

# LA EMOCIÓN COMO ESTRATEGIA DE ELABORACIÓN DEL DISCURSO INFORMATIVO TELEVISIVO

**Lorena Antezana Barrios**

Centro de Estudios de la Comunicación. Instituto de la Comunicación e Imagen de la  
Universidad de Chile. Chile.

## **Resumen**

El discurso informativo de los noticieros televisivos debe cumplir con dos requisitos básicos: informar a los telespectadores de los acontecimientos que interesan a la gran mayoría y captar su atención de manera de garantizar su adhesión al canal. En relación a este último punto, los canales televisivos desarrollan una serie de estrategias de "proximización" siendo la principal la narrativización de los contenidos presentados, convirtiendo la materia prima informativa en un relato altamente dramático. La investigación realizada opera sobre la puesta en escena de los tres principales noticieros televisivos chilenos y considera para el análisis antecedentes ligados a la producción de las noticias.

## **Palabras clave**

*Discurso informativo- televisión - emoción.*

## **Abstract**

The informational discourse of television newscasts must meet two basic requirements: to inform television viewers about events of interest to the majority and to capture their attention in such a way as to ensure that they continue viewing a certain channel. Regarding the latter point, television channels develop a series of strategies to interest viewers, the main one being the narrativization of the content presented, converting the raw informational material into a highly dramatic story. The research conducted examines the staging of the three principal television newscasts in Chile and as part of the analysis, considers background information regarding news production.

## **Key words**

*Informational discourse- television - emotion*

## 1. Introducción

El presente trabajo, es parte de una investigación más amplia<sup>1</sup> donde, partir del estudio de los tres noticieros televisivos chilenos de más alto rating, durante el 2005 y 2006, se evidencia que en el discurso informativo, el manejo de la emoción es una de las estrategias de proximización más utilizada a la hora de vincularse con su telespectador objetivo.

En ese sentido, vamos a constituir un punto de vista que nos permita avanzar tanto en la comprensión del discurso puesto en escena por el noticiario televisivo chileno como en la explicación de las estrategias utilizadas por cada canal para relacionarse con su público objetivo.

La importancia del noticiero televisivo de los canales de alcance nacional radican en el impacto de este tejido informativo en la esfera pública. Esfera que está construida por relatos que se cruzan y que configuran un relato común.

*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. Ricoeur 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 (Lits, 1997. p.44).*

Así, 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, construida a través de un encadenamiento de planos seleccionados, vestidas por un fondo musical y será recibida también como un relato (Winocur, 2002. Pp 44 - 46).

---

<sup>1</sup> Investigación de la autora para obtener el Grado de Doctora en Información y Comunicación. Universidad Católica de Lovaina, Bélgica. "Estrategias de proximización del noticiero televisivo chileno para vincularse con su público". 2008.

Para Gerard Leblanc, "la actualidad es una construcción de la información". Los mediadores proponen sin cesar "modelos escenificados", tratando de integrar, como lo hace el escenario de un film de ficción, al espectador en la escena del acontecimiento. Esta tendencia "ficcionalizante" de la información televisiva es revelada igualmente por Louis Quéré. Según su fórmula, esta última se presenta frecuentemente como una ciencia ficción: una serie de constataciones, de revelación de hechos y al mismo tiempo como una simulación, una serie de relatos. Si el noticiario prodiga efectos del saber, las formas de narrativación obligadas los reducen a simples simulacros o verdaderas puestas en escena. Estructuralmente, constata él, "la manera de reportar prima sobre la materia del relato" (Soulages, 1999. P.32).

## 2. Objetivos

### General

Establecer las estrategias de proximización que despliegan los noticieros televisivos para relacionarse con su público.

### Específicos

- Determinar las características de la construcción discursiva de las noticias presentadas por los noticieros televisivos.
- Precisar la relación que cada noticiero televisivo establece con su público ideal y con la autoridad.

## 3. Metodología

La metodología utilizada tanto para la recolección como para el análisis de la información se inscribe principalmente en el paradigma cualitativo. Sin embargo, la primera parte incorpora un trabajo de categorización y reconocimiento del tipo de notas periodísticas presente en cada uno de los noticieros televisivos considerados que es de naturaleza cuantitativa pero, cuyo fin es meramente descriptivo y que permitirá rescatar los criterios de selección de las notas que serán analizadas en mayor profundidad.

El objetivo principal a nivel cualitativo será establecer el tipo de estrategias narrativas del discurso del género Noticiario Nacional para relacionarse con su público objetivo, por lo tanto se hace imprescindible considerar analizar el modo de enunciación televisivo específico que se verifica en noticieros televisivos nacionales concretos.

Por esta razón, fue necesario cruzar el nivel de la enunciación televisiva con aquel de la producción de relatos de la narratología. Siguiendo el camino propuesto por Patrick Charaudeau (Charaudeau, 1997b), nuestra opción será establecer con claridad un "*eje de pertinencia disciplinario*" que permita sortear los problemas de coherencia epistemológica, el cual vamos a definir dentro de la teoría de la enunciación y la pragmática del discurso. Para ello se desarrolló un análisis semiopragmático y narratológico del Noticiero Televisivo Nacional.

## ETAPAS DE TRABAJO

El trabajo de campo se estructuró en dos grandes etapas. En la primera se caracterizó el discurso de los noticieros televisivos chilenos a partir de su puesta en escena a nivel general, destacando, entre otras cosas, los temas que tratan, la importancia que le dedican a éstos (tiempo y ubicación de las noticias), los personajes que "aparecen" en pantalla, etc. Este trabajo es de orden cuantitativo. En la segunda se trabajó sobre una selección de las noticias profundizando en su construcción narrativa y las estrategias (proximización) discursivas y de captación que se utilizan para construir la relación entre el canal y su público ideal.

