

ESTRATEGIAS NARRATIVAS DE PROXIMIZACIÓN DEL NOTICIERO TELEVISIVO CHILENO*

Used television strategies to seduce target
audience of chile's newscast

Lorena Antezana Barrios

Doctora en Información y Comunicación, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica, 2008; Magíster en Comunicación Social, Licenciada en Comunicación Social y Periodista de la Universidad de Chile, Coordinadora del Magíster en Comunicación Política y Académica del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.

Correspondencia: Av. Ignacio Carrera Pinto N° 1045 Ñuñoa, Santiago, Chile.
lantezana@uchile.cl

RESUMEN

En la actualidad, el noticiero televisivo central se constituye en un espacio privilegiado, en un rito social donde cotidianamente, los telespectadores se dan cita para “informarse” de todos aquellos acontecimientos que en su conjunto, les brindan las pistas para operar en sociedad. Estos eventos están ordenados y estructurados bajo una lógica fundamentalmente narrativa, la que es utilizada de manera particular por cada uno de los canales televisivos. Esta forma de configurar los relatos se plantea como una estrategia de proximización desplegada por el canal para seducir y retener a su público objetivo.

Palabras clave: televisión, noticiero televisivo, narratividad, público, estrategia.

ABSTRACT

Nowadays, the evening television newscast occupies a privileged space as a daily social ritual in which television viewers set aside time to “inform themselves” about the events that provide them with what they need to function in society. These events are arranged and structured using a fundamentally narrative logic, which is employed in a unique way by each television channel. This method of arranging the stories is a strategy used by the television channel to seduce and retain its target audience.

Key words: television, television newscast, narrativity, audience, strategy.

Recibido: 8 de septiembre de 2009

Aprobado: 16 de diciembre de 2009

* Este artículo presenta parte de los resultados finales de la investigación realizada para obtener el grado de Doctor en Información y Comunicación, en la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica. Mayo 2008. Título de la investigación: “*Estrategias de proximización del noticiero televisivo chileno para vincularse con su público*”. Beca Presidente de la República. Mideplan, Chile, 2008. Asesor: Marc Lits, director de l’Observatoire du récit médiatique.

INTRODUCCIÓN

En el presente artículo, a partir del análisis de un corpus de emisiones televisivas del género Telediario Nacional chileno, se indaga en las estrategias narrativas de proximización que cada canal en particular despliega para construir y reforzar la relación que establece con su público.

Los medios de comunicación construyen una puesta en escena discursiva de los fenómenos que son lo cotidiano de la información, este discurso mediático “[...] no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido” (Verón, 1998, p. 127). Los enunciados son entonces construidos sobre elecciones que, en el caso televisivo, conducen a una forma verbal y visual que da sentido y produce representaciones colectivas que permiten que se pueda inteligibilizar el mundo.

En esta investigación se toma como referencia teórica un modelo de discurso que se aplica a todo acto de comunicación en el lenguaje, donde “todo acto de comunicación es un objeto de intercambio entre dos instancias, la una de enunciación y la otra de recepción donde el sentido depende de la relación de intencionalidad que se instaure entre éstas” (Charaudeau, 1997, p. 15). Esto determina tres lugares de pertinencia: aquel en el que se encuentra la instancia de enunciación llamado lugar de las *condiciones de producción*, aquel en el que se encuentra la instancia de recepción, llamado lugar de las *condiciones de interpretación* y aquel en el que se encuentra el texto como producto terminado llamado lugar de *construcción del discurso*. Si bien en esta investigación se trabajará fundamentalmente en el último lugar señalado, se tomará como referencia contextual el lugar de las *condiciones de producción*.

Toda sociedad se construye a través de puestas en escena donde encuentran su espacio y su sentido, y son éstas las que permiten rearmar los acontecimientos según las modalidades narrativas que autorizan a esa sociedad a apropiárselas. Se trata de relatos que dan un sentido al tiempo, que en televisión implican una organización significativa de materiales diversos (lingüísticos, gráficos, icónicos), con sus propias particularidades.

La esfera pública entonces, está construida por relatos que se cruzan y que configuran un relato común. De acuerdo con Lits (1997):

Un relato, debe ser entendido como un texto, entidad abstracta, donde se toma en cuenta la refiguración individual y colectiva, creadora de identidad dentro de un anclaje social fuerte. Ricœur consagra lo esencial de su obra a relatos de ficción (literatura, historia) no tomando en cuenta los relatos ordinarios pero, hoy en día, siguiendo a De Certeau, la construcción de nuestra relación con los otros y el mundo se basa más (cuantitativamente) en los mensajes mediáticos que en los mitos, leyendas o la literatura. El polo mediático es central en el sistema social y ese polo está esencialmente construido según una lógica narrativa, en su producción y su recepción (p. 44).

El modelo narrativo se impone como una estructura de escritura de las informaciones pero también interviene en la forma en que los receptores consumen

las secuencias construidas. La secuencia de información ha sido montada, armada, a través de un encadenamiento de planos seleccionados, vestida por un fondo musical y será recibida también como un relato (Lits, 1997).

