



El Tratamiento de la Información en **Programas de Entretenimiento** frente a Informativos

Análisis comparativo del Lenguaje narrativo escrito y audiovisual: El caso de 'Andalucía Directo' e 'Informativos Canal Sur Televisión'.

©Mercedes Barrutia Navarrete

©Edita: Fundación ESCO

Diseño y maquetación: Alternativa Comunicación

Depósito legal: Gr: 1852-2010

EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO FRENTE A INFORMATIVOS.

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL LENGUAJE NARRATIVO
ESCRITO Y AUDIOVISUAL:
EL CASO DE 'ANDALUCÍA DIRECTO' E 'INFORMATIVOS
CANAL SUR TELEVISIÓN'.

MERCEDES BARRUTIA NAVARRETE

ÍNDICE

TÍTULO

1	INTRODUCCIÓN	8
1.1	PARTIENDO DE CERO	16
1.2	PARA QUÉ TANTO ESFUERZO.....	18
2.	DESORDEN ORGANIZADO	21
3.	CONOCIMIENTOS PREVIOS: El saber no ocupa lugar	25
4	ANÁLISIS	79
5	CONCLUSIONES	153
6	ANEXO	161
7	BIBLIOGRAFÍA	165

CAPÍTULO 1
INTRODUCCIÓN

No resulta arriesgado expresar la siguiente afirmación sin riesgo a cometer un error: “todo el mundo tiene un teléfono móvil”. Lo mismo podría formularse con los siguientes avances tecnológicos: cámara de fotos digital, conexión a Internet, teléfono fijo, ordenador de mesa o portátil... Nadie concibe ya una vida sin un flujo de información constante ya sea personal, social, mundial, local; es decir, de un modo o de otro la demanda de grandes volúmenes de información es una realidad social.

1. Situación actual de los medios televisivos: Estadísticas. Demanda de material audiovisual en 2007.

Detalles como la evolución de los más pequeños de la familia en un álbum de fotografías, la comunión de un hijo o hechos históricos como la situación en la franja de Gaza, la investidura de Barack Obama como presidente de los Estados Unidos, la prensa rosa en general, el resultado del partido de cuartos de final de la Copa del Rey, los valores bursátiles, la caída de la construcción en España... son circunstancias que, en mayor o menor medida, son solicitados por el ser humano en algún momento de su vida, aunque sólo sea por mera curiosidad. Y todos tienen un denominador común, ya mencionado: son información y responden a la necesidad de conocer, de querer saber, de ver.

Un ejemplo claro del alcance de la evolución de las nuevas tecnologías es la violencia escolar. Hace años, los escolares colocaban, recién pulida con el pliegue del jersey, una manzana sobre la esquina de la mesa del profesor; ahora, llevan teléfonos móviles conocidos como ‘de última generación’ en el bolsillo del pantalón. Con estos aparatos se mandan mensajes en un idioma, la mayoría de las veces inteligible y que distorsiona su propia capacidad

lingüística, y se ha dado lugar a un nuevo concepto de diversión relacionada con la transmisión de información: la grabación de actos violentos y su posterior difusión en Internet. No hace mucho, el 20 de noviembre de 2006, unos jóvenes italianos propinaban una paliza física a un compañero de colegio con síndrome de Down mientras otros filmaban y lo difundían por la red: esa semana fueron arrestados en la localidad de Nápoles tres individuos, menores de edad, por agresión y violencia sexual. Un poco más tarde, el 15 de febrero de 2007, el vicepresidente primero de la Comunidad de Madrid anunciaba en rueda de prensa la redacción de un borrador de un código de conducta en el que se impedía, entre otras cosas, el uso de teléfonos móviles en los centros educativos y se imponía el castigo de la expulsión a quienes “grabaren o difundieren agresiones o humillaciones, siendo el agresor el obligado a cambiar de centro y no el agredido”.

Otro caso representativo del empleo de los celulares y sus videocámaras es la situación de una joven de dieciséis años de edad, natural de la provincia española de Córdoba. La chica fue grabada mientras mantenía relaciones sexuales por un grupo de adolescentes formado por dos menores y un mayor de dieciocho. Para evitar la publicación inmediata en el cibermedio de moda, *youtube*, la joven fue obligada a mantener un contacto íntimo y tocamientos de carácter sexual con uno de los involucrados. Un caso más, también representativo, es el del oficial que se encontraba supervisando la ejecución de Sadam Hussein. Según la cadena *Sky News*, el militar grabó las vejaciones previas a la pena de muerte y el ahorcamiento del mandatario iraquí de forma ilegal. Posteriormente, el archivo fue difundido en Internet y en la televisión árabe: aunque no podía verse el final de la ejecución, sí podía escucharse la precipitación del cuerpo de Hussein desde el cadalso.

Según datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de España, en un estudio realizado en 2007 a más de catorce millones de ho-

gares, un 90,9% de los encuestados poseía teléfonos móviles, un 44,6% tenía acceso a Internet y un 60,4% hacía uso de cualquier tipo de ordenador.

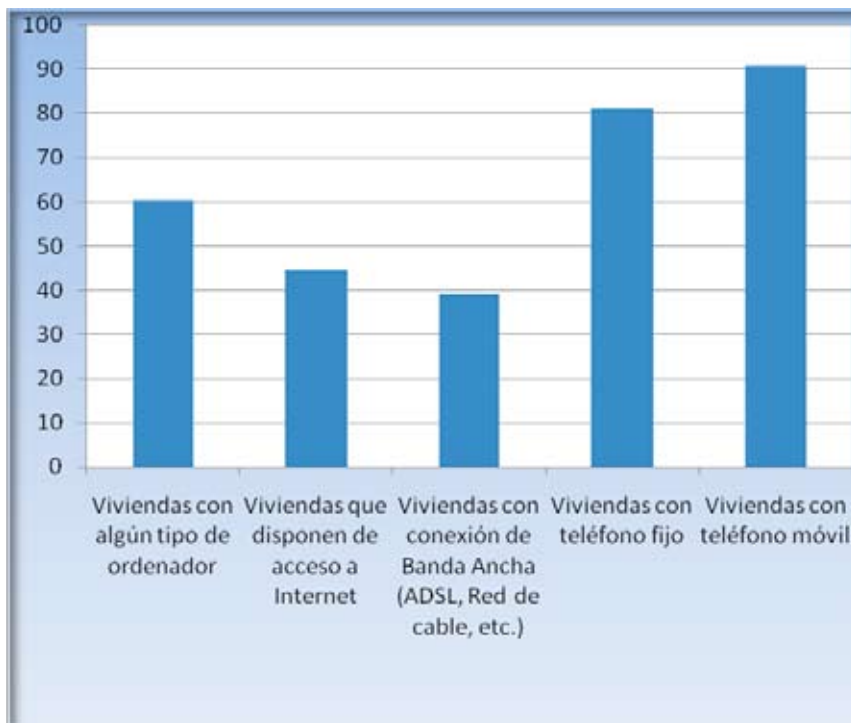
Tabla 1

	Total Viviendas	Viviendas con algún tipo de ordenador	Viviendas que disponen de acceso a Internet	Viviendas con conexión de Banda Ancha (e cable, etc.)	Viviendas con teléfono fijo	Viviendas con teléfono móvil
Total Viviendas	14.692.323	60,4	44,6	39,2	81,2	90,9
Tamaño del hogar: Hogares de 1 miembro	1.840.728	33,6	23,4	20,1	70,2	75,4
Tamaño del hogar: Hogares de 2 miembros	4.182.741	40,9	29,2	25,3	82,4	84
Tamaño del hogar: Hogares de 3 miembros	3.746.955	69,1	51,7	45,2	82,5	96,1
Tamaño del hogar: Hogares de 4 miembros	3.491.211	81,2	61	54,3	84,7	98,5
Tamaño del hogar: Hogares de 5 ó más miembros	1.430.687	77,9	58,4	52,2	80,3	98,5
Hábitat: Más de 100.000 habitantes y capitales de provincia	6.377.681	65,5	51,7	47	86,5	92,9
Hábitat: De 50.000 a 100.000 habitantes	1.356.251	63,5	47,5	42,6	79,5	93,4

Como puede observarse, en la actualidad, es más común hacer uso de un teléfono móvil que de uno fijo. Por cierto, ¿qué fue de las cabinas telefónicas? Estos aparatos, ofertados en la página web de la empresa Telefónica, también “pueden enviar, aunque no recibir, mensajes de texto a terminales fijos y fax conectados a la red de Telefónica de España, terminales móviles de cualquier operador de ámbito nacional y a cuentas de correo electrónico”, según el apartado de características.

En el gráfico 1, quedan representadas en el eje de abscisas los parámetros de vivienda analizados; en el eje de ordenadas, el porcentaje sobre cien correspondiente.

Gráfico 1.



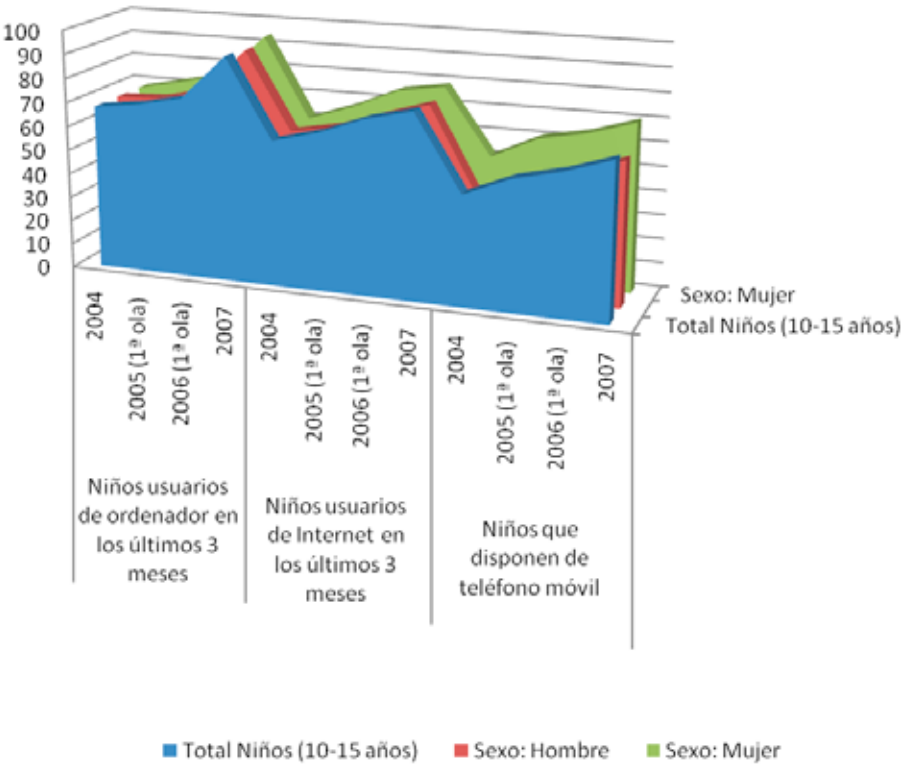
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

El empleo de celulares queda representado por el bloque más alto, ligeramente pasado el noventa. Lo que se traduce en que nueve de cada diez individuos pueden ir hablando mientras cruzan la calle.

En el siguiente gráfico se muestra una evolución de datos según una estadística realizada también por el INE en el periodo 2004-2007 a jóvenes de edades comprendidas entre diez y quince años por el sexo.

Gráfico 2

Evolución de datos de niños de 10 a 15 años por sexo(2004-2007)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

El número de niños que disponen de teléfono móvil ha incrementado casi en un diez por ciento en mujeres y un ocho en hombres. Lo mismo sucede con los usuarios de ordenador y de Internet, sin distinción de sexo, ambos parámetros han aumentado en la última década hasta alcanzar en 2007 más del sesenta por ciento.

Los datos del gráfico número tres refuerzan las afirmaciones iniciales. En 2007, más del 40% de las personas comprendidas en la tercera edad y casi el 100% de los jóvenes entre 16 y 24 años usaban móviles. Los datos respecto al empleo del PC y de conexión a Internet son bastantes parecidos: ambos alcanzan picos máximos en edades tempranas y medias y un descenso, que se incrementa cada año, en edades avanzadas. Para más detalle, se deduce también que un quince por ciento de las personas jubiladas hacen uso de la red de redes.

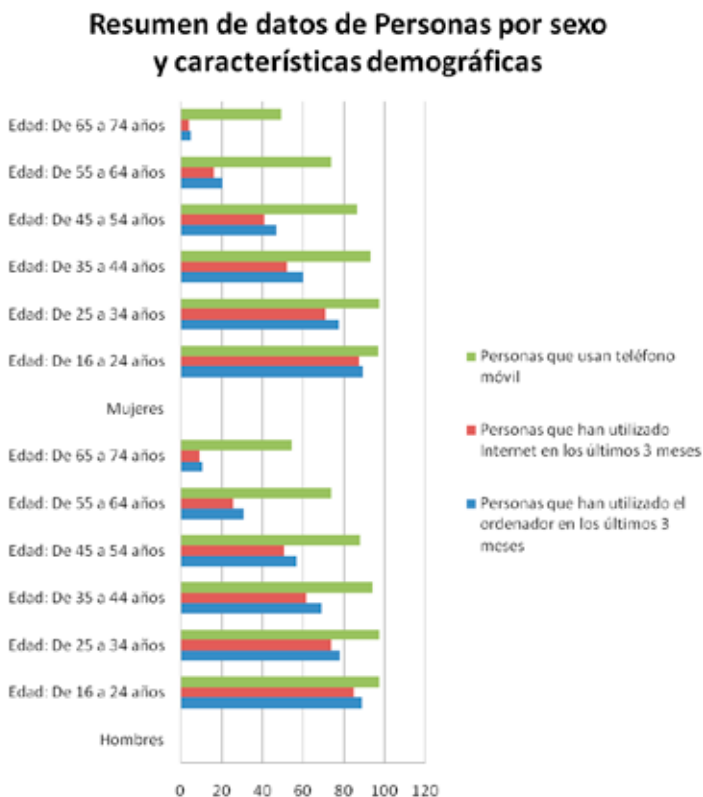
María Linarejos es coordinadora del curso 'Internet para personas mayores' de la Universidad de Jaén. En su texto 'Enseñanza de Internet para personas mayores' afirma que *“vivimos en una sociedad donde el volumen de datos conocimientos e información crece de manera vertiginosa en todos los sectores de la vida social. A este hecho contribuye el desarrollo alcanzado por las denominadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que juegan un papel muy importante tanto en la creación como en la difusión de la información. En este contexto se hace cada vez más necesario el acercamiento de todos los colectivos humanos, incluido el de las personas mayores, a estas tecnologías de manera que puedan contribuir a una mayor integración social de este colectivo y sea posible conseguir “una sociedad para todas las edades. (...) La Red nos permite, entre otras cosas, enviar y/o recibir información de personas concretas, buscar información sobre cualquier temática de interés (actualidad, cultural, ocio, negocios, profesionales, científicos...), realización de cursos de formación on-line, suscribirse a listas de discusión en las que se intercambia información sobre una temática de interés común, chatear comunicándose en tiempo real dos o más personas por escrito, mediante la voz o incluyendo imagen si se posee una webcam, etc”*¹.

Incluso en las universidades ya se habla de analfabetismo digital, como bien expresa, María Teresa Gómez, profesora de la Escuela de Magisterio Cardenal Spínola de la Universidad de Sevilla: *“Según la Encuesta General de Medios (EGM, 2003) de los meses de Febrero-Marzo de 2003, existen más de ocho millones de usua-*

1. Linarejos, María. (2007): Programa Universitario de informática avanzada para personas mayores. Universidad de Jaén.

rios de Internet en nuestro país, entendiendo por tales las personas que en el último mes han accedido al menos una vez a la red. Esto supone el 25,5% de la población mayor de 14 años. Pero si esta cifra la desglosamos por edades vemos cómo aproximadamente sólo el 0,85% de las personas mayores de 65 años han accedido en el último mes a Internet”. Y continúa explicando que “si contemplamos estas cifras a partir de 55 años que es la edad que recoge, por ejemplo, el “Aula de la experiencia” de la Universidad de Sevilla, vemos que no llega al 4% de la población. Lo que demuestra la necesidad de su alfabetización digital”.

Gráfico 3.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

2. Gómez, María Teresa. (2004): Enseñanza de Internet para personas mayores. Escuela de Magisterio Cardenal Spínola, Sevilla.

Esta necesidad argumentada de ‘ver’ ha llegado, cómo no, a los medios de comunicación. Los medios exprimen al máximo la capacidad de mostrar al espectador aquello por lo que siente curiosidad o lo que normalmente no ve. Y las parrillas de programación se nutren de eso, de programas de entretenimiento en los que el entrevistado abre las puertas de su casa, de los accidentes, de las lágrimas de ese personaje que padece algún mal... Los informativos también, cada vez más, hacen eco de una misma noticia y van más allá del buen gusto. ¿Es una necesidad de la audiencia o una exigencia del guión? ¿Quién manda sobre o quién, la audiencia sobre los productores o al revés..? ¿Distorsionan de algún modo los valores periodísticos la moda del ‘ver’?

1.1. Partiendo de cero.

Sin duda, antes de empezar cualquier estudio es necesario fijar un punto de partida, el punto cero. Un lugar, una idea, un fin hacia el que encaminar el análisis. De forma breve, la idea principal de este trabajo de investigación es determinar si es cierta o falsa la siguiente afirmación: El género informativo de televisión está influenciado por las nuevas tendencias del periodismo de vanguardia, propio de los programas de entretenimiento.

La única forma de enterarse de esto que lanzamos sobre la mesa es verdad es pensar en ello, como todo en esta vida. Los programas de entretenimiento de moda que se emiten, en su mayor parte, en directo –‘Andalucía Directo’, ‘Madrid Directo’, ‘España Directo’...- se producen y realizan con un determinado estilo que bien marca una nueva tendencia informativa propia del periodismo de vanguardia. Incluso en programas que no son en directo, como por ejemplo “Callejeros”, las pautas de creación audiovisual

son ya totalmente diferentes a las propias del género informativo. Podríamos decir que estos programas innovan respecto a las pautas tradicionales de edición y producción. ¿O acaso ‘Callejeros’ no marcó a la audiencia..? Disculpen, de momento no se puede concluir nada, esto son sólo hipótesis.

En muchas ocasiones los grandes informativos de las cadenas televisivas utilizan no sólo el bruto de la producción del programa de entretenimiento, sino también el recorrido argumental audiovisual. Esto infringe la estética tradicional genérica del contenido informativo más puro y el estilo propio de emisión del canal.