### ***Primera Etapa***

Para la recolección de información del noticiario se tomaron como referencia las propuestas de Charaudeau, Jamet y Jannet y Soulages, a partir de éstas se construyeron rejillas de recolección que se aplicaron a los tres noticieros considerados durante un mes, éste fue denominado **Corpus 1** el que brindó información general de las temáticas abordadas por cada noticiario así como de otros aspectos de la estructura general. Se trabajó también con un segundo conjunto de noticias, **Corpus 2**, que permitió complementar, reforzar y testear los resultados obtenidos con el **Corpus 1**.

### ***Criterios de selección noticiarios***

Desde la perspectiva de los objetivos planteados, se seleccionaron los Noticiarios televisivos Nacionales más vistos. Para ambos corpus se trabajó con una muestra que contempló los tres noticieros televisivos que registran el mayor rating de recepción, es decir: 24 Horas Central (TVN), Teletrece (UC13) y Meganoticias (MEGA).

### ***Corpus 1***

Constituido por las emisiones completas de los tres (3) noticiarios televisivos centrales (emisión de 21.00 a 22.00 horas) de mayor rating (TVN, Canal 13 y Meganoticias) por un mes (90 emisiones), Mayo 2005.

### ***Corpus 2***

Constituido por los mismos noticieros centrales, cuatro días de mayor rating, entre el 6 de marzo y el 2 de mayo de 2006 (12 emisiones).

### ***Herramientas de recolección de información<sup>2</sup>***

Se construyeron dos rejillas de análisis diferenciadas de acuerdo al grado de profundidad que se deseaba alcanzar. La primera se aplicó al Corpus 1 la segunda al Corpus 2. Además se confeccionó una Tabla de Tematización que fue utilizada para ambos corpus.

### ***Segunda etapa***

Para analizar con mayor detalle la "enunciación enunciada" en cada uno de los noticiarios se seleccionaron algunas de las noticias presentadas de acuerdo a los criterios que se especifican mas adelante, este fue el **Corpus 3** y permitió analizar la enunciación visual y verbal puesta en escena por el noticiario y el esclarecimiento de las estrategias utilizadas por el canal para acercarse a su telespectador así como el tipo de relación que establece el noticiero con la instancia de la autoridad.

Se trabajó con una sola noticia por tema para el corpus 1, de manera de efectuar un reconocimiento general y comparativo del tratamiento del acontecimiento cuando éste se presenta como hecho principal, privilegiado por todos los tres canales y en su

---

<sup>2</sup> Se adjuntan en Anexos.

primera aparición. Lo que se busca es trabajar con la primera nota de la serie ya que partimos del supuesto que los canales se enfrentan al acontecimiento en similitud de condiciones, aún no tienen mucho tiempo para reflexionar sobre lo ocurrido, ni hay nuevas pistas que seguir, las que seguramente irán apareciendo los días que siguen, generalmente al inicio cuentan con las mismas fuentes pues las rutinas periodísticas son bastante similares en todos los canales, lo que permite realizar un reconocimiento del ordenamiento narrativo de la nota en ese primer acercamiento.

### ***Criterios de selección noticias***

#### ***Corpus 3***

Constituido por noticias seleccionadas del **corpus 1** de acuerdo a los siguientes criterios:

- Noticias que estén presentes en los tres noticiarios el mismo día de transmisión.
- De preferencia que estén consideradas en los titulares.
- Que registren el mayor rating minuto a minuto de la emisión.

Con estos antecedentes se seleccionó la noticia con mas rating en la semana (la misma en los tres canales considerados y exhibidas el mismo día), lo que constituye una primera parte con 15 noticias a analizar.

Y del **corpus 2**, de acuerdo a:

- Días en que el noticiero central presenta una mayor audiencia (mayor cantidad de televisores encendidos en la semana en ese horario).
- Noticias que estén presentes en los tres noticieros el mismo día de la transmisión.
- Que se presenten durante el primer bloque de los noticieros.
- Que registren el mayor rating minuto a minuto de la emisión.
- Que consideren las categorías temáticas privilegiadas por los noticieros, de acuerdo a la descripción cuantitativa general realizada con el **corpus 1**.

De esta manera se eligieron 3 notas de cada uno de los canales, el día martes (segundo lugar), Miércoles (primer lugar) y jueves (tercer lugar). Lo que constituye una segunda parte con 9 noticias para analizar.

### ***Herramientas de recolección de información***<sup>3</sup>

Se confeccionaron los siguientes instrumentos:

- Manual de transcripción

El que fue utilizado para todas las noticias del **Corpus 3**.

### ***Texto del Artículo***

Esta investigación se centra específicamente en la puesta en escena de los noticieros televisivos, es decir en el producto en sí, haciendo referencia, de manera menos desarrollada, a la instancia de producción. Sin embargo no desarrolla un estudio de recepción por lo cual, cuando nos referimos a los telespectadores estamos pensando en el público ideal o blanco, es decir en el telespectador en el que piensa el canal al momento de preparar su puesta en escena.

El punto de vista que servirá de anclaje teórico para esta investigación será el concepto de proximidad y específicamente el modelo de proximidad mediática planteado por Fastrez y Meyer (Fastrez y Meyer, 1999). Para estos autores, la proximidad "puede ser definida como siendo lo propio de una relación que reúne dos sujetos (u objetos), e implicando por lo mismo un mínimo de diferenciación entre éstos, lo que la distingue de la fusión pura y simple. Intrínsecamente dinámica, oscila constantemente entre dos polos opuestos, polos de naturaleza variable (próximo – lejos, familiar – extranjero, inminente-alejado, etc.) La noción de proximidad conlleva una dimensión apreciativa que la hace dependiente del contexto sociocultural en el cual aparece (lo que es próximo en una cultura no lo es en otra)" (Ibid, p.147). Dos ideas completan esta definición tripartita y clarifican la pregunta de la naturaleza misma de la proximidad. En principio la idea de "entre dos" aparece inherente a la proximidad. Esta puede en efecto ser percibida como activándose en un espacio intermediario, en un intervalo entre dos o más elementos. Supone entonces una toma de distancia, una separación mínima entre al menos dos objetos o dos personas (Huynen, 1997. p.182).