De acuerdo con Charaudeau (2005), la significación social de la experiencia humana en Paul Ricœur pasa por una forma de inteligibilidad que consiste en integrarla en un relato, en una “intriga”. Esta puesta en intriga se realiza por la mediación de una actividad mimética que se desarrolla en tres mímisis: (1) una *pre-figuración* del mundo en la cual los acontecimientos de la naturaleza están en relativa autonomía, (2) una *configuración* del mundo prefigurado que se entiende como una exigencia de poner en orden, de dar un sentido, (3) y por último una *re-figuración* del mundo configurado, que resulta de la actividad de inteligibilidad del sujeto receptor.

Por lo cual, más que el acontecimiento como tal, lo que interesa a una disciplina del sentido es el proceso de convertirlo en tal. Relatar, entonces, se convierte en un sinónimo del arte sutil de mezclar -de confundir voluntariamente- cognición y emoción. En este marco, la retención y la distribución de la información se convierte en el objeto de un juego de desenmascaramiento donde el ritmo, la cadencia, la inflexión dramática van a forjar el deseo de saber del receptor (Marion, 1996, p. 25).

El discurso de actualidad es aquel que une a un enunciador y un enunciatario, una situación de comunicación y un referente. El sentido no está dado nunca *a priori*, es construido o, más bien, co-construido de una doble manera (Jamet y Jannet, 1999, p. 10). Por un lado, el presentador no es soberano absoluto del enunciado que profiere, pues este enunciado no existe más que puesto en pantalla, el dispositivo entonces co-produce el mensaje. Por otro lado, no existe sentido más que actualizado por la lectura por lo cual la información no es concebida como transmisión sino como una construcción cooperativa de sentido.

Lo propio de la comunicación mediática de la información es la superposición de dos contratos de comunicación (Charaudeau, 1991) -que son los que permiten el nexo entre la instancia de producción y la de recepción, regulando las expectativas mutuas y permitiendo que se produzca una cierta intercomprensión- un contrato de información y uno de captación por lo cual el noticiero televisivo debe informar a sus telespectadores y además captar su atención para retenerlos.

El noticiero central de cada canal televisivo tiene un tipo de público cautivo, fiel y regular con el que establece una relación de proximidad la que supone siempre una “minimización de la puesta en distancia, de la separación o de la diferencia” (Huynen, 1997, p. 183). Sin embargo, esta situación inicial puede ser modificada, lo que necesariamente obliga al canal a tratar de mantener la atención y preferencia del telespectador. Para esto utiliza una serie de estrategias de “proximización”, “término que tiene la ventaja de connotar un cierto trabajo, un proceso de tratamiento” (Fastrez, *et al.*, 1999, p. 149). Establecer el tipo

de estrategias de proximización que emplean los distintos noticieros centrales televisivos chilenos será el objetivo central del presente trabajo.

En el caso concreto del análisis que se presenta, la proximización evaluada se basa tanto en criterios racionalmente evaluables como: el ordenamiento de los hechos, la presencia de moralejas, el análisis de la introducción realizada por el presentador ancla y el ordenamiento actancial y de una proximización subjetiva al analizar el tipo de relación que cada canal desea entablar con su público objetivo a partir del lugar de construcción del discurso.

ANTECEDENTES

Antes de centrarnos en la exposición de las principales estrategias de proximización desplegadas por los canales considerados es necesario señalar, a modo de contexto, dos de las características estructurales de los noticieros televisivos más relevantes para nuestro análisis, que se relacionan con el tipo de propiedad de los canales televisivos considerados y con la organización general de los mismos.

En relación con la propiedad de los medios considerados, Televisión Nacional de Chile (TVN), está ligada, en su constitución, al Estado, con un Directorio nombrado por el (la) Presidente, con funciones ligadas al servicio público pero cuyo financiamiento es de naturaleza privada y su estatuto organizacional autónomo; Canal 13 (UC13), pertenece a la Universidad Católica de Chile pero también opera como empresa privada aunque se ajusta a ciertos lineamientos morales e ideológicos dictados por la Iglesia Católica; y Megavisión (MEGA), el canal privado más antiguo (a fines de los 90), que es una corporación de derecho privada cuyo propietario mayoritario es el Grupo Claro, grupo de empresarios chilenos que cuenta con otros medios de comunicación, radios y diarios además de intereses portuarios e inmobiliarios (Sunkel, *et al*, 2001).

En este marco, si bien los tres canales considerados tienen en su constitución orígenes y propietarios distintos, todos funcionan bajo la lógica de la competencia de mercado, por lo cual la venta de espacios publicitarios es primordial para su subsistencia. El instrumento de medición más importante para poder atraer a los grandes anunciantes es el rating (porcentaje de hogares o individuos que están viendo un programa de televisión en un momento determinado), el que es medido cruzando variables como género (hombres, mujeres), estrato socio-económico (excluyendo los grupos de extrema pobreza, grupo E) y rango etéreo. Estos antecedentes permiten a los anunciantes comprar los espacios publicitarios de acuerdo con el perfil que consideran adecuado para sus productos.

En términos generales, los tres noticieros centrales presentan una organización estructural más o menos común y estable a lo largo del tiempo. Cada emisión se constituye a partir de “bloques informativos”, es decir, grandes unidades noticiosas divididas entre sí por tandas comerciales. Aunque el número y

extensión de dichos bloques varía según las características de cada noticiero, se puede observar la presencia de tres grandes unidades de información que se repiten en los canales analizados.