La necesidad creciente de ‘ver’ por parte de los espectadores³ ha llevado a los productores y redactores a incrementar los estímulos visuales de forma que en pantalla aparece, casi con prioridad, aquello que normalmente no se ve: la mirada del espectador es una fuente de poder que determina qué contenidos son los adecuados y cuáles son irrelevantes, algo que no siempre hace cumplir el rigor informativo necesario, ni el decálogo de lo que se considera noticia, cargando los contenidos de subjetividad. Esta circunstancia, llevada a un programa de entretenimiento, aunque éste pretenda ser informativo, conduce a un nuevo estilo en la producción, grabación de recursos, redacción... crea un estilo concreto, definido y exacto, propio de este tipo de programas que tanto entretienen como informan. Por el contrario, lejos de crear un lenguaje audiovisual y lingüístico determinado, al extrapolar estas premisas al mundo de los informativos, los contenidos se distorsionan porque no encajan ni se ajustan a las teorías estéticas tradicionales.

Por otro lado, la tendencia en el mundo de la comunicación es el sensacionalismo y el impacto. Si bien los programas de entretenimiento, por muy

3. NOTA: Entiéndase el término “ver” desde un punto de vista filosófico, como el panoptismo y la escopofilia. El ser humano siente una necesidad de conocer, de recibir información de cualquier tipo por cualquier canal, una demanda de información permanente que cubre el servicio específico del producto informativo

informativos que pretendan ser, muestran ‘más’ al espectador, una intención que, en un informativo, bien queda retirada de la deontología y los límites periodísticos.

En resumen, y de forma más precisa, se partirá de la hipótesis inicial de que los grandes informativos se ven influenciados, en ocasiones, por los programas de entretenimiento de moda que se producen en directo. Y para más concreción se atenderá el programa ‘Andalucía Directo’ y el informativo de la misma cadena, ‘Canal Sur Noticias’. ¿Se atreven a seguirme en esta tarea..?

1.2. Y para qué tanto esfuerzo.

Una cosa está clara, a nadie le gusta trabajar, como se dice normalmente, para el obispo. Vamos, que si hacemos un trabajo de investigación de nueve meses, como buen embarazo, nos tiene que llevar a algún lado. Una buena razón para seguir leyendo, se me ocurre, puede ser el conocimiento. Y, precisamente, éste es uno de los motivos de este estudio: aprender.

Al analizar dos programas vamos a poder determinar la estética audiovisual y lingüística de las informaciones de los programas de entretenimiento en directo. Por ejemplo, identificar el tipo de emisión: directo, video cerrado o falso directo con el fin de cuantificar cuántas y en qué circunstancias tiene lugar la difusión ‘en vivo’.

Por otro lado está el informativo, un género rígido y determinado. Una vez que sabemos cómo funciona AD tenemos que comparar su estética con la propia de los grandes informativos. Esperan grandes sorpresas.

¿Y las noticias? ¿Serán las mismas para uno y otro programa..? Nadie lo sabe. No hay que olvidar que la idea es realizar el estudio como si fuera la

primera vez que vemos los programas. “¿Ha visto usted alguna vez AD..?”, “No, yo no, Dios me libre”. Es importante determinar los enfoques de las noticias emitidas con el fin de concretar qué parte de la información resulta más relevante en uno y qué se considera noticia para otro. ¿Noticia del día? No gracias, yo tengo la mía. Cierre, semejanzas y diferencias en el caso de que se repitan noticias, relevancia de los personajes, pirámide invertida...

Ya sabemos casi todo de los dos programas. Es tiempo ahora de establecer diferencias y similitudes en los contenidos analizados con el objeto de señalar las posibles patologías audiovisuales y lingüísticas: determinar aquello que cumpla los requisitos estéticos informativos. Y comienza lo divertido, ya se avistan las primeras conclusiones: las posibles tendencias en el género informativo así como de los programas en directo para aclarar si un género bebe de otro o si son emisiones con contenidos independientes. ¿Apostamos..? ¿Los programas de entretenimiento influyen en los informativos por diversos motivos, ya sea por la falta de tiempo, por ahorro económico..?

Y cómo no, dejar el trabajo en barbecho. Dicho de otra manera, otra de las ideas de este trabajo es dejar abiertas posibles nuevas líneas de investigación. Por si alguien se ha quedado con ganas de saber más, ánimo...⁴

4. NOTA: Según la página web del INE, “la operación estadística sigue las recomendaciones metodológicas de la Oficina de Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT). La encuesta se viene elaborando con periodicidad anual desde 2002, realizándose los trabajos de campo en el 2º trimestre de cada año, si bien en 2005 y 2006 se obtuvieron además datos para el 2º semestre, realizándose los trabajos de campo durante el cuarto trimestre. Se recoge información sobre los diversos productos de Tecnologías de Información y Comunicación de los hogares españoles así como los usos que hacen los españoles de estos productos, de Internet y del comercio electrónico. Se dedica una atención especial al uso que los niños hacen de la tecnología. Los datos europeos proceden de la página web de Eurostat, donde se puede ampliar información en el tema Ciencia y Tecnología (Science and technology)”.

CAPÍTULO 2
DESORDEN
ORGANIZADO

Es preciso, antes de todo, concretar un marco teórico en el que se traten aspectos como el panoptismo y la necesidad social de 'ver', la politización de los medios de comunicación y la manipulación, la distorsión que sufren éstos por la batalla y el negocio que suponen las audiencias. Para analizar un medio de comunicación hay que tener una sensación real de su existencia, de lo que pretende alcanzar y de las premisas en que se basa su producción y realización. No hay que perder de vista que 'Andalucía Directo' es un programa de actualidad, diario, con récord de audiencia autonómico en las parrillas de la tarde, también líder de emisiones nacionales de características similares y que, además, va a ser comparado con el informativo de Canal Sur.

En general, las emisiones de los medios de comunicación audiovisuales son muy complejas. Están compuestas, como su propio nombre indica, por sonido y por imagen, un producto televisivo autónomo e independiente. El sonido responde a la interpretación de la realidad por parte del profesional, son los hechos, un conjunto de oraciones: el off, la voz del redactor. Por otro lado, las imágenes tampoco son aleatorias, son fruto de la decisión de otro profesional de la información, el operador de cámara, que de forma intencionada, con un fin conciso como es informar, selecciona las fotografías más adecuadas para la representación de la realidad desde un enfoque lo más puro y objetivo posible. Así las cosas, el producto audiovisual, en su conjunto, se compone de una serie de elementos e intenciones que es preciso determinar para un correcto examen de contenidos. Una vez encerrados en el mundo de la televisión, la metodología de análisis consiste en desgranar las piezas emitidas por el programa 'Andalucía Directo' y compararlas con las correspondientes en el informativo de Canal Sur Televisión durante un mes, de forma concreta durante febrero –los veinte programas del mes son suficientes para establecer patrones en los contenidos de ambos programas-;

con especial interés en los contenidos que se ofrezcan en ambas emisiones. Para ello, se tendrán en cuenta las pautas establecidas por las teorías sobre redacción televisiva en el género informativo.

Pero, ¿qué contenidos deben ser desgranados y comparados? Empieza el lío. Para un análisis preciso y a la vez representado de forma clara, se establecerá un cuadro de doble de entrada en el que se expondrán las características de los contenidos visuales y lingüísticos de las piezas que se emitan en ambos programas. Se tendrán en cuenta, según el libro de estilo de Canal Sur Televisión y pautas periodísticas televisivas, valores como:

- El tiempo de duración de la noticia. En comparación con un informativo las piezas emitidas por Andalucía Directo son casi siempre más del doble. Se pretende responder así a las necesidades propias del directo, señalando qué circunstancias son especiales y únicas de este programa frente al informativo.
- La estética audiovisual, que en principio debería ser igual. En qué se diferencian y si estas pautas, diferentes, son llevadas al informativo donde resultan incorrectas.
- La redacción literaria, en lo que se refiere al uso de los tiempos verbales, el tipo de oraciones que se emplean, la adjetivación...
- Enfoque, tipos de planos, recursos, recreación de situaciones y escenarios.
- La actuación redactor/afectados, cómo se comportan, cómo se provoca una situación 'espontánea' en directo. De forma más concreta, cobra especial interés la implicación del redactor en la noticia, la distancia profesional-personaje y la relevancia del personaje frente al espectador.
- La voz en off: duración, el empleo del ambiente como voz en off en las piezas, entonación y posible interpretación del redactor.
- La intervención en directo del redactor, su implicación durante la emisión.

- El directo: similitudes y diferencias de AD y CSN.
- Sumarios y titulares, empleo de los tiempos verbales y de la primera persona en las informaciones que se repitan en ambos programas.

El cuadro de doble estrada, según los parámetros expuestos, queda de la siguiente manera:

piezas ad/ csu	directo	oraciones subordinadas	totales con/ sin movimiento	off redactor/ personaje	movimientos de cámara	paneos seguidos	tiempo de duración	sumarios/ titulares	impli-cación redactor	entradilla media-nilla salidilla

Este cuadro de doble entrada, de elaboración propia, cuyos ítems se explicarán y desarrollarán en un apartado especial dentro del punto 8, incluirá un análisis redactado con el fin de valorar si se cumplen los requisitos propios de los programas y el libro de estilo de Canal Sur Televisión. Como complemento contará con el apoyo de unas gráficas que resuman en qué consisten los contenidos de una y otra emisión.

Vivir en primera persona la preproducción, producción y postproducción y situaciones cotidianas complejas en un día de trabajo cualquiera resulta muy importante para comprender y situarse en el propio ritmo de los programas. Así las cosas, como cierre del marco teórico se incluirán dos crónicas sobre cómo se trabaja en ‘Andalucía Directo’ y ‘Canal Sur’ y dos entrevistas informativas con un redactor de cada programa.

Todo esto, permitirá sentar unas conclusiones que avalen o desmientan la hipótesis de la que parte este trabajo.

CAPÍTULO 3
CONOCIMIENTOS
PREVIOS:
EL SABER NO OCUPA LUGAR

Pero... un momento... a ver qué pasa aquí, se preguntarán. ¿Es necesario saber tanto...? ¿Ahora tengo que leer un tocho lleno de teóricos...? Verán, citando a Mateo Alemán, “*debe desear todo hombre vivir para saber, y saber para vivir*”. No sufran, será ameno, con ejemplos actuales de telebasura. Pasen y vean...

1. La necesidad social creciente de ver.

Román Gubern, catedrático de Comunicación Audiovisual en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, afirmó en cierta ocasión que se aprende a mirar antes que a hablar y que el protagonista del pensamiento es el lenguaje. El experto, para definir esto, acuña el término ‘iconosfera’, es decir, una atmósfera de imágenes donde se desarrolla el ser. Tomando como base estas afirmaciones, podríamos admitir que ‘ver’ es una necesidad para el ser humano y que, además, el término imagen va más allá de su propio concepto ya que es el punto inicial del pensamiento humano.

Por otro lado, Aurelio del Portillo, profesor de Realización Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, en una publicación digital⁵ ponía de manifiesto que “*claro está que no podemos llamar atención lúcida, sino más bien lo contrario, al insistente parloteo de la mente que antes de ver ya está juzgando lo que va a ver, si no, se siente morir, cree desaparecer ante lo nuevo, lo no adquirido previamente en la experiencia y entregado, sin más a nuestra autoritaria matrona: la memoria. (...) Hablamos de limpiar la mirada, de escuchar de verdad para reconocer lo verdadero, de no comprar al por*

5. Del Portillo, Aurelio. (1999): “La corrupción de la mirada: una reflexión sobre el condicionamiento del espectador audiovisual”. *Babab.com*, nº 0, diciembre.

mayor cualquier estupidez de segunda mano. (...) Por no estar atentos y lúcidos, libres, algo estamos matando, algo nos estamos perdiendo". En relación con las palabras de Del Portillo, Gubern se muestra tajante: "*la presencia opresiva de la televisión en el espacio doméstico contamina nuestra visión del mundo con sus prejuicios y valores*"⁶, dice el catedrático.

Cierto es que hay una necesidad social de 'ver', de ir más allá de lo que se sabe, se intuye o se necesita. Para comprobar este hecho no hay más que observar las parrillas de televisión de las cadenas públicas. El 23 de abril del año 2000 comenzó en Tele5, presentado por Mercedes Milá, el ya conocido 'Gran Hermano': un grupo de personas, desconocidas entre sí entraban a convivir en una casa en la que las cámaras de televisión grababan al día veinticuatro horas seguidas; nunca ha habido secretos para este programa, con excepción del interior de la habitación donde se encuentra el inodoro. El día de la presentación del espacio y entrada de los concursantes la audiencia alcanzó un 39,5%, muy alejado del día de la final del concurso donde Tele5 contó con casi un 80% de telespectadores. El programa Gran Hermano ha alcanzado la friolera de diez ediciones. En 2001, Antonio Hernández dirigió una película llamada 'El gran marciano' donde con cámaras ocultas grabó durante cuarenta y ocho horas a los concursantes del reality haciéndoles creer la venida a la Tierra de un extraterrestre. Algunos implicados, como el polémico Jorge Berrocal, tuvieron que ser atendidos por una crisis de ansiedad; el film fue un éxito.

La productora ENDEMOL traía a España una de las más de cincuenta versiones del concurso 'Operación Triunfo'. En la Primera de Televisión Española, un año más tarde que Gran Hermano, comenzaba, presentado por Carlos Lozano, el reto artístico: un grupo de dieciséis cantantes luchaban por conseguir una carrera musical y una actuación en Eurovisión; el espec-

6. Muñoz, Jacobo. (2004): Comentario a "Patologías de la imagen". *Elcultural.es*, edición impresa, 14 de octubre.

tador desayunaba, trabajaba, lloraba y sufría a la vez que los concursantes. La audiencia se incrementó desde el 22% al 70%.

Antena 3 emitió sin éxito un programa llamado ‘El Bus’, otro encierro protagonizado por un grupo de personas que convivían en un autobús que vigilado con cámaras durante todo el día, recorría España. El autobús partió desde la ciudad de Barcelona y consiguió tanto éxito que el diario nacional EL PAÍS publicó algunas novedades del programa (EL PAÍS, 28 de agosto de 2000). La cadena Cuatro emite en la actualidad ‘Super Nany’: una familia con problemas en su convivencia contrata a una niñera, profesional de la pedagogía, para intentar domesticar a sus hijos. El espectador puede ver cómo los menores faltan al respeto a los padres, la pareja discute entre sí hasta límites de dudosa educación y la pedagoga critica y reprocha las decisiones tomadas a cada uno de los componentes de la unidad familiar, retirándose a otra casa sin el éxito deseado.

Incluso para este tipo de programas se crean canales 24 horas especiales para mostrar, también, cómo duermen los participantes durante la noche a la vez que un público participativo envía mensajes de texto vía móvil mostrándoles su apoyo y su criterio sobre su actuación en el concurso. Tele5 resume el contenido del concurso ‘Gran Hermano’ como “tele realidad”, una realidad transformada en un producto que la audiencia quiere consumir:



Captura de la emisión del Concurso “Gran Hermano” emitido por la cadena Tele5

La necesidad de ver va más allá de una simple producción televisiva. Ahora, el personaje anónimo también puede vender a los medios de comunicación, por ejemplo, un suicidio asistido o las primeras horas de una muerte. Craig Ewert, un americano que padecía una enfermedad neuronal degenerativa, vendió su suicidio a una cadena británica que emitió un documental de su muerte el diez de diciembre de 2008. El director del documental fue el canadiense John Zaritsky, quien declaró sentir “que era importante contar la historia de un hombre que decide morir”.



Captura del fragmento del documental 'El turista suicida' difundido por elpais.com el 13 de febrero de 2009.

O el caso de Jade Goody, conocida socialmente por su participación en un reality show, que vendió los últimos días de su vida y su muerte tras sufrir una enfermedad de cáncer de mama. En 2004, Alejandro Amenábar llevaba a la gran pantalla la vida de Ramón Sampederro, un hombre tetrapléjico que pidió públicamente ser sedado por profesionales hasta provocar una “muerte digna” debido a la desesperación que sufría por su estado vegetativo tras un accidente. La vida de los demás no es ajena, ni tampoco su muerte.



Imagen de Jade Goody difundida por elpais.com el 9 de marzo de 2009



Imagen de Ramón Sampetro ofrecida por elpais.com el 18 de marzo de 2005

Gérard Imbert afirma que *“la televisión es sin duda el medio que más fomenta el voyeurismo, en un gozar de lo visible sin más mediación que el ojo voyeurista de la cámara, que hace aquí las veces de ojo de la cerradura”*. Imbert explica que más allá de lo visible está el secreto del propio individuo y la televisión ha roto precisamente esa barrera de la intimidad propia del ser humano. En el *“imperio del ver todo”* no hay secretos, todo es susceptible de ser emitido por la pantalla mediática. Este tipo de programas de tele realidad, donde además hay una identificación inconsciente con el concursante por parte del espectador, es el género en el que mejor se plasma el voyeurismo y la necesidad social de ver: *“la carencia de intimidad se subsume en espectacularización del yo y mis sentimientos. El yo del individuo se transforma en espectáculo bajo los ropajes de la autenticidad”*, dice Imbert.

Otro tipo de emisiones que muestran una realidad compartida con los espectadores son los magazines en directo. Están de moda programas contenedor como ‘Andalucía Directo’, ‘España Directo’, ‘Madrid Directo’ o incluso la fórmula magistral de la CNN de “está pasando, lo estás viendo”. No hay más que mirar los registros de audiencias: el 16 de abril de 2009, el programa de Tele5 ‘Supervivientes: perdidos en Honduras’ fue visionado por

7. Imbert, Gerard. (2003): *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*. Ed. Gedisa, Barcelona. Págs. 108-109.

más de tres millones de personas, el informativo de las nueve de la noche de esta misma cadena no alcanzó los tres millones de espectadores.

2. La distorsión de los contenidos en los medios de comunicación.

Román Gubern en su texto ‘Chiclé para los ojos’, comenta que el televisor constituye un ventana que encierra un púlpito y que también es una tienda. ¿Y qué vende esa tienda electrónica?, se pregunta Gubern, “*vende espectadores a las agencias de publicidad, para que financien su programación, hasta el punto de que ha podido afirmarse que la televisión es un emisor de publicidad con relleno de apoyo de programas de entretenimiento*”⁸, dice el catedrático. No es descabellado afirmar que uno de los principales motivos de distorsión en los medios de comunicación es la publicidad: la mitad de los ingresos de las cadenas de televisión o de la prensa escrita son obtenidos mediante emisión de publicidad y, de forma contraria a lo que se podría esperar, los espectadores no tienen manera alguna de influir en el tipo de propaganda. Son las decisiones de los anunciantes las que deciden sobre la prosperidad de un medio. Así las cosas, la publicidad ejerce un tipo de influencia concreto: ésta genera un deslizamiento más o menos permanente de los contenidos del medio de comunicación. El éxito del mensaje publicitario aumenta a la vez que la audiencia, por lo que los anuncios recompensan con sus ingresos a los medios. Y vuelta a empezar.