La segunda idea que se desprende de la de "entre dos" reposa en el hecho que en el espacio intermediario que ocupa, la proximidad, lejos de ser estática, opera un movimiento de va y viene entre dos pares de términos contrarios. La proximidad entonces no es un estado fijo sino más bien una posición intermediaria donde se efectúa un movimiento de reducción de las distancias entre pares de términos dicotómicos ("próximo – lejano" como: "mismo – otro", "privado – público", "interior-exterior", "banal-extraño") (Ibid, pp. 183-184).

S

i la proximidad puede ser definida con relación a un vínculo implicando dos sujetos, en toda comunicación mediatizada, nos encontramos frente a una situación más compleja, pues la situación incluye necesariamente no dos sino tres interactuantes: el destinatario (espectador – auditor – lector), el mediador (televisión – radio – periódico – computador), y el mundo referencial. Conviene entonces distinguir tres tipos de relación de proximidad: la que une destinatario y mediador, destinatario y mundo referencial, mediador y mundo referencial (Fastrez, 1999, p.147). En nuestro caso la relación de proximidad

---

<sup>3</sup> Se adjuntan en anexos.



que desarrollaremos se inscribe en la primera de las mencionadas.

C

Como referencia teórica del tipo de discurso, utilizamos 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, 1997a.P.15).

Por otra parte, Verón señala que "cualquiera que fuere el soporte material, o que llamamos discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido. Las condiciones productivas de los discursos sociales tienen que ver, ya sea con las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso o de un tipo de discurso, ya sea con las determinaciones que definen las restricciones de su recepción" (Verón, 1998. P.127). Generados bajo condiciones determinadas, es entre estos dos conjuntos que circulan los discursos sociales.

Los medios de comunicación construyen una puesta en escena discursiva de los fenómenos que son lo cotidiano de la información. Los enunciados, en el caso de la televisión, son contruidos sobre elecciones que conducen a una forma verbal y visual que da sentido y produce representaciones colectivas que permiten que sea posible inteligibilizar el mundo.

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

Los hechos, ordenados en un conjunto coherente y según un principio de necesidad narrativa tienen un lugar asignado, en segundo plano o en evidencia: el relato noticioso presentado propone un inicio, un medio y un fin. Fija las fronteras, cuenta una historia, en la cual los personajes cumplen ciertas acciones que traen cambios a la situación inicial: inversión del bienestar en desgracia, del bienestar a la desgracia y después al bienestar, etc. (Dubied y otros, 1999. p.57).

De acuerdo a Ricoeur (Charaudeau, 2005. pp. 79 – 80) la significación social de la experiencia humana 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 mimesis: (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.

Entonces más que el acontecimiento como tal, lo que interesa a una disciplina del sentido es el proceso de convertirlo en tal. "Para que un acontecimiento pueda ser reparado, es necesario que se produzca una modificación en el estado del mundo fenomenal generador de un estado de desequilibrio, que esta modificación sea percibida por los sujetos (o aquellos que juzgan que hubo modificación) por un efecto de "destacar", y que esta percepción se inscriba en una red coherente de significaciones sociales por un efecto de "pregnancia" (Charaudeau, 2005. p.82).

Se pone así, en escena a personajes que a menudo están fijados en roles estereotipados... las historias contadas lo son generalmente en un orden cronológico.... la conclusión es generalmente anunciada desde el inicio, y es raro que el suspenso sea mantenido hasta el final del texto. Sólo es imprevisible la manera en que el relato se resuelve según el anuncio inicial (Dubied y otros, 1999, p.58).

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).

Por lo cual, los medios y la televisión en particular, dan a leer lo real. El pacto informativo y el modo de enunciación autenticante que lo funda no son contradictorios con esta propensión narrativa. "Los media hacen de lo real nuestras leyendas: lo que hay que leer, observa De Certeau, su fuerza reside precisamente en esta aptitud de relatar" (Coulomb-Gully, 2001. p.37).

Así la instancia mediática televisiva se encuentra en una posición de bisagra doblemente orientada: referencial en la medida en que vigila el mundo exterior que muestra, reporta y comenta; de contacto en la medida en que mira al telespectador y busca interesarlo.

Son los modos de organización discursiva los que van a constituir los "principios de organización" de la materia del lenguaje. Estos reposan sobre una estrategia deliberada del sujeto comunicante que adopta una lógica de construcción de su mensaje optando por una organización discursiva específica (Soulages, 1999. p.108), altamente emocional en el caso de los noticieros televisivos.

### ***Antecedentes a considerar***

Antes de dar cuenta de los principales resultados de esta investigación, es importante recordar algunas de las características estructurales de los noticieros televisivos chilenos, las que inciden en su aparataje de producción y pueden ayudar a explicar algunas de sus características.

La primera de ellas dice relación con el tipo de propiedad de los canales considerados. Televisión Nacional de Chile, 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; Canal 13, 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, el canal privado más antiguo (a fines de los 80), que es una corporación de derecho privada cuyo propietario mayoritario es el Grupo Claro, grupo de Empresarios Chilenos que cuenta con un sinnúmero de medios de comunicación, radios y diarios.

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 avisadores 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 avisadores comprar los espacios publicitarios de acuerdo al perfil que consideran adecuado para sus productos.

Siendo la venta de espacios para publicidad la que permite sostener financieramente a las emisoras televisivas, ésta es dada a conocer a los

telespectadores como los auspiciadores de un determinado programa (en el caso de los noticieros éstos son presentados al inicio antes de los titulares) o como parte de la publicidad presente entre los bloques noticiosos (en todos los noticieros considerados existen al menos dos pausas).

Dentro de las rutinas periodísticas ligadas al Editor del noticiero, está la revisión del rating minuto a minuto, el propio y el de la competencia, es así como se puede observar que la noticia que más alto rating registre será una de las cinco notas privilegiadas por los titulares al día siguiente.

