con participios absolutos, elipsis, anticipación sintáctica, estilo telegráfico o desorden sintáctico se hicieron habituales en los informativos (ejemplos: «En libertad vigilada. Así está Fernando...»; «Dos mil muertos al año. Más de treinta mil heridos...»; «Partido en dos. Así ha quedado...»; «Tiroteo en Méjico. Ha sido en una gasolinera...»; etcétera).

En el uso de las partes de la oración, los informativos incorporaban adverbios y adjetivos que, como algo nuevo para diferenciarse de otras ofertas informativas o por prescripción de editores de los informativos, llamaban mucho la atención del telespectador, aunque no dejaban de calificar la acción narrada y, por ende, de opinar (ejemplos: «milagrosamente», «brutal», «desesperadamente», «espectacular»).

Desde el plano léxico-semántico, habría que sumar tópicos («apostar por», «dar luz verde...»), frases hechas («quitar hierro al asunto», «ajustarse como un guante» o «a toda pastilla»), latinismos («*in situ*», «*a priori*»...) y eufemismos («perder la vida», «ejecuciones de rehenes», «refugiados vascos», «interrupción del embarazo...»). Todos estos casos, sin duda, se acercaban más a un lenguaje popular, al de la gente de la calle, seguramente para generar cercanía y confianza a la audiencia.

En esa época, las noticias tenían una duración media de un minuto y treinta segundos, aunque en ocasiones podían llegar a los dos minutos. Todavía no había llegado la esclavitud total de las publicidades, que provocó una drástica reducción de los programas, sobre todo informativos. La tecnología aún no permitía que la imagen primara absolutamente sobre la palabra, aunque el empeño tendría su recompensa dos décadas más tarde.

Desde el punto de vista del lenguaje audiovisual, si bien la imagen era relevante para un informativo audiovisual, lo cierto es que el alto coste tecnológico no permitía a las cadenas hacer un desembolso que superara el presupuesto destinado al noticiario. Hay que recordar que era una época en la que internet apenas había dado sus primeros pasos, y lejos quedaba su penetración social masiva. A pesar de que las cabeceras y los sumarios intentaban acercarse a lo más novedoso de finales de los años noventa, lo cierto es que la puesta en escena seguía siendo la tradicional. A los planos medios de los presentadores, que se limitaban a leer y a introducir vídeos o directos, las televisiones no arriesgaban en sus propuestas informativas, bien porque no disponían de la tecnología, bien porque las fórmulas utilizadas les daban los réditos de audiencia suficientes para no salirse de la fórmula; de ahí, la máxima en televisión que dice: «Si algo funciona, no se toca».

Como ya se ha señalado anteriormente, 2010 supuso otro cambio importante en los informativos de televisión debido a la fragmentación de las audiencias y a la entrada del modelo digital y multicanal, con la puesta en marcha de la TDT. Pero esto también coincidió con la crisis económica, «el declive de la televisión informativa y el auge de la televisión espectáculo» (Soengas Pérez, 2013). A la espectacularización de la información, motivada mayormente por el texto escrito del profesional de la información, se añadía el sensacionalismo de la imagen. En 2017, además, los noticiarios se habían polarizado más que nunca desde el punto de vista ideológico, político. A las graves y constantes acusaciones de manipulación de los telediaristas de TVE, tanto por lo que se veía como por lo que se escuchaba (imagen *vs.* escritura), se unieron otras ofertas informativas de canales privados, como La Sexta y Cuatro, con gran carga ideológica. Ante la polarización de las audiencias, con la ayuda de internet y las redes sociales, el hecho de llamar la atención se volvió lo más importante en las ofertas informativas. Con un panorama multi-pantalla, donde el ciudadano recibe más impactos que nunca en formato audiovisual, a la información en televisión no le ha quedado más remedio que afianzarse en el modelo *polarizador* que implica incorporar opinión en sus noticias. El informador de televisión se hace cómplice con el telespectador, al utilizar en sus vídeos informativos expresiones como «...fue la zancadilla de la vergüenza», «...esta genialidad de Messi», «...volcados en salvar a Trillo (el expolítico del Partido Popular) y no pedir perdón», etcétera. Si a este hecho, y desde el plano morfosintáctico, se le añaden adverbios, adjetivos y aposiciones con el fin de aportar opinión a sus informaciones, se cierra el círculo que engloba morbo, espectacularización, sensacionalismo e ideología. Y parece que esta tendencia va a quedarse definitivamente.

Por último, y desde el punto de vista de la técnica que supone el lenguaje audiovisual, la tecnología formal de la puesta en escena del noticiario ha repercutido directamente en sus contenidos. La espectacularización de la información se ha asentado con la inclusión de más sucesos y noticias que parten de lo anecdótico, pero que guardan una imagen muy potente, o una serie de ellas, grabadas con helicópteros, drones, coches de policía o, incluso, con el móvil del ciudadano presente en la escena susceptible de ser noticia. Pero esa espectacularización también ha llegado con la utilización de sets de platós con grandes pantallas, infográficos muy trabajados e incluso la realidad aumentada, lo que ha provocado que el ojo del telespectador se acostumbre a esto y ya no quiera otra cosa. La tecnología ha permitido, además, que los costes de los directos se hayan abaratado enormemente, por las grandes posibilidades que ofrece internet y sus señales. El cambio ha sido espectacular y el telespectador busca que cada día se le pueda sorprender más. Así pues, los responsables de los informativos de televisión, sobre todo de las grandes cadenas, deben esforzarse cada vez más con algo nuevo e impactante. Las televisiones buscan fidelizar, y esto no es tarea fácil porque vivimos en una sociedad que recibe impactos constantes por el uso infinito de todo lo audiovisual a través de la gran cantidad de pantallas, fijas y móviles, de que dispone.