Otro factor de distorsión es la influencia de la propiedad. La supuesta facultad por parte de los propietarios de modular los contenidos a su antojo y conveniencia debería ser discutible pero no lo es. Era el caso de EL MUNDO,

8. Gubern, Román. (2005): “Chiclé para los ojos”. *EL PAÍS.ES*, Opinión, 24 de enero.

edición de Almería, en el que se acusaba a los propietarios de la empresa de “no respetar el derecho de los trabajadores..., despiden y amenazan con tomar represalias contra los periodistas por reunirse para reivindicar sus derechos labores”, según unos carteles que los trabajadores colocaron por toda la ciudad andaluza. La historia, que veía la luz el diez de marzo de 2006, es tan dura como representativa. En su primer medio año de vida, seis trabajadores fueron despedidos por los directivos del diario, entre ellos el director y la subdirectora; la última en pisar la calle de forma impropia, una fotógrafa que llevaba colaborando siete años con EL MUNDO. Uno de los afectados contó a ‘Periodista Digital’ que “un compañero fue despedido. Otra compañera mostró su disconformidad por el hecho y desde ese momento se la tenían jurada. Comenzaron a decirle que no hacía bien su trabajo, que no cumplía con las expectativas. A las dos semanas, a la calle. Por cierto, el mismo día que despidieron a uno de los redactores otra periodista y dos colaboradores fueron presionados para que dejaran la empresa”. Incluso, propietarios de grandes empresas de comunicación han alcanzado el puesto de Ministros de su país: es el caso de Berlusconi, propietario de MEDIASET.

El caso del político italiano conduce a la tercera causa de la distorsión de los contenidos mediáticos: la concentración empresarial, acentuada por el sistema capitalista, la globalización y las nuevas tecnologías. Como bien citan Kovach y Rosentiel, desde “*finales del siglo XX, no nominalmente pero sí de facto, los líderes del periodismo estadounidense se han transformado en hombres de negocios*”⁹. Esto, sin duda, motiva un cambio en la mentalidad del profesional que deja de ser un profesional de la comunicación para convertirse en un profesional de los negocios que, en la mayoría de los casos, busca obtener, como primer objetivo, un beneficio.

Y, como consecuencia del nacimiento de nuevos medios y la absorción de las empresas de comunicación pequeñas por los gigantes mediáticos, surge, cómo no, la conocida competencia. La lucha por ganar consumidores, espectadores,

9. Kovach, Bill; Rosentiel, Tom. (2003): *Los elementos del periodismo*. Ed. El País.

se libra cada día. Como dice Lipovetsky, “*siendo el objetivo vender la información al mayor número, los media privilegian muy naturalmente los grandes titulares, los efectos de shock, lo nunca visto, la puesta en escena emocional. ¿Quién puede imaginar que esa lógica mercantil pueda ser tenida por nobles declaraciones? El ideal de honestidad y de responsabilidad está bien, pero es poco para contrarrestar las fuerzas del mercado y la dinámica de la información que conducen casi “genéticamente” a privilegiar lo nuevo y lo extraordinario*¹⁰”.

2.1. El negocio de la audiencia. La politización de los medios y la manipulación.

Ya lo decía Adam. Smith, cuando las personas se controlan mutuamente, lo hacen por medio de la comunicación. Los *mass media* repercuten en la sociedad. Miguel Roiz, en su libro ‘La sociedad persuasora’, señala efectos cognitivos, culturales, políticos y desde luego persuasivos en los espectadores. Según Roiz, en este efecto persuasor, la convicción del emisor “*se consigue más por la credibilidad de la fuente y por la propia seducción del lenguaje que por los elementos argumentativos e informativos*¹¹”. Roiz afirma que los medios de comunicación tienen una importante influencia sobre la masa espectadora y por tanto, los contenidos que emiten por los distintos canales “*crean y modelan el control cultural*”. El teórico se basa en Foucault para expresar esta absorción del receptor explicando cómo la televisión, por ejemplo, subraya actitudes favorables a la democracia vinculando su contenido con símbolos del sistema capitalista liberal, consiguiendo así que ambos se eternicen. Según Roiz, “*esta dominación económica y empresarial, en última instancia, es política y desde luego también ideológica (...). La influencia se consigue tanto desde*

10. Lipovetsky, Gilles. (1994): *El crepúsculo del deber*. Ed. Anagrama, Barcelona.

11. Roiz, Miguel. (2002): *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Ed. Paidós, Barcelona. Pág. 19.

la información como desde la propaganda, la publicidad o el entretenimiento, utilizando a su favor la formación y difusión de la opinión pública¹²”.

No hay que ir muy lejos para comprobar los distintos puntos de vista ideológicos de los medios de comunicación y de paso comprobar cómo la audiencia debe elegir qué tipo de contenidos quiere consumir, el comprador habitual de un periódico o el seguidor de un informativo de una cadena son precisamente eso, habituales, porque comparten y conocen en cierto modo lo que van a leer en sus páginas o escuchar por el altavoz de sus televisores. Esto puede observarse en dos periódicos de tirada nacional (capturas de la versión digital de EL PAÍS.es y ABC.es, de 24 de abril de 2009):



12. Roiz, Miguel. (2002): *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Ed. Paidós, Barcelona. Pág.67.



La noticia trata sobre el número, creciente, de trabajadores parados en España. Obsérvese la atmósfera de los titulares: “No hagamos vaticinios, y menos apocalípticos”, del periódico EL PAÍS, frente a “El paro sigue desbocado: 4.010.700”, de ABC.

No es posible obviar que existe una industria cultural que guarda una estrecha relación con los medios de comunicación y el control ideológico. Los contenidos que emite un determinado medio esconden entre sus palabras un determinado punto de vista, siempre ideológico y político. Y es el espectador el que decide si ese producto es de su interés o no. En el mundo de la comunicación nada es inofensivo, todo es ofensivo, todo está pensado y conlleva una intención más o menos clara. Roiz alude a esa mencionada industria cultural: “se comprende el énfasis casi obsesivo que las empresas ponen en producir contenidos tanto sobre la vida de los famosos, sobre los aspectos más escabrosos de sus vidas¹³”. El producto informativo permite la evasión de la

13. Roiz, Miguel. (2002): *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Ed. Paidós, Barcelona. Pág. 81.

vida cotidiana, de contenidos y argumentos planos y poco elaborados. Esto da lugar, sin duda, a una alteración del imaginario colectivo, al fin de la creatividad y de la culturalidad, es decir, a la vulgarización de los contenidos.

2.2. Valoración de la Teoría de Jerry Mander: Cuatro buenas razones para no ver la televisión.

Jerry Mander redacta más de trescientas páginas en un libro llamado ‘Cuatro buenas razones para eliminar la televisión’. Éstas son la mediatización y colonización de la experiencia, los efectos de la televisión sobre el ser humano y las desviaciones e inclinaciones tendenciosas inherentes a la televisión. Según Mander, como primera razón, todos los entornos están mediatizados, la televisión expropia el conocimiento humano y genera una deriva de conocimientos en el espacio mental. El publicista asegura que *“lo que vemos, oímos, tocamos, degustamos, olemos, sentimos y comprendemos acerca del mundo ha sido procesado por nosotros. Nuestras experiencias del mundo ya no pueden ser llamadas directas o primarias. Son secundarias, experiencias mediatizadas”*¹⁴.

Como segunda razón, la centralización del control social, el crecimiento económico y el consumo democrático generan un efecto concreto sobre los individuos. Los medios de comunicación dominan el ‘aparato de influir’. *“No es por accidente que la televisión haya sido dominada por un puñado de fuerzas empresariales o estatales. Tampoco es casual que la televisión haya sido utilizada para recrear a los seres humanos bajo una nueva forma que se ajusta bien al entorno comercial y artificial. Una conspiración de factores económicos y tecnológicos hacen que esto sea inevitable”*, dice Mander.

14. Mander, Jerry. (2004): *4 buenas razones para eliminar la televisión*. Ed. Gedisa, Barcelona. Pág. 75.

El comunicador sigue con el varapalo. Afirma que los contenidos audiovisuales ofrecidos en la actualidad causan efectos como el oscurecimiento de la mente humana; conversión del ser en imágenes como grabaciones de videos y que incluso, el hombre sustituye las imágenes inherentes al propio hombre por otras de televisión. *“La tecnología de la televisión provoca respuestas neuro-fisiológicas en los espectadores. Puede ser causa de enfermedad, y desde luego provoca confusión y sumisión a una imaginaria externa. Considerados en conjunto, los efectos de la televisión se acumulan para crear las condiciones de un control autocrático”*, añade.

Y, en un tercer round, Mander asegura que la manipulación de la imagen provoca una desviación que nos aleja de lo sensorial y que, además, tiende hacia la muerte y separa el tiempo del lugar. El publicista señala un total de treinta y tres desviaciones propias de la televisión actual –refiriéndose a la borra que pasa el filtro-, como por ejemplo, la guerra, más destacada que la paz; la violencia, más destacada que la no violencia; los coches y otros bienes de consumo son más visibles y sufren menos pérdida de información que las cosas vivientes; la superficialidad más eficaz que la profundidad; lo impactante, visualmente hablando, cobra más fuerza que las imágenes suaves; el materialismo y la ambición por encima del espíritu abierto... *“Junto con la venalidad de sus controladores, la tecnología de la televisión predetermina los límites de su contenido. Hay información que puede ser dispensada en forma completa, otra, sólo parcialmente, y otra no puede serlo en absoluto. Cuanto más efectivas son las telecomunicaciones, más burdos sus significados y lineales serán los programas y mensajes, que se ajustarán convenientemente a los propósitos de quienes controlan comercialmente el medio. El más alto potencial de la televisión es la publicidad. Esto no puede ser cambiado. La tendenciosidad, la distorsión, es inherente a la tecnología”*, sentencia Mander.

3. La noticia y la entrevista como géneros televisivos: definición, contenidos y estructura generales.

Según una definición de Martínez Albertos, noticia es todo aquel hecho verdadero, actual, inédito o de interés general que puede tener un alcance masivo una vez interpretado por los profesionales de la información y transmitido a un público receptor.

En el campo mediático que nos ocupa, la televisión, la noticia es transmitida mediante imágenes y el valor interpretativo, anteriormente citado, es la palabra del profesional de la comunicación. Como dice Mayoral, la imagen adquiere una importancia brutal, *“hasta el punto de que el texto puede acabar con frecuencia convertido en un mero complemento de la información visual”*¹⁵. Eso sí, sin escapar a la capacidad de atención y retención de los espectadores, por lo que los planos de las piezas de noticias televisivas no pueden ser inferiores a dos segundos ni de un máximo de cuatro o cinco.

Una de las primeras labores periodísticas que el profesional aprende durante su formación es la obligación de contrastar la información así como buscar fuentes que avalen los hechos que van a exponerse. El género que engloba estas dos consideraciones es la entrevista, que ayuda a analizar y profundizar en un determinado acontecimiento noticioso. El objetivo de la entrevista es mostrar de forma directa, desmenuzar y desgranar los contenidos para una perfecta asimilación por parte de la audiencia. Como bien explica Mayoral, las preguntas propias de este género deben ser *“claras y directas para favorecer las respuestas concisas y, con ello, la realización televisiva de la entrevista”*¹⁶. Por su parte, el presentador o entrevistador debe mantener

15. Mayoral, Javier- Sapag, Pablo. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Ed.Síntesis, Madrid. Pág. 58.

16 Mayoral, Javier- Sapag, Pablo. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Ed.Síntesis, Madrid. Pág. 59.

la distancia justa con el personaje, aunque puede optar por un estilo menos formal que el informativo puro, nunca debe cobrar más importancia que el protagonista.

4. Necesidades sociales: la nueva tendencia informativa. El nacimiento de Andalucía Directo.

Andalucía Digital Multimedia (ADM) es la sociedad anónima que produce el programa de televisión Andalucía Directo (AD) desde 1998. En este año nació con su primera retransmisión: la cabalgata de los Reyes Magos. Como bien explica la productora en su página web, AD siempre ha pretendido dar una cobertura original a los hechos noticiosos, con especial interés por los temas sociales de la comunidad andaluza. Así las cosas, AD marca un precedente en la televisión pública andaluza del momento. Desde sus comienzos, trata sobre todo temas de interés social, gastronomía, denuncias, cultura... Lleva hasta el espectador, igualmente, la vida rural y urbana propias de la geografía andaluza mediante reportajes y conexiones en directo, siempre cumpliendo los cánones, dogmas y deontología periodísticos; innovando en algunos aspectos audiovisuales al pie del mundo de la comunicación de vanguardia.

Su director, Miguel Ángel Cortés, en unas declaraciones realizadas a Canal Sur Revista (revista núm. 3 de invierno 2008, pág. 27), explicó que *“AD nace como una propuesta innovadora, era un tipo de programa informativo que no existía y que pasó a convertirse en una fórmula con mucho éxito”*. *El objetivo del programa, según Cortés consiste, desde el primer momento “en contar cosas que le pasan a la gente”, dejando a un lado la trillada política, sin otro motivo que “la cercanía de la manera más inmediata posible”¹⁷*.

17. Dirección de Comunicación e Imagen de RTVA. (2008): “Canal Sur Revista”. Revista núm. 3, pág.27

Pero, ¿por qué surge este programa? ¿Cuáles son las nuevas tendencias informativas? Según Gérard Imbert hay un nuevo contrato comunicativo que reconstruye la propia sociedad. Según Imbert, “hoy la televisión no sólo ha sustituido a los grandes mediadores culturales (familia, escuela, intelectuales) sino que, de alguna manera, ha sustituido una realidad por otra: a un déficit de intercambio en el ámbito social, a los fallos de representación en el espacio público¹⁸”, acuñando el término ‘comunicación representada’. Los nuevos espectadores nacientes de este nuevo contrato son grupos distintos, dispersos en características demográficas o sociológicas, pero que presentan un interés común: la necesidad de querer ‘ver’. Imbert denomina a estos espectadores “comunidades visuales” y adquieren, como tales, unas características definidas a partir del producto audiovisual que demandan:

- Son “agregativas”, es decir, generan un grupo con un gusto audiovisual común sin que entre ellos coincidan valores sociales. Dicho de otro modo, según Imbert, al coincidir su grado de identificación con el producto se pone de manifiesto un poder de convocatoria por parte del medio de comunicación. Es el ejemplo de ‘Gran Hermano’, ‘SOS adolescentes’, ‘Callejeros’, ‘Fama: a bailar’ y otros programas de pautas parecidas, generalmente en los que se muestra parte de la realidad.
- Matices negativos. Estos productos informativos no muestran siempre una realidad positiva, digna de imitación por parte del espectador. Según Imbert, las nuevas necesidades del espectador pueden ser contraproducentes en la medida en que se trivializan los contenidos, dejando así la violencia de ser violencia, un accidente un accidente... sin pasar por una mediación simbólica que determine el propio contenido del hecho, dejándolo vano, sin importancia.
- Transformación de los valores connotativos o lo que es lo mismo, de-

18. Imbert, Gerard. (2006): “La hipersensibilidad televisiva: nuevos imaginarios”. *Boletín electrónico AEG*, nº 3, Pontificia Universidad Católica, Perú.

notación de los hechos. En relación con la anterior y en palabras de Imbert *“desde esta perspectiva, los videos domésticos serían la otra cara del discurso informativo, su reverso irrisorio, la conversión del accidente en figura cómica”*.

- “Figuras de lo mismo”. A través de la televisión se emiten al receptor arquetipos, tendencias, modas... de lo que se lleva o de lo que se debería ser, algo que produce un *“efecto representativo”*, según el experto, y que responde a una *“lógica de la simulación”*.

Sin ir más lejos de las declaraciones de Miguel Ángel Cortés se encuentran similitudes entre las características del nuevo contrato comunicativo de Imbert y las propias del programa AD: consagración de un grupo heterogéneo de espectadores; figuras de la moda, transformación de los valores de los hechos por el hecho, simple, de ser repetidos de forma constante, carices negativos... y, sobre todo, la necesidad social de ver, querer ver y poder ver.

4.1. ¿Es Andalucía Directo un programa informativo o de entretenimiento..?

El discurso de los programas de entretenimiento debe permitir que el tiempo pase de forma distendida, se capte la atención del espectador y que éste se sumerja en el programa, aturdido por los contenidos. Según Roiz, *“en el caso de los medios de comunicación implica que los receptores adoptan necesariamente una actitud pasiva (...). La necesidad de evasión de los problemas reales es general entre muchos individuos miembros de la sociedad de masas, debido*

a que está sometidos a fuertes presiones en los ámbitos de la vida cotidiana¹⁹.

Por otro lado, el género informativo hace comprender al receptor la realidad del momento. La realidad sería aquello que existe en el mundo y se puede transmitir de forma verbal o visual. La palabra informar presenta así dos conceptos, dar forma a algo y transmitir. La televisión es el medio que más lejos puede llegar en este aspecto de 'puesta en escena', no se limita sólo a confeccionarse como una yuxtaposición audio-imagen, va más allá en cuanto contextualiza los hechos de forma inmediata e instantánea.

Andalucía Directo (AD) se emite de lunes a viernes y domingo en horario de tarde, de 18 a 19.50h. Por el tiempo de duración, a priori, puede valorarse como programa de entretenimiento, demasiado largo para ser un programa meramente informativo. En el mes de enero de 2009, el programa andaluz alcanzó el liderazgo respecto al resto de cadenas autonómicas, obteniendo más del 24% de espectadores. AD está dirigido además a un amplio y variado público algo que para Roiz "*facilita a los medios el suficiente nivel de audiencia que rentabiliza la emisión*".

El programa AD parece un programa de entretenimiento pero también informativo. Para responder a la pregunta, a continuación se ofrece una captura de la página web de Canal Sur Televisión de la parrilla de programación de una tarde cualquiera: la propia cadena califica la emisión como 'magacín informativo'. Por tanto, AD **sí** es un programa informativo.