Otro antecedente importante de considerar en este análisis es que el horario prime-time se inicia una hora antes, es decir a las 20:00 hrs. y es destinado a la presentación de las telenovelas nacionales. Esta ya es una verdadera industria nacional, y los canales destinan muchos recursos a su puesta en escena. Se presentan dos telenovelas estelares durante el año, la primera se inicia en marzo (junto con el inicio de las actividades escolares) y termina en Julio (con las vacaciones correspondientes a este primer periodo); la segunda se inicia en Agosto y termina en Diciembre. 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.

Las estrategias de captación del telespectador, sobre todo en la etapa previa al inicio de las telenovelas, incluyen la auto-promoción de la misma al interior de los noticieros, la presentación de primeros capítulos casi sin interrupciones publicitarias y con una duración mayor a la habitual, utilizando incluso la franja inicial del noticiero televisivo por lo cual, el noticiero empieza su transmisión sin pausa publicitaria entre el término de la teleserie y el inicio del mismo. Esta estrategia se mantiene durante la primera semana de transmisión, sin embargo y como cada canal trata de prolongar la teleserie que ha sido exitosa el semestre anterior para retener a su público e impedir que se "enganche" con la propuesta de la competencia, el inicio de la misma muchas veces es diferido, lo que obliga a los canales que han empezado una nueva transmisión antes que los otros a prolongar sus estrategias de captación. Entre éstas, además de la

mencionada, se pueden incluir concursos con premios, regalos que se distribuyen gratuitamente, etc.

La transmisión de la telenovela está ligada al retorno a la casa de estudiantes y padres, quienes en general se dan cita frente a sus televisores en ese momento, muchos aprovechan de comer en conjunto por lo cual el inicio de las noticias los encuentra reunidos. Los canales deben tratar de asegurar esta audiencia que ya han captado y de ahí el despliegue de sus estrategias que como veremos, son fundamentalmente narrativas y con un gran énfasis en la emocionalidad, quizás precisamente (y aquí adelantamos una interpretación que desarrollaremos más adelante) porque la primera estrategia utilizada es 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.

Debemos recordar que esta investigación no realiza un estudio de recepción, por lo cual cuando nos referimos al telespectador o al público objetivo o ideal, lo hacemos desde la presuposición de las características del mismo a partir de las pistas que la puesta en escena sugiere (tipo de lenguaje utilizado, rol que asume el periodista ancla – relación que propone, manejo de las cámaras –proxémica- , etc.) y de la información de rating (que ya se ha explicado incluye referencias a género, nivel socio económico y etéreo del telespectador).

El esfuerzo de proximización que desarrollan los canales televisivos tiende más bien hacia la retención de estos públicos y la captación de aquellos que cambian de emisora una vez que la telenovela elegida termina. Es decir, hablamos aquí de una "proximidad inducida" fundamentalmente a nivel subjetivo pues apela a la emoción.

### ***Las "estrategias" utilizadas para seducir al telespectador***

Revisemos a continuación algunas de las principales estrategias de proximización desplegadas por los noticieros televisivos chilenos y que surgen del proceso de análisis desplegado en esta investigación. Si bien se intenta generalizar los resultados para su

mejor comprensión, no debe olvidarse que éstos sólo se relacionan con las notas analizadas y muestran por lo tanto a nivel macro algunas tendencias.

Los tres noticieros analizados, que se emiten entre las 21:00 y las 22:00 hrs., presentan una organización estructural más o menos homogénea, situando en el primer bloque notas referidas a Crónica Roja, es decir: Policiales, Tribunales, Insólito y Catástrofe.

Esta selección de notas responde a una primera estrategia de proximización que implica retener al público que la telenovela nacional ha captado previamente<sup>4</sup>. Las notas de Crónica Roja conservan una estructura que podría ser similar a la propuesta por la telenovela: la presencia de drama, el hombre frente al hombre... una situación cotidiana que es bruscamente alterada desencadenándose la intriga y la vuelta al orden, el desenlace, el equilibrio restablecido. Personajes altamente estereotipados son los protagonistas de las historias que se presentan: el héroe, la víctima, el victimario. Una simplificación de rasgos que distinguen claramente al bueno del malo, enfrentamos la rabia, el deseo de venganza, de justicia, de castigo.

Las catástrofes, el hombre frente al hado, el azar, la mala racha... frente a un destino que lo supera, al castigo de los dioses, frente a la naturaleza a lo imprevisto, recordándonos nuestra precaria condición humana, enfrentamos el sufrimiento, el dolor, la angustia.

Las notas de tribunales que demuestran que la justicia siempre llega. Chile es un País altamente judicializado, ordenado en ese sentido, donde las Instituciones responden adecuadamente de acuerdo a la función que se les ha otorgado. Los grandes problemas se resuelven a través de Leyes, los conflictos se presentan ante los Tribunales y los medios dan cuenta de los grandes procesos y de las sanciones, se restablece el orden y éste es uno de los mecanismos por los cuales las cosas vuelven a su lugar.

Y por último lo Insólito que presenta todo aquello que sale de lo común, son notas que abordan hechos curiosos, sobre todo en la temática de Sociedad, a veces son la nota positiva, lo extraño no necesariamente malo, son como una nota refrescante brindando la posibilidad de sonreír, de asombrarse o de horrorizarse.

---

<sup>4</sup> La parrilla programática de la "hora prime" se inicia con teleseries de alto rating, las que se transmiten de 20:00 a 21:00 hrs.

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, la seguridad pública (uno de los grandes temas del momento) pueden llegar en cualquier momento y romper la armonía privada. Una bala al azar cuando alguien se está lavando los dientes, cuando va a comprar el pan, delincuentes que irrumpen y violan la propiedad privada, desórdenes en la vía pública que terminan en saqueos a locatarios del sector, etc.