En la primera sección, inmediatamente posterior a los titulares, se presentan notas correspondientes a la supra categoría *Crónica Roja*, que incluye las categorías: policial, catástrofe, insólito y tribunales. El segundo gran bloque informativo está dominado casi en su totalidad por una sección de reportajes especializados, lugar donde el noticiero tiende a poner en juego el sentido de su discurso sobre un tema específico. Aun cuando existen diferencias de tiempo y espacio para cada canal, estos reportajes tienden a superar la barrera de los cinco minutos. Por último, el tercer gran bloque lo compone la sección deportiva, que en términos de tiempo, es sin lugar a dudas la unidad temática más extensa de todos los noticieros.

En promedio, el noticiero central de televisión en Chile tiene una duración aproximada que fluctúa entre los 55 minutos y la hora. Las emisiones diarias de estos noticieros se extienden desde las nueve de la noche, a algunos minutos antes del horario prime (22 hrs.). En raras ocasiones, el informativo supera la hora de extensión. En promedio, una nota común y corriente tiene una duración de entre 2 minutos y 2 minutos y medio.

De acuerdo con el análisis temático y temporal realizado, se observa que la especificidad de cada canal no se evidencia ni en la estructura general del noticiero (bastante homogénea por lo demás), ni en las temáticas privilegiadas (donde también existen bastantes coincidencias) sin embargo existen diferencias en cada una de las puestas en escena y éstas se relacionan con el tipo de público objetivo o ideal que pre-figura la estación televisiva y con el atractivo que la propuesta del noticiero pueda ejercer, es decir con la estrategia narrativa propuesta.

ESTRATEGIAS DE PROXIMIDAD DESPLEGADAS

A continuación se presentan las principales estrategias de proximización utilizadas por los noticieros. Si bien se intenta generalizar los resultados para su mejor comprensión, éstos sólo se relacionan con las notas analizadas y muestran, a nivel macro, algunas tendencias.

PRIMERA ESTRATEGIA

La selección de las noticias y el ordenamiento de las mismas en el cuerpo del noticiero central privilegian temáticas altamente emocionales.

Para entender esta estrategia es preciso indicar que el horario prime-time se inicia una hora antes que el inicio del noticiero central, es decir a las 20:00 hrs. y es destinado a la presentación de las telenovelas nacionales. Los canales empiezan con la promoción de sus telenovelas cada vez con mayor anticipación pues en

gran medida el éxito de la recepción de la telenovela podrá asegurar (en cierta medida) el rating del noticiero televisivo. Los canales deben tratar de asegurar esta audiencia que ya han captado y de ahí que la primera estrategia sea narrativa y con un gran énfasis en la emoción, quizás precisamente para darle al telespectador lo que éste ya ha escogido, es decir una intriga, un relato dramático, personajes estereotipados a los que pueda adherirse de manera afectiva.

De acuerdo con la temática que se aborde, esta intriga puede contener elementos más propios de un relato clásico que de un reporte informativo periodístico: es decir, incluyen el suspenso, la emoción, presentan moralejas o plantean lecciones.

Se produce una polarización de personajes donde no es difícil percibir cuál es el bueno y cuál no lo es. Los relatos presentados contienen víctimas y victimarios, héroes y villanos quienes desafían, enfrentan o sufren las consecuencias de sus actos, del azar o de la suerte.

Algunas notas se prestan mejor a su configuración emocional, tal es el caso de las notas deportivas (específicamente las que abordan el fútbol como disciplina), las policiales y las catástrofes. Todas estas permiten una gama mayor de posibilidades de estructuración del relato y es más fácil encontrar en ellas los elementos y el punto de vista particular a cada canal.

Las notas de deportes (y algunas internacionales) nos remiten a un campo donde se miden las fuerzas y donde, en igualdad de condiciones, el hombre puede demostrar su valía. En las deportivas, con presentadores temáticos específicos que son comentaristas también, abundan los comentarios de corte nacionalista que refuerzan las particularidades de la sociedad chilena. Con distintos énfasis lo que organiza la puesta en relato de este tipo de noticias es la idea de País, de País unido frente a los conflictos y frente a enemigos comunes, la idea de que “los trapos sucios se lavan en casa” y que los problemas internos se pueden olvidar para hacer un frente común. En este tipo de noticias, los polos en tensión en relación a la proximidad están relacionados con la dupla: *familiar – extranjero*.

En las notas policiales se enfrentan el bien y el mal. Son historias que sin importar el tiempo histórico en que se presenten hacen mella, se vinculan con nuestros mayores miedos y temores, estos relatos conservan una estructura similar a la propuesta en una telenovela: la presencia de un drama, una situación cotidiana que es bruscamente alterada desencadenándose la intriga y la vuelta al orden, el desenlace y el equilibrio restablecido. Veamos algunos ejemplos:

“Hoy el lugar está tal cual quedó después de la balacera, incluso la mesa donde la familia despedía a la víctima fatal que viajaría a Italia a continuar su trabajo de preparador de caballos”. (Balacera Barrio Suecia. TVN)

“No tenía que haber estado allí, se encontraba de franco y venía de dejar en el dentista a su hija de seis años”. (Muerte carabinero Curicó, UC13).