19. Roiz, Miguel. (2002): *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Ed. Paidós, Barcelona. Págs. 154- 156.

5. Formatos televisivos: off, VTR o pieza, colas, totales, colas + total, directos, falsos directos, sumarios y entradillas. Estética y características.

Cualquier programa audiovisual emitido en televisión se compone de dos elementos básicos y claves: el sonido y la imagen. Una imagen sin sonido queda en el aire sometida a la libre interpretación del receptor. Es decir, a pesar del poder intrínseco de la fuerza de la imagen y a pesar de que el material gráfico da una impresión rápida y específica, sin sonido, la consecución de planos resulta deficiente, es necesaria una interpretación de la realidad de la imagen que se consigue mediante la labor del profesional de la comunicación. Rafael Mainar, en su libro ‘El arte del periodista’, explica la simbiosis sonido-imagen con el siguiente párrafo: *“Lo denunció un diario y lo negaron las autoridades. Un redactor y un dibujante del periódico salieron por el buen nombre de la publicación y, acompañados por la policía, hicieron una información con gráficos de retratos y tatuajes, que evidenció la verdad del hecho y causó honda impresión en el público”*. Y Mainar añade, *“la combinación de elementos visuales y sonoros consigue una impresión clara y rápida del suceso”*²⁰.

Por ejemplo, supongamos el siguiente abanico de capturas de televisión:



20. Mainar, Rafael. (2005): *El arte del periodista*. Ed. Destino, Barcelona. Pág. 117.

Un espectador cualquiera puede asegurar que el medio de comunicación que él ha elegido le está ofreciendo un mitin político de Barack Obama; otro puede verse influenciado por su deseo de que Obama gane las elecciones y su interpretación puede ser la de un esperado discurso de investidura; otro receptor, al que no le preocupa ni le interesa la política, puede entrever un aburrido resumen sobre la elección del presidente de los Estados Unidos de América, y así con cada persona del público. Late aquí la necesidad de que un profesional de la comunicación plasme la realidad bajo su verdad, es decir, que interprete los hechos acontecidos para que los receptores los entiendan, los procesen y sean capaces de generar una opinión a partir del producto informativo consumido. Y exactamente lo mismo sucede con el sonido, si eliminamos la imagen, sin duda, la voz del redactor queda desnuda, sometida a la soledad de la ceguera absoluta. No puede existir pues, en este sentido, imagen sin sonido ni sonido sin imagen. Como bien dice el doctor en Ciencias de la Comunicación Javier Mayoral, hay que escribir para la imagen. Teniendo en cuenta estas premisas podemos diferenciar los siguientes elementos propios de un producto audiovisual televisivo:

- **Off.** Es la voz del redactor sobre las imágenes que forman la noticia. Excepto en el caso de los directos, el off es grabado con anterioridad en una sala apropiada de locución. El tono de voz en todos los géneros, especialmente en el informativo, debe ser enunciativo, plano, desvestido por completo de cualquier modulación tonal que incite a interpretación con el fin de alcanzar la máxima objetividad posible. En otro tipo de géneros como la crónica social, crónica deportiva, prensa rosa... la entonación puede adaptarse al propio ritmo del hilo argumental para dar frescura, pero siempre teniendo presente el rigor periodístico.
- **VTR o pieza.** Las siglas VTR responden a las palabras *video tape recorder*. Es un video editado y cerrado que contiene audio e imagen (el VTR responde a la labor de postproducción). Ambos elementos deben

complementarse. La duración de una pieza puede variar dependiendo de las necesidades del programa pero, de forma general, en el caso de los informativos se extiende desde un minuto, al minuto y medio: en ese espacio de tiempo el profesional de la información debe contar la historia a la que se refiere el hecho noticioso.

- Colas. Es una sucesión lineal de imágenes que, con ayuda de la persona encargada de la presentación, informa sobre un hecho. El redactor lee un texto preredactado (o improvisa, si es necesario, pero no es lo habitual) a la vez que entran en antena una serie de imágenes. Suelen durar entre veinte y cuarenta segundos. Hay dos tipos de colas, las colas y las colas de transición. Las de transición dan paso o vienen de una noticia anterior y, como su propio nombre indica, sirven como transición entre una información y otra.
- Totales. Son declaraciones de las personas implicadas en la información recogidas mediante micrófono. De forma general responden a la estética de plano medio corto, fijo, con una imagen estática del personaje y sin presencia del redactor. Pueden ofrecerse al espectador de forma aislada, enlazando unas declaraciones con otras sobre un mismo tema, o incluidos en un VTR como fuente directa de información. Deben durar como máximo veinte segundos.
- Colas + total. Es la unión de las colas y de un total. La persona que presenta la información lee el texto correspondiente a las imágenes y a continuación se emite un total o varios totales que avalan el contenido de la información. Suele pasarse de uno a otro sin volver a plató, no hay transición. Este método se emplea para noticias breves que no tienen el calibre informativo suficiente para ser desarrolladas mediante una pieza ya que se satisfacen en menos tiempo.
- Directo. Es la última hora sobre una noticia. Las conexiones en directo son casi una práctica habitual en los informativos. Reflejan el despliegue

de medios tecnológicos de la cadena, acusan la presencia del redactor en un lugar conflictivo o relevante por cualquier circunstancia, aproximan al espectador al lugar de los hechos y rentabilizan la red de corresponsales permanentes de la empresa de comunicación. Según Javier Mayoral, en el libro ‘Redacción periodística en televisión, *“al mismo tiempo, el directo permite evitar el complejo proceso de producción de la noticia para la televisión, hoy simplificado gracias a la tecnología digital, pero aún menos ágil que el radiofónico, por ejemplo. Con ello, además, exhibe su poder tecnológico; es decir, la capacidad de superar el tiempo y el espacio gracias a medios sofisticados (...)*”²¹.

- Falso directo. Consiste en la simulación de un directo por los motivos anteriormente citados. El falso directo es una grabación en el lugar donde han acontecido los hechos que son noticia y que se expresan por parte del redactor mediante el empleo de los tiempos verbales de presente o pretérito perfecto simple. Para más proximidad con el directo, en muchas ocasiones, la persona encargada de la presentación del informativo lanza un paso que parece preguntar al contenido de la intervención del redactor e, incluso, al finalizar la pieza agradece al reportero su exposición. Mayoral afina sobre los falsos directos: *“Para guardar las formas, en la mayoría de los casos los presentadores no dicen que se trata de una conexión en directo, pero sí lo dan a entender, por ejemplo, con fórmulas parecidas a éstas: “Buenas tardes, (nombre del periodista que previamente ha grabado su intervención en ese lugar)... Última hora desde la Audiencia Nacional... Para evitar el engaño no se rotula la imagen con la palabra ‘directo’”*²².

21. Mayoral, Javier- Sapag, Pablo. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Ed.Síntesis, Madrid. Pág 65.

22. Mayoral, Javier- Sapag, Pablo. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Ed.Síntesis, Madrid. Págs. 68-69.

- Sumario y rotulación. Equivalen a las portadas de los periódicos y revistas. Son la careta de entrada, la presentación de los temas más importantes del informativo y se realizan mediante una serie de colas. Los rótulos se emplean con el fin de indicar el nombre y el cargo de la persona que aparece en un total y en los sumarios, titulares... para sintetizar al máximo una información que posteriormente será ampliada mediante una pieza.
- Entradilla, medianilla y salidilla. Implican la presencia del redactor en pantalla e indican que el profesional ha estado en el lugar concreto de los hechos. Dota a la pieza de dinamismo, cercanía y credibilidad ya que el espectador recibe la información de una persona, con rostro y expresión, y no de una voz que le resulta ajena. La entrada, como su nombre señala, es la aparición del redactor al principio de la pieza para dar un inicio preciso. La medianilla es la intervención del reportero en la mitad de la pieza con el ánimo de explicar, señalar o mostrar algo y la salidilla es el cierre de la pieza por parte del profesional en el que se reitera o se da una explicación final de los hechos. Los tres recursos suelen ser planos medios fijos y con poco o ningún movimiento, si bien es cierto que la moda señala en la actualidad que haya cierto ritmo y el redactor, o bien la imagen, cobren un poco de vida dejando a un lado la rigurosa y tradicional inmovilidad del informador.

Sirvan como aclaración los siguientes ejemplos:

En la imagen 1:

- Directo. La redactora está en directo en el programa 'Espejo Público' de la cadena Antena 3 Televisión. El espectador recibe una información actual, fresca y sobre todo de última hora: son los padres de la joven sevillana asesinada y desaparecida, Marta del Castillo, en presencia de la redactora los que dan los datos más recientes sobre las investigaciones

policiales. Como norma, los directos llevan en una de las esquinas de la pantalla un reloj que indica la hora. Gana peso, por tanto, la presencia del redactor en el mismo instante en que tienen lugar los hechos.

- Total. Aunque la redactora está presente dentro del campo de la imagen y esto no es habitual, puede apreciarse cómo se enseña el micrófono y la imagen está fija en un plano medio.
- Rótulos. Informan sobre un hecho concreto y lo resumen, en este caso, la recogida de firmas para pedir cadena perpetua para los asesinos de la joven.



Imagen 1

En la imagen 2:



Imagen 2

- Rótulo. Informa de que la imagen es en vivo, hora exacta, lugar de referencia y además ofrece un titular de primera página “*Obama Inaugural Address*”.
- Directo. Como en el caso anterior, las noticias se ponderan según unos criterios y que los hechos se ofrezcan en directo es una premisa básica para dotar a un evento del título de “noticia del día”.

6. Tendencias: el sensacionalismo y el impacto.

Los contenidos que componen los noticiarios y programas informativos son fruto de una labor profesional humana. El editor lleva a cabo una ardua tarea de reflexión en la que analiza los contenidos, los selecciona y, con ayuda de un equipo, los convierte en un producto consumible por la audiencia. Pero, ¿qué criterios sigue el gatekeeper de la información..? Existe un decálogo de selección de noticias periodístico que responde a:

- Importancia. Según la trascendencia de la información.
- Interés. Considerada, según Javier Mayoral, “*desde una triple perspectiva: informativa, visual y humana*²³”.
- Actualidad. Responde a la naturaleza temporal de la noticia. Las noticias más frescas, recientes, tienen más peso que las atemporales. El producto informativo caduca.
- Proximidad. Cercanía sociocultural y espacial. Un método muy usado por los informativos nacionales para acercar al espectador una noticia internacional, por ejemplo, en el caso del terremoto en Italia en el mes de abril de 2009, es la expresión “un español ha desaparecido entre los escombros de un edificio”. Este tipo de expresiones, de dudoso decoro, generan una proximidad que hacen más cercana la noticia.

23. Mayoral, Javier- Sapag, Pablo. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Ed.Síntesis, Madrid. Págs. 80, 87 y 89.

- Número de afectados. La noticia cobra mayor relevancia dependiendo del número de personas que se vean involucradas en ella.
- Celebridad. Este parámetro hace referencia a las personalidades, “*prominentes o no*”, dice Mayoral; “*que adquieren en virtud de su actividad una cierta relevancia pública*” (Mayoral, 2008), añade el teórico.
- Rareza. Lo inusual de las cosas causa una curiosidad en el ser humano por descubrir lo nuevo. Esta característica rompe con la rutina que el profesional de la comunicación debe evitar.
- Conflicto. La polémica, la controversia o la diferencia de opiniones transforma un hecho poco atractivo en una necesidad de consumo por parte de la audiencia.
- Negatividad. Según Mayoral, “*es noticia lo que representa drama, tragedia, dolor*” (Mayoral, 2008).
- Emotividad. Despertar sentimientos y emociones en el receptor siempre causa expectación y, por supuesto, una necesidad de descubrir el desenlace de la historia.

Esta criba de selección de noticias junto con la interpretación objetiva de la realidad deben ser las bases de una noticia ‘correcta’, periodísticamente hablando. Bien es cierto que el gatekeeper, o los propios redactores a la hora de elaborar las noticias, pueden pasar este filtro de forma que responda, sin decir interesada, a un determinado interés o intención. Dicho con otras palabras, si la vestimenta se rige por modas, con la información pasa lo mismo: la tendencia es el sensacionalismo y el impacto. Según Mayoral, una evolución de la información audiovisual permite señalar los siguientes caminos en la selección y producción de las noticias:

- Espectacularización. El lenguaje audiovisual es el resultado de la unión de la palabra y la imagen y ambos elementos deberían cobrar la misma

importancia a la hora de elaborar un producto informativo. Sin duda, el poder intrínseco de la imagen, en la actualidad, es mayor que el de la palabra que queda en un segundo plano. Lo primordial no es informar sino captar la atención de la audiencia.

- Entretención. Las parrillas de televisión quedan repletas cada día de programas que no buscan otra cosa que distraer el tiempo inerte del receptor.
- Sensacionalismo. Según una declaración de Óscar Vázquez, subdirector de informativos de la cadena Antena 3, *“no hay que confundir espectacular con sensacionalista. Algunos vinculan sensacionalismo con un género tan elemental como es el de los sucesos, que yo defiendo. El sensacionalismo es otra cosa. El sensacionalismo es que, a la hora de contar un suceso, te regodees en el dolor ajeno, en la sangre o en los planos más crudos”* (Mayoral, 2008). Para Román Gubern, *“Paco Lobatón fue nuestro pionero en el género, con ‘¿Quién sabe dónde?’, programa en el que las lágrimas, la sangre y el semen eran ya de verdad. El género fue estirado por Pepe Navarro y, puesto que los dramas que nos exponían estos programas sensacionalistas lo eran en pasado, exhibiendo algún conflicto tras su estallido, Gran Hermano le superó con el presente de indicativo²⁴”*.
- Especialización, en lo que a temática se refiere. La televisión por cable, el satélite, Internet... ofrecen canales de información especializada y específica. Por ejemplo, Digital + ofrece paquetes de documentales, cine clásico o deportes para cubrir una demanda concreta de la audiencia.
- Opinión. La objetividad, mencionada con anterioridad, no debe dejarse en el olvido. La ‘editorialización’ de noticias, las opiniones personales o los juicios de valor se dejan ver, cada vez con más frecuencia, en la presentación de informativos y por supuesto en los programas de actualidad.

24. Gubern, Román. (2005): *Chiclé para los ojos*. EL PAÍS.ES, Opinión, 24 de enero.

FEBRERO DE 2009 • Granada Hoy

La UGR acusa a la prensa de "justificar" la muerte de Marta

Un estudio culpa a los medios de generar concepciones erróneas en la sociedad

Redacción / GRANADA

Una investigación realizada en el departamento de Psicología Social y Metodología de Ciencias del Comportamiento de la Universidad de Granada (UGR) demuestra que, a menudo, la prensa tiende a buscar los supuestos "motivos o causas" que desencadenaron un crimen.

Sus autoras, María Carmen Herrera y Francisca Expósito, destacan que el tratamiento que algunos medios están haciendo de sucesos como el asesinato de la joven sevillana Marta del Castillo "es extremadamente peligroso y genera concepciones erróneas de uno de los problemas más graves a los que nos enfrentamos en la actualidad".

Según el estudio, que se basa en una muestra formada por 300 estudiantes de distintas facultades de la UGR (con una media de edad de 28 años), "los medios de comunicación provocan que las personas justifiquen los casos de violencia de género", ya que buscan los "motivos o causas" que desencadenaron el crimen y tratan de encontrar "una razón que no tiene justificación".

6.1. Influencia de los medios de comunicación en la sociedad.

Según un estudio de la Universidad de Granada publicado por el periódico local GRANADA HOY, *"los medios de comunicación pueden provocar que la sociedad justifique sutilmente la violencia de género"*. Esta afirmación queda estrechamente ligada al sensacionalismo, espectacularización y opinión. El estudio ha sido realizado por el departamento de Psicología Social y Metodología de Ciencias del Comportamiento, por las investigadoras M^a Carmen Herrera y Francisca Expósito, quienes, entre otras cosas, afirman que *"el tratamiento que algunos medios de comunicación están haciendo del asesinato de la joven Marta del Castillo a manos de su ex novio es extremadamente peligroso, y genera concepciones erróneas de uno de los problemas más graves a los que enfrentamos en la actualidad"*²⁵.

El estudio se realizó con la ayuda de un grupo de trescientos estudiantes de distintas facultades de la Universidad de Granada, con la muestra dividida en tres grupos en función del grado de manipulación de la noticia: justificación de la violencia ("estaba bebiendo"), datos relativos a la víctima ("el agresor le pidió matrimonio y ella le rechazó") y un tratamiento objetivo de la información. Según el estudio son frecuentes *"las justificaciones o motivos que los medios de comunicación presen-*

25. Herrera, M^a Carmen; Expósito, Francisca. (2009): *Medios de comunicación y psicología social*. Universidad de Granada.

tan a la audiencia como posibles causas del hecho que se describe". Lo mismo sucede con la explicación de los hechos por parte de los lectores en función del tipo de datos que se incluyan en la noticia, es decir, *"si el periodista ofrece datos relacionados con la víctima, o si por el contrario se dan datos referidos al agresor"*. El estudio finaliza con una conclusión muy clara al respecto: *"debe considerarse la necesidad de que los medios sean más rigurosos a la hora de tratar este tipo de noticias"*.

7. Un día en Canal Sur y Andalucía Directo: Cómo se trabaja.

7.1. Crónica.

UN DÍA EN AD: CÓMO SE TRABAJA.

Como en cualquier redacción de cualquier medio de comunicación, los profesionales, desde primera hora, buscan información útil, actual y noticiable que se precie. Las fuentes de información no varían en absoluto a las de un informativo o periódico: se indaga en diarios en papel y digitales, notas de prensa, correos electrónicos, denuncias de los usuarios... En palabras de Jesús Toral, redactor de AD en Granada, "la noticias más importantes para un periódico son las mas impactantes. La mayoría de las veces es un simple breve de una esquina de un periódico el que da juego para ofrecer una buena información".

En Granada hay dos equipos trabajando y lo hacen de forma compenetrada. Entre los dos buscan los temas más espectaculares para luego realizar una de las misiones más importantes para un redactor de AD: ven-

dérselos al jefe. Es en Sevilla, una complicación añadida, donde se da luz verde a las noticias que se van a producir, por lo que además de ser redactor “casi hay que ser vendedor”, explicaba alguien en la redacción: si desde la redacción de Sevilla dicen que no, “hay que empezar de cero”, explica Toral. Es el precio de ser una productora independiente, los redactores y los operadores de cámara son empleados de Andalucía Digital Multimedia y los presentadores y directores de Canal Sur Televisión.