*"Y rompiendo de paso con la aparente tranquilidad que se respiraba últimamente en el barrio Suecia". (Balacera Barrio Suecia. UC13)*

*"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).*

En cuanto a *Tribunales*, leyes que regulan y sancionan: infracciones a la propiedad privada: Ley de violencia en los estadios, responsabilidad individual frente a los otros, etc. medios que fiscalizan y dan cuenta de los procesos.

Tal cual lo habíamos indicado, el ordenamiento general de todos los canales es prácticamente el mismo, todos presentan telenovelas antes de la emisión del noticiero entonces esta elección temática podría estar dada por la necesidad de retener a ese público y las temáticas de la crónica roja permiten hacer el enganche. no se trata de ficción, es la realidad, pero la realidad vestida de manera ficcional.

Antes de pasar a la primera tanda publicitaria, los presentadores invitan a sus telespectadores a seguir en sintonía, anticipando alguna de las noticias que serán presentadas en el segundo Bloque. La tematización predominante del mismo, en los tres canales es *Sociedad e Informaciones y Economía y Social*. En este Bloque los canales presentan mini reportajes más profundos en las temáticas que les interesa destacar y que suponen serán de interés para sus telespectadores, éstos tienen en general una duración más extensa que el resto de las notas (pueden alcanzar los 4 ó 5

minutos, cuando el promedio de las notas presentadas es de 2 a 2 minutos y medio), son parte de secciones específicas como "Reporteros" (UC13 a cargo de Constanza Santa María) o "Crónicas" (TVN) y en el caso de MEGA Reportajes a cargo de Claudio Sánchez.

Esta sección, al igual que la de Deportes es de las pocas que cuenta con presentadores temáticos fijos, quienes además de introducir las notas preparadas realizan comentarios de las mismas. En este tipo de notas, la proximización se juega entre los pares de términos relacionados con *interior* – *exterior*, fundamentalmente relacionados con los ámbitos de la vida cotidiana, presentación de problemas que aquejan a las familias, información sobre vivienda, educación, salud, adolescencia. Es decir son notas que se acercan al mundo cotidiano de los telespectadores a partir de la presentación de tips, consejos e informaciones de carácter práctico.

La política es tema cuando está ligada a Elecciones o enfrentamientos verbales entre los miembros de partidos de la Concertación (Gobierno) y Oposición (Derecha), es decir cuando se producen conflictos y emergen posiciones encontradas. El 2005 esta es una categoría presente por la coyuntura electoral: las pre-candidaturas presidenciales pero el 2006 tiende a diluirse.

*Hola, buenas noches Mauricio. Como tú lo decías, un nuevo remezón político, porque así, finalmente después de una serie de reuniones, Soledad Alvear decidió bajar su candidatura, dejando a Michelle Bachelet como la candidata única del bloque oficialista. (Renuncia Soledad Alvear. UC13).*

La tercera gran sección es la de Deportes, una de las secciones privilegiadas por el noticiero, donde la disciplina estrella es el fútbol. Con presentadores temáticos específicos que son comentaristas también, comentaristas apasionados, críticos, duros, que posicionan a deportistas en la cima, como ídolos o los destrozan y los dejan en el suelo. En esta sección abundan los comentarios de corte nacionalista los que refuerzan una particularidad de la idiosincracia chilena que también está presente en las notas Internacionales, a saber la distancia con sus vecinos: Perú, y Bolivia que son mirados en menos, y Argentina a la que se mira con mayor respeto pero con quienes también existe bastante rivalidad.

En fútbol estas diferencias se hacen evidentes, los partidos son batallas, dos equipos en la arena, combatiendo por lo cual perder es ser derrotado, es el orgullo el



que está en juego. Esta sección creemos está bastante enfocada hacia el público masculino, por un tema de identificación en primer lugar ya que los deportistas mayoritariamente (sobre todo si pensamos en un deporte como el fútbol) son hombres y las pocas veces en que el noticiero da cuenta de alguna noticia relacionada con deportistas mujeres, lo hace con benevolencia.

*Y por ahora la que está jugando muy bonito es Kristell Kobrich, quien volvió al país tras su espectacular participación en el sudamericano de Medellín. La sirenita, no conforme con sus seis medallas de oro, ahora ya piensa en el mundial de Shangai ...*

*La sirenita habrá ganado algún Oscar, no me acuerdo ya. Bueno felicitaciones Kristell, una gran actuación, te mereces todo nuestro reconocimiento y ojalá te vaya muy bien en el mundial de Shangai. (Triunfo nadadora Köbric, MEGA).*

Esta interpretación de un público mayoritariamente masculino está relacionada con el hecho de la ubicación de este bloque al final del noticiero. Como lo demuestra el rating la audiencia más alta es fundamentalmente femenina, la que creemos se relaciona con la primera parte del noticiero, que precede a la telenovela; la segunda parte, de orden más bien social, donde se resuelven dudas y se aborda lo cotidiano también pareciera estar destinada al público femenino pero, al final del noticiero encontramos más hombres en sintonía, tal vez porque es la hora en que éstos ya se encuentran en su casa.

La sección internacional está muy poco desarrollada, sin embargo vale la pena detenerse en ella pues es una muestra del lugar en que Chile se piensa en relación al resto del mundo. Latinoamérica y los países vecinos casi no existen, esto se relaciona con el aislamiento de Chile en la Región, y de su sentimiento de supremacía.

*México se abstuvo y quedó así de manifiesto Lo dañada que quedaron las relaciones con Chile en esta disputa por la cabeza de la OEA. (Elecciones Secretario OEA, UC13)*

*Desde ayer domingo que ya circulaban versiones en el sentido que Bolivia y Perú pondrían problemas, pondrían dificultades para la elección de Insulza en la OEA y todo esto se concretó con Bolivia planteando su reivindicación histórica,*

*reivindicación marítima, y con Perú poniendo sobre la mesa el asunto sobre la eventual venta de armas por parte de nuestro país a Ecuador a mediados de los años noventa. (Elecciones Secretario OEA, TVN)*

*Elección que, además, terminó con el aislamiento de Chile en la región. (Elecciones Secretario OEA, MEGA)*

En la forma de enfrentar a los vecinos, se evidencia también el miedo a lo extraño, a lo distinto. A esto se suma el sentimiento de superioridad frente a los vecinos, la idea de ser "el jaguar de América Latina" y por lo tanto de estar más próximos, o de desear estar más próximos a Europa y sobre todo a Estados Unidos. En este tipo de noticias, los polos en tensión en relación a la proximidad están relacionados con la dupla: *familiar – extranjero*. De hecho, los canales envían a sus periodistas a cubrir algún acontecimiento fuera cuando éste está directamente relacionado con el País.