Las notas de catástrofes por su parte, nos devuelven a la dimensión mortal: es el hombre frente a la naturaleza o a los designios de los dioses, pequeños, sometidos, impactados... es el drama en esencia, concentrado. Notas directamente ligadas a los sentimientos, a veces vestidas con música, prolongando o repitiendo al infinito las imágenes duras y descarnadas del acontecimiento.

La proximización en estas temáticas tiende a oscilar entre los polos: *privado* – *público*, y *próximo* – lejos sobre todo en las notas policiales y tribunales y *banal* – *extraño* en las notas relacionadas con lo insólito. Es decir, el crimen, la delincuencia, los desórdenes, las catástrofes, la seguridad pública, (uno de los grandes temas del momento) pueden llegar en cualquier momento y romper la armonía privada.

A nivel general observamos que las diferencias y especificidades de cada uno de los canales no están reflejados en su estructura y ordenamiento temático, pues éstas son bastante similares y recurrentes, sino en su construcción narrativa, en el tipo de discurso reportado (enunciadores secundarios), en su(s) presentador(es) ancla y presentadores temáticos y en el tipo de discurso que despliegan, características que abordaremos en los puntos siguientes.

SEGUNDA ESTRATEGIA

Las notas periodísticas son presentadas como un relato que desarrolla una intriga. Re-figuración del mundo de manera narrativa.

Si bien algunos temas se prestan más para la re-figuración narrativa, la tendencia general es presentarlos todos como una intriga. La proximización en este caso es a nivel subjetivo apelando más bien a los sentimientos. Las estrategias se pueden poner en marcha:

1. Utilizando adjetivos calificativos. Ejemplo:

(Voz Periodista en Off): lo vivido el fin de semana en el barrio Suecia parecía un Thriller policial, pero era realidad. El baño de mujeres del pub disotheque “Antares” se transformó en el escenario de un macabro crimen. (Balacera Barrio Suecia. MEGA).

2. Utilizando recursos ficcionales: música de fondo, imagen sin voz, voz en off melodramática, ruidos de ambiente. Ejemplo:

(Imagen) Primer plano de madre de espaldas a la cámara que abraza fuertemente a su hijo, quien está de cara a la cámara. Se encuentran cerca de un área verde del regimiento y alrededor de ambos hay personas y fotografías.

(Sonido) Se oye el llanto y las palabras de emoción de la madre, pero no se logra identificar las palabras que ésta le dice a su hijo. (Reencuentro Conscriptos. MEGA).

3. Presentando un caso único, de alguien como uno. De personas individualizadas. Ejemplo:

Patricia cumplió su sueño y el de su hijo, al igual que Magdalena que con 19 años llegó al campamento con Benjamín en los brazos, hoy tuvo su doble recompensa. (Periodista en off. Toma de Peñalolén. UC13)

4. Sobreexplotando el discurso reportado de testigos, haciendo hincapié en el relato dramático, utilizando primeros planos de los rostros. Ejemplo:

(*Testigo*): “No va a poder hablar, no me va a poder mirar”.

(*Imagen*): Esposa de carabinero fallecido dando declaraciones. (Primer plano).
GC: Jessica Fuenzalida. Esposa de carabinero baleado.

(*Periodista en off*). Esto fue lo último que Jessica pronunció acerca de su marido, el sargento 2° José Muñoz Reyes, antes del fatal desenlace. (Muerte Carabinero en Curicó. MEGA).

5. Introduciendo detalles, especificidades en las historias que las hacen más humanas, más próximas. Ejemplo:

(*Periodista en off*): Una joven conscripto amante de los animales. Esta es su nueva mascota, un perro que rescató de entre la nieve.

“Estaba ahí en el barro y lo traje (...) otro sobreviviente (...) se llama Emilio Díaz Barros (...) por mi Teniente Emilio Díaz que nos cuidó muy bien, igual que mi mayor Patricio Cereceda, nos cuidó mucho”. (Testigo. Reencuentro conscriptos. UC13).

6. Oscilando entre el relato dramático (policial, catástrofe) y el relato épico (deportes). Ejemplos:

La chilena mostró garra y decisión al competir en la última prueba con fuertes dolores estomacales que amenazaron con quitarle el triunfo, pero nada pudo detener a esta deportista que pese a estar intoxicada decidió jugársela por Chile y con la misma humildad de siempre enfrentó sus triunfos. (Periodista en off. Triunfo nadadora Köbric. MEGA).

Llegaron en una caravana de camiones. Su ingreso a la ciudad fue como héroes. (Periodista en Off. Reencuentro Conscriptos. UC13).

7. Proyectando, generalizando o anticipando las consecuencias. Ejemplo:

Pero crímenes como éste, lamentablemente ocurren casi todos los días, no sólo en Santiago, sino que en el país entero. (Periodista en off. Balacera Barrio Suecia.MEGA)

8. Manejando el suspenso. Ejemplo:

Bueno Amaro, cómo estás, buenas noches, se esperaba que esta fuera una mañana sin mayores contratiempos pero, ¿para qué hacer las cosas fáciles si se pueden hacer difíciles, verdad? (Presentadora ancla. Insulza Secretario General OEA.TVN).