En respuesta a las hipótesis de partida y como conclusión definitiva a este estudio, es importante remarcar que esa evolución constante, tanto del lenguaje periodístico audiovisual como del lenguaje audiovisual, ha permitido que el telespectador se sienta identificado absolutamente con la información televisiva y que su interés no pare de crecer. Si bien es cierto que mantener la atención de la audiencia ha significado sacrificar buena parte de la información puramente periodística y de interés general frente al sensacionalismo y a lo espectacular —incluso llegando a conocer la opinión del profesional en sus informaciones—, la tecnología aplicada a la imagen y a todo lo que la envuelve ha beneficiado al telespectador, ya que se le explica lo que está viendo no solo con imágenes, sino también a través de la narración periodística, lo que supone una mejor y más explícita información.

Referencias bibliográficas

- AIMC (2017). «Resumen general de resultados de EGM» (de febrero a noviembre de 2017). Recuperado de <<https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>>.
- BEHMER, M. (2009). «Measuring media freedom: approaches of international comparison». En: CZEPEK, A.; HELLMIG, M. y NOWAK, E. (ed.) (2009). *Press Freedom and Pluralism in Europe. Concepts and Conditions*. Bristol, Chicago: Intellect, 22-36.
- DÍAZ ARIAS, R. (2000). *La libertad de programación en radiodifusión. Un desarrollo del art. 20 de la Constitución Española*. Universidad Complutense de Madrid (UCM). Tesis. Recuperado de <<https://eprints.ucm.es/2227/>> [Fecha de consulta: 03-02-2020]
- (2008). «La representación del mundo en los informativos de televisión». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 363-384. Recuperado de <http://webs.ucm.es/info/emp/Numer_14/Sum/4-05.pdf>.
- EMERY, E. (1996). *El periodismo en los Estados Unidos*. México: Trillas.
- FAUS BELAU, Á. (1995). *La era audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- FERNÁNDEZ JARA, L. y ROEL, M. (2014a). «Las actuales estrategias de programación de la TDT en España: entre la comunicación de servicio público y la temática oferta privada». *Razón y Palabra*, 18 (abril-junio). Recuperado de <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199530728041>>.
- (2014b). «Propuesta de medición de parámetros de servicio público en los contenidos televisivos». *Ambitos*, 26 (septiembre-diciembre). Recuperado de <<https://institucionales.us.es/ambitos/propuesta-de-medicion-de-parametros-de-servicio-publico-en-los-contenidos-televisivos/>>.
- GARCÍA, J. (2006). «El cambio audiovisual. La TDT sustituye a la televisión analógica en España». *Hologramática*, 4, 87-98. Recuperado de <http://www.cienciaried.com.ar/ra/usr/3/197/hologramatica4_pp87_98.pdf>.
- GUTIÉRREZ, B.; RODRÍGUEZ FIDALGO, M. y GALLEGOS SANTOS, M. C. (2010). «El tratamiento de las noticias a debate: de la información a la dramatización». *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 126-145. <<https://dx.doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-888-126-145-EN>>

- HUMANES, M. L. (2001). «El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión». *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, 6 (11), 119-142. Recuperado de <<https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6072/5754>>.
- JÓDAR-MARÍN, J. Á. (2019). «Los nuevos formatos audiovisuales en los cibermedios: del reportaje televisivo al *videonews*». *Communication & Society*, 32 (4), 63-75.
- LA PORTE, M. T. y SÁBADA, T. (2005). «Hacia un nuevo pluralismo en la televisión europea». *Doxa Comunicación*, 3, 143-160. Recuperado de <<https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/5967>>.
- MARÍN, C. (2006). *Periodismo audiovisual. Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- MATEO, R. de y BERGÉS, L. (2008). *Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*. Sevilla: Comunicación Social.
- MATEOS PÉREZ, J. (2009). «La información como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada española (1990-1994)». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 315-334. Recuperado de <<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0909110315A>>.
- ORTELLS BADENES, S. (2015). «Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo». *Signo y Pensamiento*, 66 (34), 44-61.
- RINGS, W. (1964). *Historia de la televisión*. Barcelona: Zeus.
- ROMÁN PORTAS, M. (2012). «TDT en España y el dividendo digital». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18 (número especial noviembre), 801-809. <http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40959>
- SOENGAS PÉREZ, X. (2013). «El nuevo escenario informativo en España después de la implantación de la Televisión Digital Terrestre». *Ámbitos*, 22 (enero-junio). Recuperado de <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16832253016>>.
- SOENGAS PÉREZ, X. y RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A. I. (2015). «El control gubernamental de RTVE y el pluralismo en los informativos». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21 (2) (julio-diciembre), 1.225-1.240. <https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50912>
- SOLER CAMPILLO, M. (2005). «El informe del “Comité de sabios”: bases para una televisión de calidad». *Comunicar*, 25 (2). Recuperado de <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926234>>.