La hora de entrada para los trabajadores de AD es más tardía que en la redacción de un informativo. La actividad comienza a partir de las diez de la mañana. Esto resulta un inconveniente cuando desde Sevilla se rechaza algún tema, el problema está servido: ¿el redactor debe arriesgarse a buscar y preparar todos los elementos necesarios para realizar su pieza –actores o personajes implicados en la noticia, fuentes de información, escenarios...- o debe esperar, dejando pasar el tiempo, una respuesta afirmativa del jefe? Por tanto, el ritmo de trabajo es totalmente diferente, es más pausado, más elaborado.

EN BUSCA DEL PRODUCTO.

Comienza el ajetreo. Varios temas sobre la mesa para ser exprimidos y aliñados con diferentes y novedosos puntos de vista. Una compañera de la redacción da una idea relativa a una panadería que fabrica ‘nochebuenos’, un nuevo estilo de tortas de aceite; residencias de la tercera edad con menús y actividades especiales para Nochebuena, indigentes necesitados en Navidad, el turismo tropical... Aparentemente fácil, si bien es cierto que cualquier detalle tuerce el camino recto. Una llamada no respondida a casa de

una familia pobre impide que se pueda vender un tema con tranquilidad a Sevilla, “basta que te plantes allí con la cámara para que no estén y no tengas nada”, explica Toral. Como si fuera un chiste de Gila, cuando el redactor consigue que alguien responda al otro lado del teléfono...:

- Hola, soy Jesús Toral, del programa de Andalucía Directo de Canal Sur Televisión... quisiera hablar con el gerente –dice el redactor.
- Sí, un momento... –dice la telefonista. Y añade en voz baja a una tercera persona-: Que llaman de no sé qué periódico, que si pueden hablar contigo...

En la redacción se arranca una sonrisa generalizada cuando un compañero dice a ‘vox populi’ que el día anterior AD llegó al 19% de audiencia. Una motivación más para seguir adelante, y más en estas fechas navideñas en las que “cerca de la Nochebuena, el jefe quiere sentimentalismo en los contenidos”, confesaba un trabajador. Entre los dos equipos debaten sobre qué temas son los más indicados para el día: “no podemos llamar a la casa sin avisar a enseñar lo pobres que son sin que ellos lo hayan denunciado previamente, no es ético...”, decía uno; “yo me iba a la aventura, seguro que los pillamos”, respondía otro.

Finalmente, una llamada a Sevilla deja entredicha la jornada laboral. Una pieza sobre un hotel de cinco estrellas que vende menús durante la Navidad a un precio muy económico y un directo en Sierra Nevada para el equipo de Jesús Toral. “Ya está el lío organizado”, dice Toral sonriente, explicándole a su compañera la distribución del tiempo y del trabajo. A pesar de todo, convencer al jefe de que el menú era realmente económico, falto de fe, resultó algo más que una conversación distendida.

EN ACCIÓN.

Para el día de hoy, por la mañana se graban las piezas que serán emitidas como falso directo, así la tarde queda libre para los directos.

Ya está elegido el tema, sí, pero, ¿es cierta la información de la que se dispone? Toral llama por teléfono al Hotel Palacio de los Patos con el fin de contrastar la información que él ha recibido. El redactor consulta precios, fecha de duración del servicio, fecha de entrega, cómo recoger el menú... Incluso, determina con la encargada cómo se va a grabar la puesta en escena de la entrega del encargo. El equipo de Toral, formado por el propio Toral como redactor, Alberto Prados como operador de cámara y Alberto Cruz como ayudante de cámara, están preparados para salir a la calle, una vez planificado todo el trabajo del día.

Al llegar al hotel el redactor le explica al operador cámara con riguroso detalle el resultado que pretende obtener al finalizar el trabajo. Quizás por eso resulte imprescindible trabajar siempre con el mismo equipo, para ahorrar explicaciones o argumentos, logrando la máxima compenetración en el menor tiempo. “Yo hago primero la entradilla. Luego el cocinero que explique directamente en qué consiste el menú y luego yo le voy preguntando”, habla Toral con el operador de cámara. “Gonzalo, ¿en qué consiste este menú?”, pregunta sin anestesia el redactor al cocinero como enuncie de la pieza. El operador de cámara, por su parte, coloca todo a su antojo, desde los objetos que pretende mostrar hasta el lugar más adecuado para entrevistar a los personajes. En programas como AD impera el estilo secuencial del hilo argumental de la información al contrario que en los programas puramente informativos; para ello, se cuenta con la intervención de unos “actores” que interpretarán el papel de usuarios de la oferta del menú del hotel. Todo debe

convenirse antes, al contrario que en un informativo, apalabrando el ‘teatro’ que dará lugar a un diálogo con el personaje implicado: los protagonistas se convierten en “actores”. El redactor tiene claro desde un primer momento qué quiere ofrecer al espectador y cómo hacerlo. Sin duda son valores añadidos la originalidad en el tema y, por supuesto, en cómo contar la historia.

El día resultó especialmente curioso. “Muchas veces coincidimos con compañeros de otros programas del estilo de AD como ‘Gente’ o ‘España Directo’”, explica Toral, “cada uno tiene un ritmo de trabajo diferente o un estilo que cumplir. Hoy hemos coincidido con Gente y como ellos han llegado primero nosotros tenemos que adaptarnos un poco a sus exigencias”, dice el profesional. Sin duda hay que respetar todos los detalles propios del programa, “Gente usa micrófono de corbata, por eso hay que esperar a que terminen para que grabemos nosotros esta secuencia. En AD se muestra más el micrófono de mano y el redactor interviene más relacionándose con los protagonistas”, comenta Toral.

PRODUCCIÓN.

El productor tiene como misión organizar a la perfección todos los contenidos del programa. “Muchas veces llegamos tarde”, dice Toral, “y es el productor el que conoce e indica cuándo son los directos y qué se tiene que hacer exactamente en cada momento”. El productor, una vez que conoce los temas del día, organiza una escaleta de obligado cumplimiento en la que se indica con detalle el transcurso del trabajo de los redactores. “Cada día se conecta en directo con cuatro provincias de la comunidad andaluza y Granada es una de las que más lo hace junto con Sevilla, Málaga y Córdoba. Y

es el productor el que tiene que tener clara la organización con el resto de directos que se van a emitir”, dice el experto. Es la misión del productor la de permanecer en contacto constante con la unidad móvil y recibir y transmitir indicaciones al cámara y al resto del equipo para una correcta coordinación y una mejor consecución de las secuencias que se graben.

La figura del productor tiene una gran relevancia: es él quien está en contacto permanente con producción de Sevilla, por lo que indica en directo, en cada momento, cuál es el recorrido a seguir por el redactor y el personaje, por dónde tienen que ir los cables, cuidar el entorno, qué hay que grabar, cuándo entra el redactor y cuándo finaliza la conexión... Preparar un directo para AD resulta más complicado y laborioso que para un informativo.

Otro componente del equipo que pasa desapercibido por el espectador es el ayudante de cámara. De él y de nadie más depende que todo salga bien, ocupándose de la misión de mirar por y para el operador de cámara. Sirva como ejemplo el momento, muy repetido en las jornadas de AD, en que el operador de cámara camina hacia atrás grabando a los personajes en movimiento sin poder mirar a otro lugar que aquello a lo que enfoca y graba en directo.

SOBRE CÓMO EDITAN LAS PIEZAS.

El redactor entrega al montador una escaleta en la que indica los tiempos y las imágenes que quiere verter en la pieza informativa. “Es necesario esperar a que desde Sevilla envíen una escaleta para saber de cuánto tiempo disponemos para cada cosa, si llevan presentación o no, cuándo son los directos... de ese tiempo no nos podemos pasar, si cada provincia se pasa un poquito el programa en total sería mucho más largo de lo previsto”, dice Toral.

Después de comer en la calle, sin tiempo para la sobremesa, es el momento de editar las piezas que se van a emitir. En el equipo no hay una figura propia de montador, el grupo queda formado por un redactor, un operador de cámara y un ayudante de cámara; los dos técnicos audiovisuales conocen bien el trabajo de edición y son ellos los que llevan a cabo esta misión. Como bien explica el responsable del montaje de ese día, Alberto Prados, “no hay un criterio fijo en la duración de los planos, depende del montador, hay quien se recrea con los planos”. Una vez tapada la pieza con las imágenes pertinentes el montador, “saturado de ver las mismas fotografías”, enseña al redactor el trabajo realizado para que éste le dé el visto bueno. Una vez revisada la pieza y corregidos los posibles fallos, se envía por fibra óptica a Sevilla para que sea emitida. En la redacción de la capital andaluza deben conocer la información de las piezas para redactar los pasos que leerá la presentadora así como los rótulos que requiere cada video.

EN VIVO Y EN DIRECTO.

El equipo ha llegado a Sierra Nevada, concretamente a Prado Llano, y se prepara para una emisión en directo. La primera conexión es un pequeño avance informativo. Poco tiempo después, el productor avisa de que en dos minutos entran otra vez en directo, es el momento de la multirronda meteorológica de cada provincia. El tercer directo es



un total con un estilo muy marcado a una turista y, para finalizar en cuarto lugar, AD enseña el menú para el día 24 de diciembre de un hotel de la Sierra.



Para el último directo habrá que esperar algo más de media hora.

En ese tiempo, además de para la diversión y la risa –hay un momento en que el equipo simula que un cochinitillo que yace sobre una bandeja en un expositor entra en directo con la presentadora sevillana del programa-, hay tiempo de sobra para preparar con adelanto los requisitos de la emisión: incluso la entrevistada, la directora de ventas del hotel, tiene tiempo de pintarse los labios y de tranquilizar los nervios propios de enfrentarse al objetivo de la cámara.



Una vez terminados los directos establecidos por la escaleta, el equipo de Toral recoge todo el material y vuelve a la redacción. El trabajo ha finalizado. Ahora sólo queda esperar a ver qué les deparará mañana.

7.2. Entrevista a Jesús Toral.

P: Usted ha trabajado en informativos de televisión, ¿le costó adaptarse a las necesidades de AD?

R: Al principio sí, no tanto por la dinámica del programa sino más bien por las exigencias del director en ese momento, que trataba de moldear a su gusto a los nuevos y a fuerza de estar pendiente de cada uno conseguía, muchas veces, crear inseguridades que después se transmitían en cámara. Hay gente que no acaba de adaptarse al cambio, pero yo creo que lo conseguí después de unos meses.



P: ¿Tanto se diferencia AD de un informativo? ¿Qué destacaría de los requisitos audiovisuales de AD?

R: Yo creo que es muy diferente. En principio, AD es un programa, y como tal no tiene porqué depender de la información diaria. De hecho,

es el director quien estipula los contenidos, pero ha habido momentos del programa que apenas se ofrecía información y se tiraba más hacia los hechos curiosos o actividades cotidianas de los pueblos. Ahora mismo, un reportaje de AD está firmado por el reportero y los cámaras y eso significa que es un reportaje de autor. El hecho de que el reportero aparezca tanto en cámara no quiere decir que tenga mucho afán de protagonismo, en realidad, es más una manera de que el periodista lleve al espectador de la mano hacia la historia que le va a contar. Y a lo mejor, en todo un reportaje apenas hay información, son situaciones que tratan de enganchar al espectador. El reportero debe tener carisma y saber enganchar con el público, tiene que ser desenvuelto y caer bien a la audiencia, eso es algo que no te da la experiencia, porque la tele ofrece una radiografía de ti mismo. Ya te puedes ocultar lo que quieras que, al final, tu esencia acaba trasladándose al sofá del público... No se sabe muy bien cómo... Yo considero que es necesario ser periodista para ser reportero, pero eso también depende de la dirección del programa en cada momento... hay veces que lo han exigido y otras que no... Un periodista sabe transmitir mejor, porque es un comunicador, al menos, a priori. Los cámaras tienen que saber montar en AVID y ser muy rápidos grabando, montando...deben ser capaces de lanzarse en los directos y arriesgarse...

P: La locución es totalmente distinta, ¿qué tiene de especial la voz del redactor en AD?

R: Eso, la voz. Se buscan también voces personales y la manera de leer es más natural, al igual que ocurre con cualquier otro reportaje. Si te fijas en “Informe Semanal” nadie lee como en un informativo, donde a veces incluso te piden una voz cantarina con una entonación que se repite párrafo tras párrafo. Un reportaje de AD tienes que transmitirlo y hablarle al espectador como si estuvieras a su lado y le quisieras contar

una historia, clarito, para que lo entienda. No hay que buscar un lenguaje rebuscado ni literario, eso hay que dejarlo para ocasiones especiales o reportajes más concretos.

P: Sobre la lingüística, ¿hay algo que destacar? ¿Cuáles son las principales diferencias...?

R: Lenguaje claro, sencillo, correcto, en ningún momento vulgar, pero directo al grano, sin dar rodeos a las ideas...

P: ¿Estas distinciones hacen que AD resulte más próxima al espectador o es tan sólo un distintivo?

R: En efecto, todo esto es lo que distingue al programa y lo que hace que cuando vas a un pueblo, alguien te conozca, te trate como de la familia e incluso te cuente cosas que no dice al resto de los medios, por eso.

P: ¿Por qué cree que este tipo de programas tienen éxito?

R: Ahora mismo hay una moda que será pasajera, todos los programas pretenden tener su sección de reporteros que cuentan historias, sea de corazón, de crímenes o de información... Creo que tienen éxito porque el espectador acaba cogiendo cariño a los reporteros o incluso manía, se identifica con ellos y es una forma más personal de contar las noticias... al público le divierte este reportero y odia a ese otro, pero incluso al que odia, muchas veces lo ve para al final decir: ¡No le aguanto! En definitiva, es un periodismo más cercano. En el caso de AD, también influye el hecho de que cada reportero esté delimitado en una provincia, eso hace que el público, cuando me ve a mí, ya sabe que estoy hablando de Granada, soy el reportero de su

provincia e incluso, en ocasiones, hasta te defienden o te prefieren por eso.

P: ¿Cree que estas pautas de producción, redacción... pueden pasar a un informativo? Es decir, ¿cree que en un futuro los informativos cambiarán su estilo, que puede darse lugar a un nuevo estilo informativo o que están bien diferenciados?

R: Espero que no. La información es información y los hechos hay que contarlos como son. De cualquier forma, ya se ha producido un cambio al respecto y si te fijas en los informativos, cada vez hay más directos, los redactores se mueven por un escenario, cuando antes estaban parados... se ha extendido el método "Andalucía o Madrid Directo"... pero, lo considero una moda. La información, aunque de forma subjetiva siempre porque está contada por personas y, en la mayoría de ocasiones, dependen de grupos de influencia, es poder y debe estar vigilada de cerca. Las cosas se cuentan tal y como algunos quieren que se cuenten (no precisamente los reporteros, o redactores).

P: ¿Qué cambiaría en el método de trabajo de AD?

R: Pondría a un grupo de personas para seleccionar los temas, tanto de reportajes como de directos, sobre todo, porque en ocasiones el reportero del programa carga con excesiva responsabilidad y eso afecta a su trabajo. En España Directo tienen al 'asignador', que es quién busca temas de vídeo y de directo.

P: ¿Supondría un esfuerzo volver al género puramente informativo?

R: No, por la forma de hacerlo, sí, porque la ventaja de trabajar en AD es que estás al margen de los políticos y eso es una delicia, después de haber

estado rodeado de ellos durante mucho tiempo. No creo que me costara adaptarme, pero el programa te permite hacer más matices en tu trabajo. Un periodista de AD puede trabajar sin problemas en un Informativo, pero un periodista de informativos no tiene porqué saber hacer el trabajo de AD...

P: ¿Diría que AD es un programa de entretenimiento o informativo? ¿Por qué?

R: Ambas cosas. En ocasiones cuenta las noticias de forma más extendida que un informativo y hay veces que directamente se hacen piezas informativas. Pero, ante todo, la televisión es entretenimiento, de hecho, también un informativo tiene parte de entretenimiento. ¿Acaso crees que te cuentan todo lo que ocurre? ¿Por qué se selecciona una noticia y no otra? Muchas veces, en función precisamente del entretenimiento. Un jefe de informativos nacional pide que, incluso, los entrevistados de encuestas en la calle para una pieza de informativos sean guapos y, sobre todo, guapas... Todos los programas, informativos incluidos, tienen, a mi parecer, una parte de entretenimiento... de hecho, incluso las noticias del canal más serio incluyen reportajes atemporales sobre temas sociales, culturales o incluso del corazón. Creo que Andalucía Directo es un programa de entretenimiento atento a la actualidad.

7.3. Crónica

UN DÍA EN CANAL SUR: EL ESTRÉS DEL INFORMATIVO

El día de trabajo comienza pronto, alrededor de las ocho de la mañana. Un artículo de un periódico sobre el noveno festival de globos aerostáticos

dejó hace más tres días planificado el horario laboral del domingo. En contra del pensamiento de muchos, los domingos, las noticias no se hacen solas.

El equipo entra a la redacción una hora y cuarenta minutos más tarde de lo que pensaban. “Lo primero es examinar la cinta a ver qué planos hay. No he podido subir al globo con el cámara porque no había espacio”, dice José Luis Mendoza, redactor de informativos Canal Sur Televisión (CSTV), “y me hace falta uno de la Alhambra”. Grabar imágenes desde un globo no es tarea fácil, que los planos salgan demasiado movidos es algo que hay que considerar. El equipo observa minuciosamente la calidad de los planos, algo que, por el contrario, “no preocuparía demasiado a los de Andalucía Directo”, dice Mendoza.

El redactor realiza una llamada telefónica a la sede de Canal Sur en Sevilla: es el momento de venderle el tema al Jefe. “Puede ser una pieza o un cierre bonito. O las dos cosas. Una pieza recreada de planos panorámicos, sobrevolando el Palacio de la Alhambra y un total al capitán del globo. Podemos hacer eso y el cierre lo dejamos para la edición de la noche...”, argumenta el profesional. Sevilla da el consentimiento. El trabajo del redactor no sólo consiste en buscar los temas que considere oportunos sino que, antes y después de su producción, deben actuar como auténticos vendedores para ganar la aprobación del jefe de contenidos de CSTV. Al colgar el teléfono, Mendoza se dirige al operador de cámara de su equipo: “ve al Parque de las Ciencias y grabas el acto que haya... Es una rueda de prensa, no sé porqué lo quiere Sevilla. Cuanto antes llegues mejor, pillas a Mar Moreno y nada más, es lo único que quieren”, explica el redactor. Un compañero bromea con el operador de cámara, “promete dejarte las venas largas, ¿eh? Aguanta, no te las cortes”, dice. Parece que las bromas son necesarias en cualquier trabajo. Antes de que el operador de cámara salga por la puerta llaman los

representantes del partido político socialista para, con discreción, solicitar la presencia de las cámaras de la cadena andaluza.