Los tres canales considerados utilizan los recursos narrativos de configuración de una intriga en las notas policiales, deportivas y sobre catástrofes; sin embargo para las restantes notas existen diferencias:

UC13 es el que menos recurre a este tipo de estrategias (salvo en los temas nombrados), su estrategia de proximización está más centrada en la dimensión objetiva. Las notas presentadas tratan de ser neutras y el ordenamiento de los hechos es cronológico. Utiliza muy poco el recurso del suspenso y no usa elementos ficcionales en la presentación de los relatos. Esto le permite potenciar su rol crítico, racional.

TVN utiliza en mayor medida la estrategia narrativa y apela a la emoción. Trata de crear las instancias para el desarrollo de la empatía y la identificación con el otro, en el sentido de reafirmar la idea de comunidad. Es así que privilegia el relato de casos, humaniza a las personas, alivia el drama con la presentación de detalles graciosos o inesperados. Esto le permite desarrollar un punto de vista menos polémico y más optimista e integrador.

MEGA es el que más explota los recursos narrativos descritos. El manejo del suspenso, de la emoción, la utilización de elementos ficcionales, la música de fondo que no es utilizada por los otros dos canales, el recurso de explotar la imagen. Los primeros planos de los testigos, cuando lloran, cuando reclaman apelan fuertemente a la subjetividad y la emotividad.

TERCERA ESTRATEGIA

El noticiero televisivo asume un rol moralizante y “normalizador” de los hechos sociales, presentando moralejas o lecciones en sus notas.

La “normalización”, es decir la tendencia a reordenar lo que había sido desordenado, a volver al camino socialmente aceptado a aquellos que se salieron de él, a volver a lo “normal” es una característica del ordenamiento de las notas periodísticas presentes en el noticiero televisivo. Esta tendencia es más evidente en las notas policiales pero, con distintos énfasis también está presente en el resto de las notas. En las deportivas más que moralejas o recomendaciones encontramos lecciones, ejemplos a seguir. Las moralejas o lecciones pueden ser explícitas (en su gran mayoría lo son) o implícitas, es decir que se desprenden fácilmente de la narración aunque no sean abiertamente formuladas. Estas pueden ser enunciadas por presentadores ancla, periodistas que organizan la nota o enunciadoresecundarios.

Entonces la “normalización” a la que nos referimos puede presentarse como:

1. Moralejas

Son los aprendizajes edificantes, indican lo que hay o no que hacer, lo deseable y lo que no lo es. En ese sentido el noticiero televisivo se constituye en una fuente educativa para sus telespectadores, es portador de

un saber que comparte y de una moral, valores y visión de mundo que, por su carácter de espejo, recoge del contexto socio cultural chileno. Ejemplo:

(Director General Carabineros): “La pregunta es ¿dónde están los padres cuando estos menores están delinquiendo? ¿Por qué lo hacen? ¿Por qué los dejan al cuidado de nosotros y del gobierno?”. (Muerte Carabinero en Curicó. TVN).

2. Lecciones o ejemplos a seguir

En este tipo de mensajes, a partir de la presentación de un caso específico el canal hace una propuesta sobre una conducta ideal, que merece ser copiada y replicada. Es un deber ser ideal. Una visión sobre cómo debiese ser el mundo. Ejemplo:

Actor Corporativo (José Miguel Insulza): “Yo me he empeñado mucho en mi país por esa unidad, por ese consenso, por esa amistad cívica que debe presidir la democracia, pero yo creo que al margen de empeñarme yo los chilenos han demostrado que su Nación, que todo es posible cuando se trabaja unitariamente”. (Insulza, Secretario General de la OEA, UC13).

3. Advertencias o recomendaciones

Un poco distinto a los dos anteriores es el espacio de las advertencias y recomendaciones. Muchas veces lo que el noticiero hace es brindar el espacio para que otros enunciadores se expresen; para dejar en claro cuáles son las normas, los castigos y sanciones a aquellos que las transgredan. El destinatario por lo mismo es más específico. La advertencia tiene un destinatario ideal claro, se formula de manera amplia pero sólo tendrá un sentido para aquellos que se reconozcan en ella. Ejemplo:

Alcalde (Actor corporativo): “Si se salga de la norma, por pequeña que sea, vamos a aplicar el máximo rigor de la ley, porque la verdad es que habíamos avanzado mucho en Suecia y hoy día tenemos un retroceso”. (Balacera Barrio Suecia. UC13).

La estrategia de proximidad desplegada guarda relación con los valores socio-culturales compartidos y puestos en evidencia, lo que parecen estar diciendo los canales es que están insertos en el espacio público y que cumplen un rol dentro de él, un rol de mediación comprometida, en el sentido de hacer extensivos los ideales y valores de la sociedad en la que se inscriben. UC13 parece estar diciendo a su público a partir de su propuesta “forme su propia opinión”, TVN hace alusión a una “opinión compartida” mientras que MEGA a una “opinión sugerida”. Tres formas distintas de acercarse a los telespectadores.

CUARTA ESTRATEGIA

El noticiero televisivo se constituye en una bisagra relacional que vincula al mundo civil (público – telespectador) con las autoridades. Es decir, asume un papel de interlocución con la autoridad.