Con distintos énfasis lo que organiza la puesta en relato de este tipo de noticias (incluyendo las deportivas) 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.

*Así se puso fin a una larga campaña que movilizó desde el Presidente de la República hasta los distintos sectores políticos. (Elecciones Secretario OEA, MEGA)*

*"Contento. Contento por el país. Orgulloso del privilegio que ha tenido un chileno. Creo que la cancillería y el Gobierno y las fuerzas de Oposición y los senadores que han intervenido en esto lo han hecho bien" **Sergio Diez, presidente RN** (Elecciones Secretario OEA, MEGA)*

*Así se selló un día histórico para Insulza y la diplomacia chilena. Aplausos se convirtieron según el ministro en el mejor premio a la confianza que demostraron los chilenos en su candidatura. (Elecciones Secretario OEA, Uc13).*

*"Sin duda. Primero que todo por jugar en la Roja y porque uno siempre quiere jugar en la selección... Milovan Mirosevic, seleccionado nacional. (Reunión Acosta – Salas, TVN)*

Las notas internacionales provienen en su gran mayoría de Agencias Noticiosas por lo cual, las imágenes que los canales presentan son las mismas. La diferencia radica en

el tipo de selección que se realiza donde cada canal prioriza lo que cree es más cercano a su público y que se relaciona con su línea editorial. En este sentido, las notas religiosas (de la religión católica) encontrarán su lugar en UC13 y MEGA, las notas referidas a adelantos tecnológicos estarán más presentes en UC13, temas ligados a la política y a la cultura estarán en TVN y notas insólitas o policiales en MEGA. Mención aparte son las notas Deportivas que están presentes con más o menos igual énfasis en todos los canales.

En relación a las temáticas culturales, es importante destacar que a pesar de que estas casi no existen en el noticiero, en TVN están presentes en un mínimo porcentaje sin embargo, más que una especificidad relacionada con el público objetivo del canal, esta es una respuesta a la propia reglamentación del canal, la que señala que debe incluir dentro de su programación un porcentaje del mismo destinado a la cultura.

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 estructura 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.

### ***A modo de cierre***

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.

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.

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 a modalidades de credibilidad y visiones hegemónicas, basadas en una ética comunicativa justificada por la idea de una comunidad ideal.

En cuanto al ejercicio del periodismo, en los canales estudiados, los profesionales de los medios cumplen un papel importante en la interpretación y valorización de los acontecimientos dados a conocer. No sólo por el hecho innegable y general de que hay una elección de determinados acontecimientos en desmedro de otros, lo que ya supone un cierto punto de vista, sino porque en la refiguración narrativa de las noticias los periodistas no son simples informadores, son actores que develan, alertan, recomiendan, advierten y dan a conocer el punto de vista desde donde deben ser leídas las noticias.

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, de su necesidad de constante visibilidad –porque a pesar de todo- no es simétrico ni está garantizado, debe construirse de manera continua. 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.

Si consideramos que la modernidad acentúa fuertemente la ficcionalidad como uno de sus soportes debido a la crisis de los modelos de representación clásica, entonces el noticiero se podría entender como un espacio de reposición de la credibilidad y, en ese sentido, su organización obedece a una rutinización de los discursos destinada a resguardar el contrato de lectura que su producción implica. Se deja en claro que un nuevo régimen de transacción se ha producido entre las audiencias y los discursos y que por lo mismo, la televisión no apela tanto a un espacio público clásico y más bien trabaja con un concepto de "comunidad" mucho más abstracto y desterritorializado, lleno de yuxtaposiciones y contradicciones interlocutivas.

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 visión de la delincuencia, por ejemplo, entendida como desborde permanente del orden (Megavisión); control social, judicialización y trabajo policiaco (Teletrece y 24 Horas) implican relaciones diversas entre sensacionalismo y represión; entre mercado y miedo; entre institución e individuo. 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.

## Referencias

- CHARAUDEAU, Patrick.
  - (1997a) *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. NATHAN.
  - (1997b). *Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information*. Dans *Reseaux* N° 81. CNET.
  - (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparente du discours*. De Boeck & Larcier s.a. Institut national de l'audiovisuel. Éditions De Boeck Université. Bruxelles.
- COULOMB-GULLY, Marlène. *La démocratie mise en scènes. Télévision et élections*. CNRS Editions, Paris, 2001.