PARTIENDO DE CERO.

“A los periódicos se les quitan las páginas salmón y... lo de ver prensa es un principio básico para la producción de noticias”, aclara Mendoza (las páginas color salmón suelen contener la información económica). El periódico de papel y el digital, el correo electrónico y la base de datos de noticias de CSTV se consultan cada poco tiempo. “Cortado el acceso a Sierra Nevada por el tráfico... vale. Sin novedad”, comenta el redactor. Los temas que se buscan en la redacción de Granada son relativos a la provincia, “cada uno lo suyo”, añade el periodista.

Un programa informático permite visualizar la escaleta del informativo a cada una de las redacciones de las ocho comunidades andaluzas. Es así cómo el redactor puede comprobar de cuánto tiempo dispone para su pieza, la ubicación que tendrá su trabajo en el informativo y si debe realizar, por ejemplo, unas colas de inicio o unas colas para el avance. La escaleta habla por sí sola.



Como bien dice Mendoza, “el tono del fin de semana es muy tranquilo. Tienen importancia temas poco periodísticos. Sevilla te deja unas previ-

siones, pero tú también tienes que elegir temas propios”. La información de fin de semana es diferente, no funcionan el ayuntamiento, los organismos públicos ni los gabinetes de prensa políticos.

Todo está más o menos tranquilo hasta que Mendoza acude a la escaleta para ver los posibles cambios. “¿Cómo que tengo que hacer unas colas de la carretera de la Sierra!? ¿Pero si ni siquiera hay atasco!”, comenta exaltado el periodista.

CREACIÓN DE UN PRODUCTO.

El redactor ya sabe que el tema de los globos puede extenderse hasta un minuto y medio aproximadamente. Si los planos son buenos, pasarán a formar parte del archivo. El redactor minuta el bruto de la cinta y le entrega al editor un papel con las anotaciones pertinentes. La cinta con las grabaciones pasa a la máquina de ingesta donde se volcarán las imágenes para su examen. “Tenemos la historia en imágenes. Incluso a los pasajeros bajando del globo para el cierre de la pieza”, dice Mendoza. “El editor debe ser bueno y este lo es. Además, los planos son ricos visualmente. No todos los días se vuela por encima de Granada. Eso sí, que se sobrevuele la Alhambra, algo insólito, no justifica que los planos no sean buenos”, añade el profesional. Mendoza va pensando en voz alta cómo estructurará la pieza, “ese plano corto del fuego puede servir como transición...”.

“Vamos a hacer la pieza”, dice Mendoza. El redactor tiene claro qué quiere contar y cómo y además conoce las imágenes. Es turno de la redacción del texto, de la voz en off y, para ello acude a una fuente de información

concreta: el periódico. “Estando en la concentración uno de los participantes se ha referido a los tripulantes del globo como aerosteros. Pero yo no sé si eso existe”, confiesa el redactor. Acude a un diccionario. Sí existe, “maravilloso, hemos aprendido un término que nos ayudará a no repetir palabras”, añade.

Mientras tanto, el editor, Valentín Osorio, se manifiesta después de ver las imágenes: “este plano, para comenzar la acción. Hay que pensar qué quiere ver la gente, lógicamente en este caso el despegue del globo, el aterrizaje... Aunque, claro, atendiendo al desarrollo de la historia”, dice Osorio. A la vez el operador de cámara regresa del Parque de las Ciencias. Mendoza llama a Sevilla:

- “Tenemos unas colas más un total de Mar en el que dice que el problema del SOE no es el PP sino la crisis financiera”.
- (..) *Sevilla responde.*
- ¿Y eso de las colas del atasco de la Sierra qué es...?
- (...) *Sevilla responde.*
- Ah... me había dado un infarto... tiramos de archivo, sí...

Ahora es el momento de dar voz a la noticia, es el momento de locutar. “Con este texto el *pullitzer* lo tenemos garantizado”, bromea Mendoza. No todo es sencillo. Locutar constará tres intentos hasta que Osorio consiga que el ordenador recoja el sonido. Después de unas gestiones técnicas, Mendoza recibe un gesto para comenzar la locución. El off ya está listo. Los totales de la pieza (plano medio fijo, micrófono delante de la cara del personaje) son seleccionados *frame a frame*²⁶, con mucha exactitud. El editor y el redactor

26. Un frame es un fotograma, es decir, una imagen que compone un movimiento dentro de una sucesión de imágenes.

se ponen de acuerdo en la elección de los planos, según el criterio de cada uno. “Pon el segundo total. En el primero está mal, dice pabellón en vez de Palacio de Carlos V”, aclara el redactor; el primer plano de la pieza es un globo, así se sitúa al espectador, “y por supuesto un plano fijo, por favor”, añade.

“Qué te parece que se vea la llama y estamos volando en el siguiente plano”, “no este plano es mejor, aquí asoma el hombro del tío que iba en el globo”, “vamos a encabalar este plano, así tiene más vida”... Así va sucediendo la conversación entre los dos profesionales. Osorio, de repente, siente la inspiración: “un poquito de factor humano, por favor... ¿no hay planos de gente?”, dice. Mendoza le responde que ha preferido basar la pieza en el peso de unas vistas peculiares como son el Palacio de Carlos V y la Alhambra vistas desde arriba. Osorio le reprocha que “el factor humano”, como él le llama, es imprescindible.

DESPUÉS DEL ESTRÉS, LA CALMA.

La pieza está cerrada. Suena el teléfono. Mendoza se levanta presto. “Ya me están llamando de Sevilla para pedirme algo, seguro”. No le falta razón, el ring del teléfono solicitaba con urgencia las colas del tráfico de la carretera de la Sierra. Mendoza necesita conocer exactamente la situación de



la carretera para ser objetivo y telefona a la empresa que gestiona el uso de la estación de esquí, CETURSA. “Siempre hay que contrastar la información antes de escribir”, sentencia el redactor.

El trabajo está hecho, sólo falta mandarlo a Sevilla por fibra óptica. Un problema técnico y la ausencia de un técnico auxiliar -por ser día festivo- retrasan la puntualidad de la entrega. Sevilla no tarda en hacerse notar. “Si no comprenden que no es culpa nuestra que se aguanten, es lo que hay”, comentan desde la redacción.

Un mensaje llega a un teléfono móvil. El redactor se lamenta antes de tiempo, “una patera, seguro, comienza el buen tiempo y cada dos por tres toca ir a Motril”, dice. La fortuna se pone del lado del equipo de Mendoza. El mensaje sólo alerta del restablecimiento del tráfico en la carretera de la Sierra.

Después del estrés, la calma. “Es el momento del PMH”, dice Mendoza. Estas siglas corresponden a las palabras “Periodista Muerto de Hambre”. Llegó la hora de un buen plato combinado de comida casera para reponer fuerzas. El madrugón, la prisa, los problemas técnicos y las llamadas de Sevilla abaten al mejor profesional.

El operador de cámara abandona la sede de CSTV para ir a conseguir unas imágenes de un partido de fútbol del equipo de Granada. El redactor se queda solo en la redacción con una gran limitación: si surge una noticia de última hora no tiene operador de cámara para ir a grabar. “En estos casos, si surge un temazo, se gestiona desde Sevilla la contratación de una productora para cubrir los hechos, pero en esto el redactor no se involucra”, explica Mendoza.

El domingo termina tranquilo. Y es que, con un PMH en el estómago y la satisfacción del trabajo bien hecho, pocas cosas pueden salir mal.

7.4. Entrevista a José Luis Mendoza.

P: ¿Qué diferencia hay entre AD y CSN?

R: No tienen nada que ver. Una es la espectacularización de la noticia. Esto ya se hace bastante en los informativos como para aprovecharse, además, de ir a comer a los sitios gratis con la excusa de que preparan recetas muy interesantes para un programa de media tarde. Ya espectacularizan suficiente como para ridiculizar, bastardear. La televisión informa, forma y entretiene. AD sólo cumple con uno de estas características: entretiene. Entre otras cosas, porque si fuera género informativo estaría dentro de los servicios de la casa y no lo está. Es un debate abierto, también con programas del mismo estilo como 'España Directo', 'Madrid Directo'... Al no haber un colegio profesional y teniendo en cuenta que lo que importa es el negocio, nadie le pone el cascabel al gato. ¿Qué libro de estilo tiene AD? ¿Lo llevan por delante? No, sólo entretiene, no informa.

P: Y los informativos, ¿entretienen?

R: Un informativo no tiene ni debe entretener. Depende del tipo de televisión. En la pública no porque eso implicaría una carga por parte del redactor que escribe la noticia.

P: Pero, ¿las piezas no deberían tener un toque social para ir más allá de la información pura y dura?

R: Hay que hacerlo según los libros de estilo. Una pieza es algo muy claro, quién, cuándo... responda usted a las cinco W y deje que la gente

piense. No podemos ser objetivos y honestos, eso está claro, pero sí intentar ser imparciales. Ahí es donde está lo complicado. Ese es el problema.

P: ¿Y eso se consigue?

R: No. Los periodistas en la actualidad son correveidiles. No cumplen con el código deontológico, en la mayoría de los casos lo desconocen. No se dan cuenta de que somos intermediarios de una labor recogida en la Constitución Española, como es el derecho a la información. La información no se contrasta, y lo que se consigue es atentar contra la democracia. Además hay mucha gente interesada en que esto siga así, este es el problema. Es una analogía con el periodismo de Norteamérica, donde antes de escribir algo acuden a sus abogados. Aquí en España nos metemos en la vida de las personas, se hacen juicios arbitrarios y no se contrasta. Un ejemplo es el caso de la cadena La Sexta y la becaria del Gran Wyoming. Pseudoinformativos. La gente prefiere ‘Esto no son las noticias’ de la cadena Cuatro, que otra cosa. Informativos en los que se ríen de todo, noticias con propaganda... y cada uno responde a una ideología concreta.

P: ¿En el informativo cabe el estilo propio del periodista o debe tener un discurso plano?

R: Eso depende. Si por ejemplo hablamos de un cierre, el apartado de Happy end que busca el relax... Uno tiene que saber para qué escribe. No es lo mismo escribir para un informativo que para un público infantil. Hay que estar preparado, los lujos –se refiere a la licencia del periodista a dar un toque personal- dependen del momento. La primera noticia de un informativo es de rigor, los cierres más relajados.

P: Según su criterio, ¿qué es mejor para un informativo, originalidad o un mensaje austero...? Concretemos con un caso particular. Hace poco que saltó la noticia de que los hospitales iban a disponer de una base de datos de donación de órganos cruzada, algo que beneficia a todos los que esperan una operación trasplante de órganos. ¿Sería conveniente acudir a una persona que pueda contar su experiencia como complemento o sólo limitarse a las declaraciones de los expertos?

R: Un principio periodístico es contrastar. Determinar quién defiende, quién ataca, buscar la tercera vía. Toda documentación es buena teniendo en cuenta la limitación de la falta de tiempo. Hay que buscar el tema de forma que la información sea de calidad.

P: Pero eso, hoy día, casi se considera un toque de originalidad que una fuente de información...

R: Eso no es originalidad. Es el deber del periodista.

P: Pero eso no lo hace nadie...

R: No. Y hay que alejarse de la excusa de falta de tiempo. Que contrasten más y hagan una buena información. No podemos llegar a que la verdad te fastidie un reportaje, que las prisas no fastidien. Es una obligación buscar fuentes. ¿Un médico hace un trabajo a ver si sale o no sale? No. Si hay un protocolo de actuación debemos cumplirlo, hay una serie de pautas. En el caso contrario –se refiere al empleo de fuentes poco apropiadas– sucede lo mismo, con el exceso de espectacularización, con el ‘todo vale’ y el ‘hay que rellenar’ no se obtienen buenas informaciones. Con esto sólo consiguen que

nos olvidemos de las realidades profundas. Kapuscinski dice que esta profesión no es para cínicos. El problema es que los profesionales no han leído a Kapuscinski y, además, dudo incluso que muchos le conozcan.

P: ¿Por qué cree que triunfan programas del estilo de AD? La mayoría dicen que no los ven pero...

R: Victoria Camps, una catedrática de Ética de la Universidad Autónoma de Barcelona, dice que ya que los espectadores se tragan lo que les damos, demos algo bueno. Lo malo de esto es que como los programas de este tipo dependen de las productoras, se hace negocio. Y eso interesa mucho. Las empresas sacan un beneficio con la productora y con estos motivos poco importan los contenidos. Hemos tenido hasta hace poco el programa 'Contraportada', hay que cantar alabanzas porque lo han quitado, un negocio sin duda para los que les interesa este periodismo. A quién le interesa este periodismo de 'esto ha ocurrido así'; ¿a quién le interesa? No se responde a las cinco W. Por ejemplo, una vecina, que aparentemente tiene poco nivel cultural, se permite hacer juicios de valor que el espectador se cree. Espectacularización.

P: ¿Puede tener las piezas un fondo de demanda social...?

R: Ayer hubo unas jornadas sobre barrios ignorados. Estuvimos dos medios. Y yo porque soy 'un manías' y lo pude meter en el informativo de fin de semana, sino no entra. Estos problemas no salen en el informativo porque no interesa.

P: Pero si por noticia consideramos aquello que no debe ser contado, ¿esto de los barrios marginados no debería hacerse público...?

R: Mientras que el que mande controle los contenidos no saldrá a la luz. Vamos a ver, ¿interesa que salga Le Monde Diplomatique? Es una opción de Le Monde, un periodismo sin cortapisas, y si hay que sacar el mamoneo de un político, se saca. Aquí en España, en tiempo de crisis, Caja Granada da un premio a una novela histórica de ochenta mil euros: se hace publicidad, ponen un globo a volar y no da los créditos necesarios para que la gente pueda sobrevivir. Hacer un premio con el dinero de los demás, de ochenta mil euros más publicidad, tiene que ver con el tratamiento de CajaGranada a los periodistas: invitan a una comida en las fiestas de Navidad, ¿dónde está la ética? Responde a aquella historia de la Señora Marquesa: “Señora Marquesa, han llegado los periodistas”. “Pues que pasen y coman”, responde la noble. No hay convenios, no hay control, no hay estudios, no hay estatutos.

P: En cuestión de estilo, AD, que no hace directos la mayoría de las veces, ofrece imágenes que no son de buena calidad el ánimo de provocar el falso directo. ¿Qué opinión le merece?

R: AD tiene sus cánones. Entiendo que se haga por el tiempo y lo personal. Es una cuestión económica. Ahorras tiempo y dinero con falsos directos. Mal empezamos. Engañan a la gente. Un programa con ese nombre y que no hace directos... Mal empezamos. Pero AD, ‘Madrid Directo’, ‘España Directo’... y en todos. Además los cánones de leguaje narrativo no se cumplen, van a la necesidad del programa, no es el programa el que se acomoda al lenguaje televisivo; es decir, si hay que hacer un plano subjetivo de la espalda de alguien durante veinte segundos seguidos, pues se hace aunque el espectador muera.

P: La idea de que las piezas sean tipo secuencia, ¿qué opinión le merece...?

R: El periodista no es protagonista. Eso no hay que olvidarlo nunca.

P: ¿Y el empleo del ambiente en lugar del off?

R: Eso es una trampa para provocar el falso directo. Es la supresión futura del periodista. Es el mensaje nefasto de la CNN, “está ocurriendo, lo está viendo”. Necesitamos una persona que interprete, una persona preparada, el periodista. Si no bastará con un cable de fibra óptica que envíe la información en directo y es bueno que los periodistas muestren. Sería bueno aprender, quizás, de la BBC, aunque tiene sus inconvenientes también.

P: ¿Cree que costumbres como por ejemplo el uso ‘indebido’ del ambiente está llegando a los géneros puramente informativos?

R: El problema esencial es que no están perfectamente distinguidos los caminos. Edición y redacción juntas, producción y realización. Edición y redacción definen la información, producción busca todos los elementos necesarios y realización asesora sobre elementos técnicos, artísticos... para que la imagen cumpla su objetivo. No importa la calidad, no importan los contenidos... lo importante para el medio es que la imagen salga.

P: ¿Y está justificado en algunos casos ese incumplimiento de las normas de estilo? Por ejemplo en el caso de una manifestación, ¿estaría justificado comenzar con un ambiente potente que reflejara el ruido de los participantes?

R: No.

P: Pero, ¿tanta es la importancia del off?

R: El off debe ser proporcionado a la imagen. El mensaje audiovisual consta de dos partes: el mensaje, es decir, la propia voz y la imagen. No debes modular, ni narrar, hay que enunciar. Sin interpretaciones. El off de AD es... Es que... No es tanto por el off, sino por la redacción. Cuando se intenta buscar el protagonismo se incurre en... en AD. Van a provocar el gracejo, el drama, la sobreactuación. Si así se ganan el dinero...

P: Respecto a la gramática y el uso de la lingüística...

R: Debería ser la misma en ambos. Con el mismo rigor. Atendiendo a la audiencia, sí, pero no hay que empobrecer el lenguaje, usar chascarrillos o ser vulgar. En un directo se admiten los errores, pero en AD que no es en directo, deberían corregirlo. En este tipo de programas, ese afán de 'proximidad' pesa más que el rigor. Esa espectacularización y esos contenidos no son más que el fantasma del desaparecido periódico 'El Caso', que ha emergido y lo ocupa todo. El insulto y la descalificación saben que capta la atención del espectador y es un pelotazo.

P: ¿Podría trabajar en AD?

R: No estoy en estado de necesidad.

P: ¿Le costaría adaptarse...?

R: No sabría. No lo digiero. Estaría enfadado todo el día. Si estuviera en la calle, sin trabajo, y es lo único que tengo... Sería el más torpe.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS

El análisis va a ser representado en un cuadro de doble entrada, de elaboración propia, la fecha seleccionada es todo el mes de febrero. Hay que tener en cuenta que las informaciones de AD y CSN van a ser tratadas de forma independiente cada día, sin relacionar unas emisiones con otras. El estudio no es sobre un hecho aislado y concreto, sino sobre el estilo, los contenidos, la producción y la elaboración del producto que consume el espectador. Por este motivo, no hay que buscar consecución en el suceder de los días, sino elementos que marcan una pauta de elaboración específica en cada programa. Eso sí, siempre, las piezas de una misma jornada, el tratamiento de la información en día 'X', serán estudiadas de forma comparativa entre ambos programas.