De acuerdo con nuestra investigación, el noticiero televisivo estaría estableciendo un puente entre el público y las autoridades, de ahí el nombre de “bisagra

relacional”, es decir, en el seno del espacio público de referencia estaría cumpliendo un papel articulador de estas dos grandes instancias pero, como ya lo hemos visto, esta plataforma no es neutra, presenta las distintas voces de los actores implicados en los acontecimientos pero, las organiza, las dispone y las ordena de acuerdo con un tipo de lógica argumentativa que responde a la esencia distintiva de cada canal.

La pregunta que buscamos responder es desde dónde “habla” cada canal, es decir cómo orquesta las distintas voces presentes en la esfera pública. La forma en que lo hace constituye una estrategia de proximización pues por un lado distingue a cada canal de televisión de su competencia y por otra, establece un tipo de vínculo específico y diferenciado con su telespectador ideal.

En ese sentido, la postura de UC13 es la de plantearse como una entidad informativa independiente, seria, que utiliza el discurso reportado de los enunciadores secundarios como “pruebas” que validan su relato, éstas intervenciones no aportan información nueva, sólo respaldan y complementan la información que el canal va entregando. El punto de vista a partir del cual se estructura el relato es el crítico. UC13 se relaciona con un público ideal que podría ser adulto, maduro y crítico, que es capaz de formarse su propia opinión, que no desea sentirse manipulado y que quiere tener a la mano todos los antecedentes y la información más completa para poder tomar su propia decisión. El noticiero no toma partido explícito, trata de mantenerse a una distancia tal que le permita mirar el conjunto.

TVN por su parte presenta dos puntos de interés: el público y la autoridad, aunque en general está bastante más próximo a la autoridad, al respaldo de sus acciones. Le brinda tribuna para dirigirse al público y presenta una postura bastante conciliadora entre ambos ejes. Este canal es el que más potencia la lógica de “bisagra relacional”, articula ambos discursos (pero desde el punto de vista de los Actores Corporativos) y los vincula con el telespectador (concebido como ciudadano, como participante activo de la esfera pública democrática). Por otro lado, y al igual en el caso de UC13, los discursos reportados confirman lo que el canal va relatando.

El punto de vista a partir del cual estructura el relato es conciliador. TVN se relaciona con un público ideal que podría ser el de participante en las decisiones que toma la autoridad que él mismo ha elegido. Que se entrega al ejercicio democrático donde el diálogo es el instrumento. Que a pesar de las diferencias está por el consenso. El noticiero asume a veces un rol crítico, cuestiona y exige a la autoridad respuestas pero siempre en un plano constructivo, es una crítica que ayuda a reflexionar y así lo plantea al telespectador. Está mirando el proceso democrático como participante activo de él.

MEGA se plantea como cercano al telespectador, en todas sus notas se dirige a su público, habla a través de él, cuestiona a la autoridad, exige respuestas en nombre del público al que está representando. Pero a su vez instruye y explica

a ese mismo público, le indica cómo debe reaccionar y qué debe pensar de los distintos acontecimientos que se presentan. Los enunciadores secundarios (en su mayor parte testigos) presentan discursos altamente redundantes, no entregan información que el canal no haya entregado. Aportan por lo tanto la “prueba” de las demandas y la emocionalidad con la que debe ser “leído” el relato.

El punto de vista a partir del cual estructura el relato es comprometido con su público. MEGA se relaciona con un público ideal carente de voz, de espacios donde expresar su opinión, es decir de un público “infantil” o “ingenuo”, que se encuentra fuera de los círculos de poder o de decisión y al que hay que apoyar, representar y respaldar. Su discurso es crítico y cuestionador de la autoridad, pareciera que no confía mucho en las decisiones que la autoridad toma, se plantean más bien como opuestos al Gobierno.

COMENTARIOS FINALES

Como se indicó al inicio, lo que define la comunicación mediática de la información es la superposición de dos contratos: un contrato de información y un contrato de captación (Soulages, 1999, p.48), donde las normas se articulan a las prácticas de los diferentes mediadores y productores y son soportadas por dos tipos de imaginarios: (1) Un imaginario de *verdad*, fundado en una concepción del espacio público y sostenido por un conjunto de prescripciones que dan la forma a la relación que la instancia mediadora mantiene con el universo del acontecimiento. (2) Un imaginario de *seducción* reposando sobre las normas ficticias centradas en la captación de público.

En el imaginario de seducción, paralelamente a las diferentes actividades que son propias del marco de referencia del discurso de la información, la puesta en texto moviliza un conjunto de procedimientos de lenguaje que buscan la captación de su destinatario. Esta entrada de captación se establece a partir de dos tipos de operación:

- La primera moviliza elementos sintácticos y figuras retóricas unidas a la puesta en escena del espacio-estudio, que quieren vestir la imagen a través de la segmentación de los enunciados filmicos.
- La segunda moviliza los modos de organización discursiva y enunciativa, proponiendo diversas formas de implicación del sujeto destinatario.

En el segundo tipo de operación, tal cual lo observamos en nuestro estudio, se despliegan las estrategias narrativas de proximización de cada uno de los canales, donde a partir de un ordenamiento de la intriga, basado en el relato clásico: inicio, medio, fin, presentan una configuración del relato que, basada fundamentalmente en la emoción, se vincula con su público objetivo.