- DE CERTEAU, Michel. *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia. Instituto tecnológico y de estudios superiores de occidente. Centro Francés de estudios mexicanos y centroamericanos. 1980
- DEREZE, Gérard et LITS, Marc. *Comment classer?* In Médiatiques. Récit et société N° 29. Revue de l'Observatoire du récit médiatique. Université Catholique de Louvain. 2002.
- DUBIED, Annik, LITS, Marc. *Le fait divers*. Presses Universitaires de France, París. 1999.
- FASTREZ, Pierre; MEYER, Stéphanie. *Télévision locale et proximité*. En "Recherches en Communication". Un demi-siècle d'études en communication. N° 11. Presses Universitaires du Mirail. 1999
- GENARD, Jean-Louis. *Espace public, medias, effets et strategies de reconnaissanc*. En Revista "Recherches en Communication" Nro 6. Université Catholique de Louvain. Département de communication. 1996.
- HUYNEN, Caroline. *La proximité dans l'esprit du temps*. En "Recherches en Communication". Le récit médiatique. N° 7. 1997. Presses Universitaires du Mirail.
- JAMET, Claude; JANNET, Anne-Marie. *La mise en scène de l'information*. L'Harmattan. Paris. 1999.
- LITS, Marc. *Le récit médiatique: un oxymore programmatique?* in Recherches en Communication. N° 7. 1997
- LOCHARD, Guy .SOULAGES, J.C. *La communication télévisuelle*. Armánd Colin, Paris, 1998.
- MARION, Philippe. *Le Sport Entre Récits Et Médias. Le Récit Médiatique Comme Modèle D'interprétation*. Dans "Tribunes de presse, Etudes sur la construction journalistique du sport". Sous la direction de Gérard Derèze. Editions Academia – Bruylant S.A. 1996
- RICOEUR, Paul. *Temps et récit" 1. L'intrigue et le récit historique*. Editions du Seuil, février, 1983
- SOULAGES, Jean-Claude *Les Mises En Scène Visuelles De L'information*. Etude comparée France, Espagne, Etas-Unis.. NATHAN. Collection Médias – Recherches. 1999
- VERON, Eliseo. *La semiosis Social*. Editorial Gedisa. Barcelona – España. 1998.
- WINOCUR, Rosalía. *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Editorial Gedisa S.A. 2002.

## Anexos

### Tabla de tematización

Las temáticas abordadas en el noticiero televisivo serán clasificadas tomando como referencia la propuesta metodológica desarrollada por Deréze y Lits (Dereze y otros, 2002. p.42), haciendo algunos ajustes en función de la realidad de los noticieros televisivos chilenos y del tipo de investigación que realizamos.

NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3
1. Política	1.1 Carteras 1.2 Partidos 1.3 Elecciones 1.4 Gobierno	1.1.1 Interior 1.1.2 Justicia 1.1.3 Hacienda 1.1.4 Educación 1.1.5 Salud 1.1.6 Exterior 1.1.7 Defensa
2. Economía y social	2.1 Seguridad 2.2 Temas sociales 2.3 Economía	2.1.1 Empleo 2.1.2 Pensiones 2.3.1 Empresas 2.3.2 Transporte 2.3.3 Construcción 2.3.4 Combustible
3. Tribunales	3.1 Generalidades 3.2 Procesos 3.3 Leyes	
4. Policial	4.1 Robo 4.2 Asalto 4.3 Homicidio 4.4 Agresión 4.5 Protestas 4.6 Otros	
5. Insólito		
6. Catástrofe	6.1 Natural 6.2 Accidente 6.3 Incendio 6.4 Otro	
7. Deportes	7.1 Grandes acontecimientos	1 Fútbol 2 tenis

	7.2 Disciplinas 7.3 Generalidades	3 otros
8. Sociedad / Informaciones generales	8.1 Servicios 8.2 Gente 8.3 Medio Ambiente 8.4 Humanitario 8.5 Religión 8.6 Adelantos / investig. 8.7 Varios	
9. Salud / Educación	9.1 Salud 9.2 Educación	
10. Tiempo libre / cultura	10.1 Turismo 10.2 Entretenimientos 10.3 Cultura 10.4 Espectáculos	
11. Internacional	11.1 Política 11.2 Economía y social 11.3 Tribunales 11.4 Policial 11.5 Insólito 11.6 Catástrofe 11.7 Deportes 11.8 Sociedad / informaciones 11.9 Salud / Educación 11.10 Tpo libre / cultura	

## Corpus 1

Se confeccionaron los siguientes instrumentos:

1. Ficha de codificación general
2. Manual de códigos



## 1. Ficha de codificación general

Nombre Canal:

Fecha:

Presentador:

Duración total noticiario:

### I. TITULARES

Número	Rating	Voz en off	Texto	Tematización

### II. CUERPO NOTICIARIO

Nº.	Rating	Contenido	Tematiz.	Dura c.	Tipo	Enunciadores Secundarios	Obs.
1							
2							
3							

## 2. Manual de códigos

A continuación se definen, enuncian y/o explican las variables y secciones que considera el instrumento:

1. Canal: Utilizar la siguiente nomenclatura

- Canal 13: UC13
- Megavisión : MEGA
- Televisión Nacional de Chile: TVN

2. Fecha: Se refiere a la fecha de exhibición del noticiario: Día, fecha y mes.

3. Presentador: Nombrar a presentadores ancla del noticiario.

4. Duración total: Tiempo total de presentación noticiario (incluyendo publicidad).

## **I. TITULARES**

En esta tabla se consignan todos los titulares de la emisión.

1. Número: La numeración de los titulares es según su orden cronológico de aparición.

2. Rating: Dato de consumo registrado minuto a minuto.

3. Contenido: Breve descripción del foco de la nota.

4. Tematización: De acuerdo a Tabla de tematización.

5. Duración: (no requiere definición ni explicación).

6. Tipo:

- Reportaje
- Nota
- Breves
- Comentarios

7. Enunciadores secundarios:

- Testigo (habla desde sí mismo: opina, testifica, etc.)
- Experto (Habla desde un saber profesional o experiencia)
- Actor (Habla representando a otra instancia).

8. Observaciones: Anotar alguna particularidad de la noticia.

## Corpus 2

Se confeccionaron los siguientes instrumentos:

Ficha de codificación.

Manual de códigos

### 1. Ficha de codificación

#### DATOS GENERALES DE LA EMISIÓN

Nombre del Noticiero / Canal: \_\_\_\_\_

1. 24 Horas / TVN
2. Teletrece / UC13
3. Megavisión / Mega

2. Duración del noticiero (Horas /minutos/segundos) \_\_\_\_\_:\_\_\_\_\_:\_\_\_\_\_

3. Fecha de exhibición (día/ fecha / mes) \_\_\_\_\_:\_\_\_\_\_:\_\_\_\_\_

#### ***CARACTERIZACION GENERAL DE CADA NOTA EN EL NOTICARIO***

En esta tabla se consignan todas las notas que contiene una emisión de noticiero completa. La numeración de las notas es según su orden cronológico de aparición.