En este apartado se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

- Directo: el programa AD, como su propio nombre indica, ofrece al espectador sus piezas en directo, pero, ¿esto sucede siempre o también se usa el falso directo? Respecto a CSN, como en cualquier informativo, el uso de la retransmisión en directo no es demasiado común, depende mucho del interés, del grado de relevancia del tema.
- Oraciones complejas: como norma general, en televisión no se emplean oraciones extensas ni subordinadas. El lenguaje es más ágil que en prensa, donde el lector puede releer la parte que no comprende o más le interesa. En televisión, el mensaje es más fugaz y aunque se apoye en la fuerza propia de la imagen no siempre resulta fácil de captar por el receptor. Se presupone que en AD, al ser la improvisación una característica ligada al directo, las oraciones no serán tan precisas, cortas, sintéticas... como en un texto previamente elaborado, antes de la locución, por el redactor.
- Totales: este elemento propio de los mensajes informativos, empleado para dar credibilidad al mensaje, tiene una serie de características estéticas. ¿Son unos requisitos únicos para informativo o también para los programas de entretenimiento..?

- Off: la narración del redactor es la voz de la noticia. No hay imagen sin voz ni voz sin imagen. Ambas se complementan, pero, ¿es siempre obligatorio el uso del off para que la pieza tenga sentido narrativo? Quién debe contar la historia, ¿el redactor o el personaje implicado?
- Movimientos de cámara: generalmente los operadores de cámara emplean el trípode como instrumento de trabajo. Una imagen temblorosa o con movimiento puede distorsionar el mensaje visual. Sería lógico admitir que los programas en directo que muestran la realidad en vivo necesitan más movimiento ya que las escenas de la vida cotidiana, en sí, no son estáticas.
- Panorámica (o paneo): la estética de los informativos 'prohíben' editar los videos con dos panorámicas seguidas. Lo mismo debe suceder con los barridos, en cualquier dirección, y con los planos en movimiento en general, con el fin de no dejar aturdido al espectador. Otro aspecto importante en este tipo de planos es la necesidad de fijar el plano antes y después de comenzar el movimiento (un segundo basta) para marcar con precisión aquello que se graba. Los programas en directo, ¿cumplen esta premisa...? ¿Y los informativos?
- Tiempo: la duración de un VTR en informativo está fijado en un minuto o minuto y medio. Como excepción, si la pieza tiende a reportajear la información, el tiempo puede extenderse a dos minutos como mucho: es el gran reto del redactor, contar al espectador una historia en un tiempo breve.
- Sumarios: los rótulos son un complemento de la información. Sirven como gancho, como información adicional, como resumen. Deben resultar una síntesis de la noticia, un titular descriptivo y concreto del producto que se ofrece, además de cumplir unos requisitos gramaticales y lingüísticos. (Este apartado se comentará más adelante con ejemplos concretos.)

- Implicación del redactor: debe ser la menos posible. No resulta estético que el reportero tome protagonismo en la imagen junto con el personaje entrevistado. Generalmente, según la estética de informativo, en un total sólo aparece el micrófono y el protagonista de la historia tomado en plano medio. El redactor sólo presta su voz a la historia mediante el off.
- Entradilla/medianilla/salidilla: es un recurso para situar al espectador en el lugar de los hechos, para explicar que el redactor estuvo allí, para señalar algo relevante. ¿Aparece siempre...?

Los datos obtenidos mediante el análisis de AD y CSN se representan en unos cuadros de doble entrada: una fila de parámetros por cada pieza emitida, cada día. Por cada emisión de los dos programas se redacta una serie de observaciones que explican las cosas más llamativas, atractivas y relevantes, siempre, sometidos a una comparación de contenidos audiovisuales y lingüísticos.

Análisis:

2 de febrero de 2009.

Pieza AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ Ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ Titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Nieve Almería	Sí	Sí	-	Redactor	Sí	Sí	1 min.	Sí	-	-
Tornado Málaga	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	7 min.	Sí	Sí	Entradilla
Pieza Temporal	No	Sí	Sin	Redactor	No	Sí	1,15 min	Sí	Sí	Entradilla
Alerta Cádiz	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	49s.	Sí	-	Entradilla
Temporal Granada	Sí	Sí	Sin	-	Sí	Sí	1,47 min	Sí	-	Entradilla
Temporal Huelva	Sí	Sí	Sin	-	Sí	Sí	1,11 min	Sí	-	Entradilla
Heridos viento	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Carreteras cortadas	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1,10 min	Sí	-	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,33 min	Sí	Sí	Salidilla
Cadáver Pepe	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	40s.	Sí	No	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	7,03s.	Sí	-	Entradilla
Tornado Málaga	Sí	Sí	Sí	Ambiente	Sí	Sí	5,58 min	Sí	Sí	Entradilla
Nieve Filabres	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,44 min	Sí	Sí	Entradilla

Salvamento hombre	Sí	Sí	-	Redactora	Sí	Sí	2,16 min	Sí	-	Entradilla
Sin luz bajo cero	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,21 min	Sí	Sí	Entradilla
Barriada tomado	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	8 min.	Sí	Sí	Entradilla
Intoxicación NH3	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,12 min	Sí	Sí	Medianilla
Socavón lluvia	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	4,10 min	Sí	Sí	Medianilla
Incendio iglesia	No	Sí	Con	Off	Sí	No	3,36 min	Sí	Sí	-
Agresión fútbol	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	Entradilla
Trasplante pulmón	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,50 min	Sí	Sí	Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,38 min	Sí	Sí	Entradilla
Pony busca familia	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,21 min	Sí	Sí	-
Premios Goyas	No	Sí	Con	Off	No	No	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Conexión telefónica	Sí									
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,35 min	Sí	Sí	Entradilla
Deporte andaluz	No	Sí	Con	Ambiente	No	No	3,17 min	No	No	-
Desnudo carnaval	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,50 min	Sí	Sí	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Colas tomado	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas pantano	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Nieve Filabres	No	No	-	Off	No	No	50s	-	No	Salidilla
Colas derrumbe	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Lluvia España	No	No	Sin	Off	No	No	1,10 min	-	No	-
Colas Frío	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas frío Eur.	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Coches	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Economía	No	No	Sin	Off	No	No	2,07 min	No	No	-
Colas CGPJ	No	No	-	-	No	No	-	-	No	-
Líderes pp	No	Sí	Sin	Off	No	No	54 s	-	No	-
Chaves	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,01 min	No	No	-
Colas Abuso	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Desaparecido Sevilla	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas humedales	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Programas CS	No	No	Sin	Off	No	No	1,01 min	No	No	-
Zapatos	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Chirigota	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,01 min	No	No	-
Expo Sevilla	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Socavón lluvia	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Enlace pieza anterior	No	Sí	Sin	Off	No	No	2 min	No	No	-
Huelga autobús	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Parque Nevada	No	Sí	Sin	Off	No	No	2,16 min	No	No	-
Colas Zaidín	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas medallas	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Humedales	No	Sí	Sin	Off	No	No	59 s.	No	No	-

Consideraciones.

La presentadora precede todas las piezas del programa. El paso de la presentadora da lugar a una pequeña entradilla del redactor en directo. Si la pieza es un falso directo, la presentadora da el paso de manera que la entrada del redactor sea una pequeña respuesta.

Desde el primer programa se destaca un rasgo característico de AD: la presentadora da paso al redactor, el redactor hace el paso a video en directo y entran unas imágenes, a modo de colas (según definiciones anteriores), pero que son interpretadas con la voz del redactor. Los textos que acompañan a las colas son siempre leídas por los presentadores menos en este caso. Esto es, sin duda, un rasgo de estilo propio.

Existe una clara diferencia de duración entre las piezas de AD y las de CSN. Los temas emitidos por el informativo comprenden tiempos prudentiales, entre un minuto y un minuto y medio, si bien también se encuentran piezas ‘reportajeadas’ que se alargan hasta los dos minutos.

3 febrero de 2009

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Secuelas tornado	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Pava Cazalilla	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,45 min	Sí	Sí	Entradilla
Derrumbe puente	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,33 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Ambiente Off	No	No	4,25 min	Sí	Sí	-
Pescador fallecido	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	50 s.	Sí	Sí	Entradilla
Nerea Camacho	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,36 min	Sí	Sí	Entradilla
Pava Cazalilla	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,09 min	Sí	No	Entradilla
Semana arroz	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	4,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	No	Sí	9,24 min	Sí	-	-
Secuelas tornado	Sí	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	5,44 min	Sí	Sí	-
Secuelas tornado	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,03 min	Sí	Sí	Entradilla
Fresas temporal	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,19 min	Sí	Sí	-
Buen Negocio	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,43 min	Sí	Sí	-
Secuelas tornado	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	9 min	Sí	Sí	Entradilla

Exceso de orugas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,37 min	Sí	Sí	-
Espectador da trabajo	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,45 min	Sí	Sí	-
Engaños aseguradoras	No	Sí	Sin	Ambiente	Sí	Sí	4,03 min	Sí	Sí	-
Violencia fútbol	No	No	-	Ambiente	Sí	Sí	1,22 min	Sí	Sí	Entradilla
Charca abandonada	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	3,41 min	Sí	Sí	-
Nerea Camacho	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Pava Cazalilla	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina del día	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	6 min	Sí	Sí	Entradilla Salidilla
Carnavales Cádiz	No	No	-	Ambiente	No	No	5,32 min	Sí	No	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Aumento paro	No	No	Sin	Off	No	No	1,14 min	Sí	No	-
Protesta mineros	No	No	-	Off	Sí	No	1,05 min	Sí	No	-
Colas ICO	No	Sí	-	-	No	No	37 s.	No	No	-
Colas incendio	No	Sí	-	-	No	No	37 s.	No	No	-
Secuelas tornado	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,38 min	No	No	-
Recogida aceituna	No	No	Sin	Off	No	No	1,40 min	No	No	-
Colas pescador	No	Sí	-	-	No	No	28 s.	No	No	-
Colas esquiador	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas inmigrante	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Terrorismo islamista	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,34 min	Sí	No	Salidilla
Acoso escolar	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,33 min	No	No	-
UNICEF	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Parlamento	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,02 min	No	No	-
Banco de agua	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,23 min	No	No	-
Colas IU	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas suelo Junta	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
AIRBUS	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,26 min	No	No	-
Colas aceite Jaén	No	Sí	-	-	No	No	31 s.	No	No	-
Medina Sidonia	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,04 min	No	No	-
Colas Pava Cazalilla	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
Anticoncep.	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Carnaval Cádiz	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	Sí	No	-
Colas Meliá Colón	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-

Colas Caja Rural	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas A-7	No	Sí	-	-	No	No	25 s.	No	No	-
Colas puente	No	Sí	-	-	No	No	26 s.	No	No	-
Menores Internet	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,31 min	No	No	-
Aceite y judíos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	-
Colas discapacidad	No	Sí	-	-	No	No	22 s.	No	No	-
Luto Universidad	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,25 min	No	No	-

Consideraciones.

Un detalle que resulta importante es el empleo del off en las piezas de AD. Mientras que en CSN el off resulta el hilo argumental de la historia, la propia narración de los hechos, en AD la voz del redactor tiene una misión diferente: separar las diferentes secuencias que se establecen en la pieza. El programa de entretenimiento ofrece un video al espectador a modo de secuencia, más teatral, más cercano al cortometraje que a la pieza puramente informativa. El off en este caso, para más claridad, realiza la misión de entradilla-medianilla-salidilla propio del género informativo, y éste es el verdadero fin, ya que la fuerza auditiva de la pieza la otorga el ambiente. En todas las piezas se juega con el ambiente: es la persona involucrada en la noticia la que cuenta y muestra la historia, siempre con la intervención constante del redactor.

AD tapa el ambiente de la fiesta sorpresa que le organizan a Nerea Camacho con imágenes de archivo de la entrega de los premio Goya. A pesar de que las imágenes no son grabadas (no cabe discusión porque son de archivo) AD no quita de la pantalla el indicativo de directo.

AD y CSN ofrecen las mismas imágenes sobre la polémica fiesta de la pava de Cazalilla y las secuelas del temporal. Los totales son diferentes en duración y en los personajes que prestan declaración. Cuando coinciden las imágenes en ambos programas es porque se ceden unos a otros el material audiovisual. Por ahorro de tiempo, esfuerzo o dinero no se adaptan las imágenes (por ejemplo los tipos y la duración de los planos) a las condiciones del informativo o del programa de entretenimiento.

4 de febrero de 2009

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Alerta naranja	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,54 min	Sí	Sí	Entradilla
Alerta amarilla	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1,11 min	Sí	Sí	Entradilla
Colas tornado	No	Sí	-	-	No	No	45 s.	No	No	-
Temporal de lluvia	Sí	No	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,01 min	Sí	Sí	Entradilla
Incendio estación	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	40 s.	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,32 min	Sí	Sí	Entradilla
Abusa Hija	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1,01 min	Sí	No	Entradilla
Batalla cáncer	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,40 min	Sí	Sí	-
Esculturas calle	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	4,02 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	6,47 min	Sí	No	-
Vientos en Andalucía	No	Sí	Con	Ambiente	No	Sí	2,18 min	Sí	Sí	-
Secuelas tornado	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,24 min	Sí	Sí	Entradilla
Secuelas tornado	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4,34 min	Sí	Sí	-
Cosechas arrasadas	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	3,04 min	Sí	Sí	-
Embalses llenos	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	3,07 min	Sí	Sí	-
Laboratorio botánico	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	3,12 min	Sí	Sí	-
Juicio socavón	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	-
Atropello parada bus	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	4,07 min	Sí	Sí	-
Casa con grietas	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	2,45 min	Sí	Sí	-
Secuelas tornado	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	8,47 min	Sí	Sí	Entradilla
Curriculum en video	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	5,07 min	Sí	Sí	-
Cursos electricistas	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	4,08 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	4,03 min	Sí	Sí	Entradilla
Consejos alimentarios	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,14 min	Sí	Sí	Entradilla
Tartas San Valentín	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	6,17 min	Sí	Sí	Entradilla
Carnaval de Cádiz	No	Sí	-	Ambiente	Sí	No	4,36 min	Sí	Sí	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Temporal Granada	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	30 s.	Sí	-	-
Colas temporal	No	Sí	-	-	No	No	27 s.	Sí	No	-
Entradilla temporal	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	50 s.	Sí	No	Entradilla
Temporal Andalucía	No	Sí	-	Off	No	No	1,44 min	Sí	No	-
Colas afectados	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	Sí	No	-
Afectados temporal	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	Sí	No	-
Colas alerta	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	Sí	No	-
Colas Vaticano	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas Batasuna	No	Sí	-	-	No	No	22 s.	No	No	-
Colas Marta	No	Sí	-	-	No	No	26 s.	Sí	No	-
Decálogo Internet	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,17 min	No	No	-
Colas youtube	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Inmigrante lesbiana	No	Sí	Sin	Off Ambiente	No	No	1 min	No	No	-
Laparoscopia	No	Sí	-	Off	No	No	1,11 min	No	No	-
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	25 s.	No	No	-
Colas PYMES	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Reclamo cobros	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,03 min	No	No	-
Colas discapacidad	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas Panasonic	No	Sí	-	-	No	No	39 s.	No	No	-
Cáncer	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Visita Abbott	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,46 min	No	No	-
Colas talleres	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas huelga autobuses	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Banda detenida	No	Sí	-	Off	No	No	1,08 min	No	No	-

Consideraciones.

La pieza de CSN sobre el temporal engloba los VTR de AD de la cosecha de fresas arrasada por el temporal, las presas saturadas de agua y los cultivos afectados por las nevadas en un mismo video.

Buen momento para hablar de los totales. Los totales de CSN, propios del género informativo, son planos estáticos, plano medio corto, sin la presencia del redactor en ningún momento, una duración de no más de veinte segundos, el micrófono dentro del campo de imagen y sin diálogo entre el protagonista y el reportero. Por el contrario, en AD los totales se cargan de mucho movimiento, con el redactor presente, planos con zoom, incluso se emiten las preguntas que el reportero lanza al entrevistado... todo con la finalidad de dar sensación de directo al espectador.

En AD resulta curioso el empleo del ambiente. Un total puede durar prácticamente toda la pieza. En los VTR apenas hay off: a veces, y no siempre, en el principio de la pieza el editor monta sobre la imagen una breve locución para iniciar el video y el resto es ambiente. Hay totales de dos, tres minutos... no existe límite. El método para aguantar todo ese tiempo manteniendo la atención del receptor es que el ambiente del total queda de fondo mientras se enfoca el lugar de los hechos. En muchas ocasiones se escucha hablar al afectado sin haber aparecido en cámara, otras se enfoca durante unos segundos a la persona en concreto y se desvía la imagen mediante paneo al escenario. Se juega mucho con la imagen, se cambian los planos de general a primer plano, de plano medio a detalle, se realizan más de un paneo seguido... la idea es dinamizar la imagen mientras el reportero y el entrevistado dialogan. Es el protagonista el que cuenta la historia.

5 de febrero de 2009

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movi-mientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Rayo parte ermita	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí		Sí	Sí	Entradilla
Goteras casas	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	-	Sí	-	1,30 min	Sí	-	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	7,20 Min	Sí	-	Entradilla
Caída techo Mamola	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4, 57 min	Sí	Sí	Entradilla
Tornado de Córdoba	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,17 min	Sí	Sí	Entradilla
Tornado Granada	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,40 min	Sí	Sí	Entradilla
Lluvias Almería	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,56 min	Sí	Sí	-
Expo cuerpo humano	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	-
Tormenta Gibraltar	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	-
Tornado Córdoba	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,17	Sí	Sí	Entradilla
Precauciones lluvia	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	-
Lluvias Sevilla	No	Sí	Sin	Off/ ambiente	Sí	Sí	4,55 min	Sí	No	-
Mareas Matlascanañas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,12 min	Sí	Sí	-
Nieve Sierra Nevada	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,49 min	Sí	Sí	Entradilla
Goteras Casa	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,24 min	Sí	Sí	Entradilla
Policia Jaén	No	No	Con	Off	Sí	Sí	4 min	Sí	No	-
AD horario nuevo	No	Sí	Con	Off	No	No	2,30 min	No	No	-
Expo cuerpo humano	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,54 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,49 Min	Sí	Sí	Entradilla

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Temporal Cádiz	Entradilla	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	Entradilla
Colas gotera	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas Mamola	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Temporal Granada	Entradilla	No	-	Off	No	No	2 min	No	No	-
Colas Playa	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas temporal	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Cajas de ahorro	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Batería totales	No	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Banco Central	No	No	Sin	Off	No	No	1,20 min	No	No	-
Quejas consum.	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	1 min	No	No	-
Feria Agrícola	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	Entradilla
Cooperat. Aceite	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	Entradilla
Colas droga	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas droga	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas accidente	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Asesinato mujer	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	Medianilla
Colas juicio	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas Bandera	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Enferm. Raras	No	Sí	Sin	Off	Sí	No	1,25 min	No	No	-
Colas lectura	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas galaxia	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Jamboree Rock	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas arte contemp.	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Expo cuerpo	No	Sí	Sin	Off	Sí	Sí	1,30 min	No	No	Medianilla
Manolo Caracol	No	Sí	Con	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas flamenco	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Temporal Granada	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	No	No	-
Feria Carretera	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	No	No	-
Colas Rover	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Caso Nevada	No	Sí	-	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
CCOO	No	No	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Facturas luz	No	Sí	Sin	Off	No	Sí	1 min	No	No	-
Frui-logística	No	No	Sin	Off	No	No	1,20 min	No	No	-

Consideraciones.