Se podría decir que la modernidad requiere una construcción narrativa de sí misma, a través de la cual legitima y reproduce su racionalidad. El espacio público de discusión (en la lógica actual) se constituye en la medida que la figura tradicional se detiene: los lazos comunitarios de antaño se disuelven y las evidencias (certidumbres, normas y valores) se pierden. En este contexto, los medios de comunicación son la principal institución que dota de sentido y permite que los telespectadores (heterogéneos, diversos, anónimos) puedan adquirir una idea de comunidad, de mundo compartido en el que se “hacen visibles” problemáticas que son comunes.

Los noticieros televisivos chilenos, al asumir un rol “normalizador”, es decir al atribuirse la labor de “construir y regular un mundo compartido”, se pueden pensar como las instancias que hacen circular relatos que reordenan el mundo, donde el telespectador puede sentirse representado, puede visualizar sus temores y encontrar respuesta a sus interrogantes.

Como los noticieros no pueden hablar a la sociedad, pues ésta es una sustantividad imaginaria, lo hacen a la forma objetiva que toma: el espacio público. Este, por su parte, debe materializar el encuentro entre vida cotidiana y modernización, por medio de relatos normalizadores, que gracias a sus estrategias de verosimilitud y efectos de realidad, proveen a los espectadores de un régimen de significación permanente que vuelve interpretable los acontecimientos. Estos relatos organizadores del mundo ya hemos visto que no pueden ser “objetivos”, se organizan bajo una cierta lógica, fundamentalmente narrativa, pero con matices relacionados con los distintos tipos de propietarios de los medios y la relación que éstos instauran con las instancias de autoridad.

No habría, necesariamente, un paso de lo público a lo privado, sino una reconfiguración del uso discursivo de la representación, los sujetos buscarían mostrarse y reflejarse por medio de la instancia que mejor garantice su reconocimiento. La emoción no puede ser reducida a la sola esfera privada sino que se vive colectivamente. La emoción viste la intriga, viste la noticia presentada. El noticiero no sólo nos da a conocer el acontecimiento sino que nos hace sentir próximos a él, nos hace tomar una posición, nos hace vivirlo y revivirlo una y otra vez.

Así en la tematización y estructura general de los noticieros televisivos chilenos, podemos coincidir con el planteamiento de Rosalía Winocur (2002) pues, los escenarios de la ciudadanía a los que hace alusión responden al hecho de referirse a un telespectador concebido a nivel general como habitante de una ciudad (el noticiero privilegia lo urbano por sobre lo rural) privilegiando lo nacional por sobre lo internacional; dejando de lado las particularidades de grupos minoritarios (los mapuches casi no aparecen o aparecen en conflicto; tampoco hay gran representación de niños, tercera edad, jóvenes, mujeres; migrantes, homosexuales, etc.).

La proximidad es parte de un formato narrativo que requiere de un contrato entre la producción y la recepción, pero sólo gracias a que ambos están insertos en la lógica retórico-comunicativa de la noticia. Las noticias son géneros que estructuran la información de acuerdo con las modalidades de credibilidad y visiones hegemónicas, basadas en una ética comunicativa justificada por la idea de una comunidad ideal.

Para entender el discurso del noticiero televisivo como una estructura narrativa es necesario enfatizar la relación entre éste y la vida cotidiana. Si la normalización es uno de los objetivos claves de la narración (garantizar que el mundo sigue ahí) se puede advertir que no sólo se trata -en los noticieros- de entregar una aproximación a la realidad sino ofrecer una interpretación legitimante de los actores y sus estrategias de verosimilitud. Eso supone ofrecer “un efecto” de realidad que tiene la capacidad de otorgar coherencia y sistematicidad en el discurso, a lo anodino e irregular. Visto así, el discurso televisivo es portador de una racionalidad política cuya misión es volver efectiva la promesa moderna de un mundo accesible, controlable y comprensible.

En este marco, este discurso normalizador se impone como una mitificación y ésta proviene de la capacidad de narrarse a sí mismo a través de los medios. En suma, lo que justifica la proximidad es la capacidad del discurso de presentarse como una estructura “reproductiva” de algo extraño a él pero que sólo en él alcanza su máxima comprensibilidad. La noticia, entonces, se viste con las decisiones editoriales que cada canal utiliza como modelo de seducción y captura.

El noticiero televisivo estaría ofreciendo no la realidad sino una concepción sobre ella, basada en un régimen discursivo unilateral, independiente de cuántos actores intervengan en la producción. Por lo mismo, las estrategias usadas remiten a pactos de confiabilidad, visiones hegemónicas y formas discursivas dominantes, que describen la totalidad de lo noticioso que ellas mismas deciden. La lógica normalizadora sería una de las piezas centrales de la producción de noticias y se vincularía con la mirada política que se quiere dar del país y sus actores.