CATEG./ Nro.	Nota1	Nota2	Nota3	Nota4	Nota5	Nota6	NotaN
<b>1. Contenido</b> (Resumen)							
<b>2. Tema</b> (descriptor) 1. (nombrar) 2. (nombrar)							
<b>3. Duración</b> (minutos/ segundo)							

(____:____)							
<b>4. Sección</b> (nombrar)							
<b>5. Cat.</b> <b>Periodístico</b> <b>a</b> 1. Informativo 2. Interpretativo 3. Opinión 4. Entrevista							
<b>6. Formato</b> 1. Nota informativa 2. Reportaje 3. Comentario 4. Otro (indicar)							
<b>7.</b> <b>Enunciados</b> 1. Periodista Temático 2. Periodista 3. Testigo 4. Experto 5. Actor Corporativo							
8. Personajes mediáticos 1. Presentador (es) Ancla 2. Otros personajes (nombrar)							

## 2. Manual de Códigos

A continuación se definen, enuncian y/o explican las variables y secciones que considera el instrumento:

### **DATOS GENERALES DE LA EMISIÓN: sección que refiere a las características y variables de la emisión del noticiario en su totalidad.**

1. Nombre del Noticiario / Canal: (no requiere definición ni explicación)
2. Duración del noticiario (no requiere definición ni explicación)
3. Fecha de exhibición (no requiere definición ni explicación)

### ***CARACTERIZACION GENERAL DE CADA NOTA EN EL NOTICIARIO***

En esta tabla se consignan todas las notas que contiene una emisión de noticiario completa. La numeración de las notas es según su orden cronológico de aparición.

**1. Contenido:** (Resumen) Breve descripción del foco de la nota

**2. Tema:** (descriptor) Nombrar al menos dos categorías temáticas en las que la nota se adscribe, de más general a más específica. (Esto permitirá configurar una tabla de tematización específica para cada noticiario) Ej.: Economía, empleo / Policial, accidente, etc.

**3. Duración:** (no requiere definición ni explicación)

**4. Sección:** Se refiere a la denominación particular que adopta un segmento temático específico al interior del noticiario. Ej: Reporteros, Deportes, etc.

## **5. Cat. Periodística (de acuerdo a los géneros periodísticos tradicionales)**

1. Informativo
2. Interpretativo
3. Opinión
4. Entrevista

## **6. Formato (de acuerdo a formatos periodísticos tradicionales)**

5. Nota informativa
6. Reportaje
7. Comentario
8. Otro (indicar)

## **7. Enunciadores (responsables de la enunciación)**

6. Periodista Temático: (periodista que se hace cargo de una sección específica dentro del noticiario. Ej. Deportes, Reporteros, etc.)
7. Periodista: (encargado de la nota)
8. Testigo: (Habla desde sí mismo: opina, testifica, etc.)
9. Experto: (Habla desde un saber profesional o experiencial)
10. Actor Corporativo: (Habla representando a otra instancia. Ej: Ministerio, Gobierno, Directo, etc.)

## **8. Personajes mediáticos**

1. Presentador (es) Ancla: (presentador(es) a cargo de la conducción del noticiario)
2. Otros personajes (nombrar) (Actores "atractivos", centrales, que se destacan en el noticiero)

## **1. Manual de transcripción**

A nivel verbal se deben consignar cada una de las voces (presenciales, en off) identificando a cada enunciador, también se deben registrar los sonidos (música, ruido

ambiente), a nivel visual describir las imágenes, los movimientos de cámara, los planos, la presencia de G.C. y otros.

### **Instrucciones Transcripción Nota**

<b>Visual</b>	<b>Verbal</b>
<p>Todo lo que se ve o lee.</p> <p>Descripción de la escena. (entre paréntesis el tipo de planos utilizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primerísimo primer plano - detalle</li> <li>- Primer plano</li> <li>- Plano medio</li> <li>- Plano americano</li> <li>- Plano General)</li> </ul> <p>Movimientos de cámara:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Movimiento primario ( movimiento o desplazamiento en un mismo plano fijo).</li> <li>2. Movimiento secundario (movimiento del plano mismo, o movimiento de aparatos: funciones de identificación-localización, focalización-identificación, seguimiento de la acción, puntuación)</li> <li>3. Movimiento terciario (no corresponde ni a un desplazamiento real de personajes u objetos, ni a un movimiento de aparato, es un efecto dinámico inducido por el agenciamiento sintagmático de la banda de imagen, es decir del montaje)</li> </ol> <p>EN MAYUSCULA LA INFORMACION BRINDADA POR EL G.C.</p> <p>Cuando se enfoca a enunciadores indicar también entre paréntesis la distancia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distancia íntima</li> <li>- Distancia próxima</li> <li>- Distancia social</li> <li>- Distancia pública</li> </ul>	<p>Todo lo que se escucha en la nota:</p> <p><b>Voces:</b> Enunciador / enunciado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periodista en off</li> <li>- Actor corporativo</li> <li>- Testigo (1), (2), (3)...</li> <li>- Experto</li> </ul> <p>Ej.                      Testigo                      (3):</p> <p>_____</p> <p>_____.</p> <p>Especificar los matices de la entonación utilizada (). Ej. (voz lúgubre)</p> <p><b>Sonidos:</b> <i>(Se refiere al sonido en sincronía con la imagen, se escribe entre paréntesis y en cursiva la descripción del sonido... Ej. Lluvia, tránsito vehicular, etc.)</i></p> <p><b>Ruidos:</b> <b>En negrillas, sonido que rompe con la sincronía habitual...</b> <b>Ej: bocinas, toses, etc.</b></p> <p><b>Música:</b> (ENTRE PARÉNTESIS Y EN MAYÚSCULA... EJ. MÚSICA DE FONDO, DRAMÁTICA)</p>

<p><i>En cursiva las expresiones mimo-gestuales de enunciador.</i></p>	
--	--