El espacio del noticiero se constituiría en un espacio de debate de intereses públicos y privados y de constitución de la opinión, sin embargo y tal cual lo hemos visto en el análisis de los noticieros realizados, éste debate responde a lógicas organizativas distintas: (1) en el caso de UC13 se trataría más bien de un espacio que hace referencia a las garantías, responsabilidades y derechos de particulares (empresas o individuos) que participan del sistema productivo; es decir más que a ciudadanos se estaría apelando a consumidores; (2) para TVN en cambio, el espacio del noticiero convoca, invita y hace partícipes a todos aquellos actores de un espacio público concebido como el lugar de la participación ciudadana. Cada uno de los actores sociales involucrados tienen un lugar, forman parte de una ciudadanía, fiscalizan y controlan a las autoridades que han elegido pero, son junto con ellas, responsables de lo que ocurre en esa esfera pública, y (3) MEGA, replica la vieja idea de un Estado paternalista y protector, que debe hacerse cargo

y tomar decisiones que velen por las mejores condiciones de vida de sus “hijos”. Estos son concebidos como dependientes y beneficiarios, no manejan toda la información y esperan que los problemas sean resueltos por otros.

Y en relación a la opinión que se supone constituyen, ésta también está diferenciada pues UC13 estaría propiciando la formación de una “opinión propia”, mientras que TVN trabajaría más bien la idea de una “opinión compartida”, y MEGA la de una “opinión sugerida”.

El discurso televisivo entonces se podría caracterizar de acuerdo con una lógica argumental donde actúan dos mecanismos: la fragmentación y la continuidad. La primera permite la simultaneidad aleatoria de los programas (noticias, publicidad, matinal, publicidad, teleserie, publicidad, noticieros, publicidad, etc.), y la segunda garantiza su interpretación. De esta manera, en el discurso televisivo se podría reconocer una cierta teoría del tiempo argumental, donde la fractura de un *continuum* no rompe su significación y acrecienta el uso de recursos narrativos para mantener el significado atado a la representación, los hechos o los personajes. Este proceso ayudaría a explicar en parte la narratividad inherente a la fórmula televisiva, pues el corte es parte del discurso y no un elemento extraño que determina la forma de un programa, es decir, define el tipo de formato que debe usarse para darle coherencia y continuidad. Hay corte entre los programas y al interior de los mismos. Los noticieros son un buen ejemplo de esta lógica. Están hechos de cortes y series, y de un tiempo determinado para facilitar su presentación.

Así, todo el noticiero está organizado en fragmentos que encuentran su unidad en la noción de acontecimiento noticioso. La edición juega un papel central, pues permite unir temas distantes entre sí y los presentadores ancla cumplen ese rol de nexo permitiendo un recuento noticioso armónico, donde el telespectador es invitado a un reencuentro cotidiano, a participar de un rito social que perdura a pesar de una cierta pérdida de credibilidad: “*grand messe de 20 heures*” (“*la gran misa de las 8 de la noche*”) (Miege, 1993, p. 950). En ese sentido el noticiero es un elemento central de la recomposición del espacio público, pues “más allá de su repetitividad, el noticiero se asemeja al ritual en la medida en que, no importa lo que pase, e incluso si no pasa nada que no sea susceptible de ser constituido en “noticia”, tendría lugar” (Coulomb-Gully, 2001, p.41). De hecho, el noticiero es la ritualización de la cotidianidad misma donde la ritualidad del encuentro importa más que la actualidad en tanto tal.

REFERENCIAS

- Charaudeau, Patrick. (1991) *Contrats de communication et ritualisation des débats télévisés*. En: Charaudeau, Patrick (Comps) *La Télévision. Les Debats Culturels “Apostrophes”*. Paris: Didier Érudition.
- Charaudeau, Patrick. (1997). *Le discours d’information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: NATHAN.

- Charaudeau, Patrick. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruselas: De Boeck Université.
- Consejo Nacional de Televisión. (2003). *Estudio Estadístico de televisión Abierta: 2000-2003*. Santiago: CNTV.
- Coulomb-Gully, Marlène. (2001). *La démocratie mise en scène. Télévision et élections*. Paris: CNRS.
- Dubied, Annik & Lits, Marc. (1999). *Le fait divers*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Fastrez, Pierre & Meyer, Stéphanie. (1999). Télévision locale et proximité. *Recherches en Communication*. Un demi-siècle d'études en communication. (11).
- Huynen, Caroline. (1997). La proximité dans l'esprit du temps. *Recherches en Communication*. Le récit médiatique. (7).
- Jamet, Claude & Jannet, Anne-Marie. (1999). *La mise en scène de l'information*. Paris: L'Harmattan.
- Lits, Marc. (1997). Le récit médiatique: un oxymore programmatique? *Recherches en Communication*. (7).
- Livingstone, Sonia & Lunt, Peter. (1994). Se faire entendre dans l'espace public. *Réseaux*. (63).
- Marion, Philippe. (1996). Le sport entre récits et médias. Le récit médiatique comme modèle d'interprétation. *Tribunes de presse, Etudes sur la construction journalistique du sport*.
- Miege, Bernard (1993). *Journal télévisé: dispositifs et stratégies*. En: Lucien Sfez, (Comp.), *Dictionnaire critique de la communication*. Tome 2. Paris: Presses Universitaires de France.
- Soulages, Jean-Claude. (1999). *Les mises en scène visuelles de l'information*. Étude comparée France, Espagne, États-Unis. Paris: NATHAN.
- Sunkel, Guillermo & Geoffroy, Esteban. (2001). *Concentración económica de los medios de comunicación*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Verón, Eliseo. (1998). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Winocur, Rosalía. (2002). *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Madrid: Gedisa.