AD olvida la premisa de la calidad de la imagen: el balance de blancos²⁷ no es el adecuado. Al poner la cámara en automático y cambiar de ambientes, algunos blancos resultan quemados, saturados..., de forma que el producto final es una imagen no perfecta. Esto cumple otro de los requisitos del directo; lógico, ya que el operador de cámara no puede parar de grabar para ajustar el balance porque eso implicaría emitir un negro, además, de varios segundos. Esto sucede, por ejemplo, en la pieza de la exposición de interiores de cuerpos humanos donados; el ambiente en penumbra y con la escasa luz empleada para transmitir sensaciones especiales al visitante provoca que la imagen que le llega al espectador tarde un tiempo en adaptarse a esos contrastes.

No resultaría un exceso señalar la reiteración sobre los sucesos por el temporal en los últimos tres días por parte de AD. Sin duda, las piezas cobran un matiz más social que el de los informativos porque aportan, más que cifras numéricas, nombres y casos concretos de los afectados. AD pone cara a las noticias mientras que CSN pone datos. A pesar de todo, por muy sociales que sean, ¿qué sucede con el resto de hechos que suceden en cualquier punto a lo largo de todo un día? Quizá los arrastró la lluvia.

CSN rompe la estética más tradicional en la pieza de la factura de la luz: comienza con total y juega con el ambiente. Da más fuerza, un matiz más social que el determinado por un informativo puro y convencional como es el analizado. Así, también comienza la pieza con un paneo, algo antiestético y prohibido, en la mayoría de los casos, por los libros de estilo.

Las imágenes de las piezas de La Mamola, Sierra Nevada, los tornados, la exposición del cuerpo humano... son las mismas para AD y CSN

27. NOTA: Hacer un balance de blancos al comenzar a grabar es una misión ineludible para cualquier operador de cámara. Esta actividad tiene como resultado la optimización máxima de los colores de la imagen, partiendo del blanco.

(incluso las imágenes se emplean en el informativo para más de una pieza); una observación que nos lleva al tratamiento de la información. El resultado final, el producto ofrecido, para un mismo tema en uno y otro medio se desata interesante: lo que en AD merece más de cuatro minutos de extensión, para CSN bastan unas colas de no más de treinta segundos. AD ofrece además de una visión informativa, aunque no se muestre lo más objetiva posible, social: muestra la noticia y también otra fuente de información que corrobora lo puesto de manifiesto para enseñar al espectador que ese hecho que ha sido relevante por algo le ha sucedido a personas en concreto (sería preciso valorar si con este estilo se tiende al sensacionalismo y se olvida la intención primordial de informar). De forma diferente, CSN, como informativo que es, en la mayoría de los casos ofrece una visión menos cercana, ofrece el hecho y no acude a la repercusión social que pueda haber tenido el acontecimiento que se da a conocer.

Destacable en el informativo, la falta grave de totales en una pieza. Sobre todo, cuando el off contiene declaraciones realizadas por personajes relevantes concretos como jueces, portavoces... Es el caso del VTR emitido sobre el Caso Nevada. No se cumple, pues, la veracidad, credibilidad... perseguidos por los profesionales del mundo de la comunicación.

6 de febrero de 2009.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianailla Saídilla
Vecinos aislados	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,06 min	Sí	-	Entradilla
Nieve en Sierra Nevada	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,11 min	Sí	-	Entradilla
Crecida del río	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1,10 min	Sí	-	Entradilla
Carretera hundida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,28 min	Sí	-	Entradilla
Techo desprendido	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,45 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Ambiente	Sí	No	3,08 min	Sí	-	Entradilla
Vecinos aislados	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Historia en la calle	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,55 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	7,55 min	Sí	-	Entradilla
Nieve en Sierra Nevada	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,05 min	Sí	Sí	Entradilla
Crecida del río	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Vecinos aislados	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	6,48 min	Sí	Sí	Entradilla Medianailla
Tornado Málaga	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,31 min	Sí	Sí	-
Muerta derrumbe	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,10 min	Sí	Sí	-
Derrumbe piso	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	5,07 min	Sí	Sí	
Alerta viento Cádiz	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,23 min	Sí	Sí	-
Cuplé carnavales	No	-	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	-	-
Día de Sol	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	1922	Sí	Sí	-
Urbanización la Alfaguara	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	-
Jefe evita atraco	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	1930	Sí	Sí	Medianailla
Apedreo ventanas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,04 min	Sí	Sí	-
Monjas en crisis	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,50 min	Sí	Sí	-
AD domingo	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Esculturas Berrocal	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,49 min	Sí	Sí	Entradilla

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Colas temporal	No	Sí	-	-	No	No	30s	Sí	-	-
Temporal Andalucía	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	Sí	No	-
Colas pantanos	No	Sí	-	-	No	No	30 s	No	-	-
Colas temporal	No	Sí	-	-	No	No	30 s	Sí	-	-
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	30 s	No	-	-
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	39 s	No	-	-
Colas inmigrantes	No	Sí	-	-	No	No	32 s	No	-	-
Colas Marta	No	Sí	-	-	No	No	24 s	Sí	-	-
Colas estudiantes	No	Sí	-	-	No	No	30 s	No	-	-
Colas CGPJ	No	Sí	-	-	No	No	35 s	No	-	-
Colas NNTT	No	Sí	-	-	No	No	30 s	No	-	-
Caso Boadilla	No	No	Sin	Off	No	No	1,04 min	No	No	-
Colas BD justicia	No	Sí	-	-	No	No	28 s	Sí	-	-
Colas espionaje	No	Sí	-	-	No	No	31 s	No	-	-
Colas activistas	No	Sí	-	-	No	No	30 s	No	-	-
Concurso de Arpa	No	Sí	Con	Off	No	No	1,12 min	No	No	-
Colas Educación	No	Sí	-	-	No	No	27 s	No	-	-
Colas mutilación	No	Sí	-	-	No	No	40 s	No	-	-
Colas donaciones	No	Sí	-	-	No	No	30 s	Sí	-	-
Donaciones órganos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Expo fotografía	No	Sí	-	-	No	No	20 s	No	-	-

Consideraciones.

Sobre la estructura del programa AD:

- Colas de inicio.
- Batería de intervenciones en directo o falsos directos de los redactores para ofrecer un pequeño avance de la noticia que, con posterioridad, tratarán a lo largo del programa. Uno de estos ‘cebos’²⁸ va acompañado de un total. Esto podría responder a los titulares de un informativo convencional.
- Piezas: sucesos, actualidad en general.
- Batería de titulares después de la publicidad.
- Publicidad.
- Piezas (incluye el tiempo).
- Publicidad.
- Piezas.
- Cierre y despedida.

Sobre la estructura del informativo de CS:

- Colas de inicio.
- Batería de titulares.
- Piezas y colas nacional.
- Piezas y colas internacional.
- Piezas y colas deporte.
- Piezas cultura y salud.
- Despedida y cierre.
- El tiempo.

28. NOTA: Un “cebo” es un gancho para el espectador, una llamada de atención para conservar o atraer a la audiencia.

La estructura de los programas es bastante parecida. Ambos comienzan con unas colas de inicio señalando las dos o tres noticias más importantes del día, siguen con una batería de titulares y, a continuación, entran las piezas de las noticias a tratar siempre con paso de la persona encargada de la presentación. Ambas emisiones también van de lo particular a lo general: CSN lo hace primero dando las noticias locales y nacionales y AD ofreciendo conexiones en directo. El informativo continúa con los temas de internacional y AD con la emisión de falsos directos a noticias más generales. AD no emplea cortinillas de separación de contenidos pero usa la publicidad para cambiar ligeramente el contenido de los temas. Por supuesto, las dos producciones optan por colocar la cultura al final de los contenidos y coinciden también en cerrar con una despedida más amena apoyada, además de en la imagen y en la voz del presentador, en una música especial.

En AD, la noticia relativa a la desaparición de Marta del Castillo comienza con una entradilla, un falso directo, de la redactora y da paso a una batería de totales, separados con un blanco, propios del género informativo.

En CSN, las imágenes sobre el temporal y el caso Marta del Castillo son las mismas y en el mismo orden. El total del padre de la joven sevillana desaparecida es el mismo para los dos programas: el de CSN es más corto que el de AD en tiempo.

9 de febrero de 2009

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movi- mientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Derrumbe piscina	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	No	5,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Entierro asesinada	No	Sí	Sin	Ambiente	Sí	Sí	3,56 min	Sí	Sí	Medianilla
Huelga basuras	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5, 12 min	Sí	Sí	Salidilla
Atrapados mejillones	No	Sí	-	Off	No	Sí	30 s	No	-	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	3,23 min	Sí	Sí	-
Cocinero domicilio	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,28 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	7,50 Min	Sí	-	Entradilla
Nieve en Prado Llano	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4,35 min	Sí	Sí	-
Tornado	No	Sí	Con	Redactor	Sí	Sí	5, 49 min	Sí	Sí	-
Calles estrechas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5, 01 min	Sí	Sí	-
Cocinero a domicilio	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4, 50 min	Sí	Sí	Entradilla
Diseñador de prototipos	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,59 min	Sí	Sí	-
Ratas en solar	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	No	3,13	Sí	Sí	-
Cables tensión	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,23 min	Sí	Sí	-
Problemas movilidad	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	4,12 min	Sí	Sí	-
Desahucio impago	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	No	4 min	Sí	No	-
Ovejas abandonadas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,42 min	Sí	Sí	-
Sistema rejuvenecedor	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Anti Pearcing	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,21 Min	Sí	Sí	Entradilla
Cocinero domicilio	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	4, 40 min	Sí	Sí	Entradilla
Sistema rejuvenecedor	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,04 min	Sí	Sí	-
Carnavales	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,02 min	Sí	Sí	Entradilla

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Bomba ETA	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,45 min	No	No	-
Colas D3M	No	No	-	-	No	Sí	-	-	-	-
Colas paro jueces	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Maja-labonda	No	No	-	-	No	Sí	-	-	-	-
Garzón	No	No	Sin	Off	No	No	1,5 min	No	No	-
Moteros con Marta	No	Sí	No	Off	Sí	No	1,15 min	No	No	-
Colas huelga basura	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Móvil	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas accidentes	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Campaña tráfico casco	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
Colas Gtúas	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas derrumbe	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Sandokán	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,28 min	No	No	-
Colas asesinato	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas atraco sucursal	No	No	-	-	No	Sí	-	-	-	-
Colas NISSAN	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Total UGT	No	No	Sin	Ambiente	No	No	-	-	-	-
Chaves y crisis	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,09 min	No	No	-
Colas igualdad	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Visita Pres. Argentina	No	No	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	Medianilla
Programa inmigrantes	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,32 min	No	No	-
Colas tiempo	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas hospital	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Bodas extranjeras	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Ahorro Luz	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,28 min	No	No	-
Colas apareamiento	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Cine Andaluz	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,19 min	No	No	-
Colas P Cruz	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Melón Diésel	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Conf. empresarios	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas huelga autobús	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Plan Albaicín	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas recibo ENDESA	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Sierra Nevada	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas grúa	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Embriones	No	No	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Goya Lince perdido	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,25 min	No	No	-
Año Darwin	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,13 min	No	No	-

Consideraciones.

Es hoy un día especial para hablar sobre el 'teatro' que plantan los redactores a la hora de elaborar una pieza, sobre todo en AD, donde todo se desarrolla como una secuencia, como si fuera el capítulo de una teleserie. La pieza de la Nieve en Prado Llano ejemplifica esta característica: el video comienza con una imagen dentro de un coche, el conductor mantiene una conversación con un Guardia Civil que le explica que el paso a los vehículos está cortado. Al comenzar el video, para el espectador es fácil advertir que la persona que mantiene la conversación con el guardia es el redactor: primero porque los seguidores del programa conocen a los profesionales más que de sobra y segundo porque es el redactor el que cuenta la noticia. Además, bien sabido es por los profesionales del mundo de la comunicación que es el operador de cámara el que generalmente conduce el vehículo de transporte con el fin de permitir al redactor realizar las gestiones oportunas para el trabajo que se pretende llevar a cabo: el teatro está asegurado. Otro ejemplo en este día es la pieza de las calles estrechas en un pueblo de Jaén. El equipo de reacción graba una complicada maniobra de un turismo que intenta salir de una calle donde se ha quedado encajado; los vecinos interactúan, en principio, de forma espontánea dirigiendo al conductor (ayudante de cámara) mientras que el operador de cámara graba y el redactor, micrófono en mano, observa la situación.

El ambiente, como se ha explicado ya, sustituye al off en muchas ocasiones. Estas dos piezas son un claro ejemplo de esto; porque resultaría absurdo bajarse de un coche para dirigir la conducción de un compañero con cámara y micrófono en mano (aunque siempre pueden aprenderse nuevas técnicas de dirección).

Vuelve a plantearse la pregunta de cuánta duración merecen las informaciones. La pieza de cuatro minutos que trata la nieve en Sierra Nevada, en AD, para CSN merece treinta segundos de colas y un total de un políti-

co. Esto sienta otra diferencia fundamental entre estos dos programas: AD exprime ‘lo social’ de los temas de actualidad –centrándose en los personajes afectados, opinión, dando voz a los vecinos...- mientras que el informativo se limita a la información, más fría y lejana, recurriendo a los cargos públicos como principal fuente de información. Lo mismo sucede con la piscina derrumbada y con la huelga de basuras: AD opta por un VTR y CSN, por unas colas. En todos casos las imágenes son las mismas.

10 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/ sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Suicidio Pajaritos	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,47 min	Sí	Sí	Entradilla
Cadáver Marbella	Sí	Sí	Sin	Off	No	No	4,02 min	Sí	Sí	Entradilla
Asalto encapuchados	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	4, 40 min	Sí	Sí	-
Recluta sin testículos	No	Sí	Sin	Ambiente	Sí	No	4,49 min	Sí	Sí	-
Suicidio Pajaritos	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	Sí	55 s.	Sí	No	Entradilla
Dulces del amor	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	7,59 min	Sí	-	Entradilla
Explosión Gas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,54 min	Sí	Sí	-
Vuelve el carbón	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,00 min	Sí	Sí	-
Vivienda ruinas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3, 25 min	Sí	No	-
Suicidio Pajaritos	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,05 min	Sí	Sí	-
Total Del. Gobierno	No	Sí	Sin	Ambiente	No	No	1,03 min	Sí	No	-
Lencería enamorados	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,01 min	Sí	Sí	Entradilla
Menús contra la crisis	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3, 21 min	Sí	Sí	Entradilla
Accidente tráfico	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Partido España	No	Sí	Con	Off	No	No	3,10 min	Sí	Sí	-
Gemelas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	4,15 min	Sí	Sí	-
Desamparo	No	Sí	Sin	Off	No	No	3,30 min	Sí	Sí	-
Suicidio Pajaritos	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	2,22 min	Sí	No	Entradilla
Menús contra la crisis	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,15 min	Sí	Sí	Entradilla
Dulces del amor	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,50 min	Sí	Sí	-
Lencería enamorados	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	4,25 min	Sí	Sí	Entradilla
Carnavales	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,39 min	Sí	Sí	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Suicidio Pajaritos	No	Sí	Sin	Off Ambiente	No	No	1,20 min	No	No	-
Cadáver Marbella	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Despido Cáritas	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Banco células	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,26 min	No	No	-
Directo Congreso	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	50 s.	No	-	-
Congreso diputados	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,50 min	No	No	-
Acuerdo Andalucía	No	Sí	Sin	Off	No	Sí	1,55 min	No	No	-
Consejo viviendas	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Parlamento Andalucía	No	No	Sin	Off	No	No	2 min	No	No	-
González Panero	No	Sí	Sin	Ambiente Off	Sí	No	1,50 min	No	No	-
Francisco Correa	No	No	Sin	Off	No	No	1,40 min	No	No	-
Colas PSOE	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Total jueces	No	-	-	-	No	No	32 s.	-	-	-
Banda falsificación	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas accidentes	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas maniobras	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Recluta sin testículos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Seguridad en Internet	No	No	Sin	Off	No	No	1,28 min	No	No	-
Testamento vital	No	Sí	Sin	Off	No	No	4900	No	No	-
Colas productoras	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Menú de 1812	No	No	Sin	Off	Sí	Sí	1,18 min	No	No	-
Precio la voluntad	No	No	Sin	Off	Sí	Sí	1,30 min	No	No	-
Colas pasteles	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Huelga autobuses	No	No	Sin	Off	Sí	Sí	1,50 min	No	No	-
Presas Rules	No	Sí	-	Off	No	No	1,06 min	No	No	-
Rehabilitación autonómica	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Colas accidente	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-
Huelga enseñanza	No	No	Sin	Off	No	No	1,32 min	No	No	-
Saneamiento Cartuja	No	No	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Vecinos piden parque	No	No	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Colas portero discoteca	No	No	-	-	No	No	-	-	-	-

Consideraciones.

El total emitido por AD sobre el asesinato de una mujer y el posterior intento de suicidio de su agresor es totalmente informativo: plano corto fijo, redactor ausente y micrófono frente al entrevistado dentro del campo de la imagen. Antes de analizar el informativo de CSN se prevé que emplearán el mismo total por una simple cuestión de estilo y actualidad; eso sí, con menor duración ya que en AD ha durado más de un minuto (cierto es, CSN emite el total).

La pieza de AD sobre el accidente de tráfico es un claro ejemplo de falso directo. El paso de la presentadora al redactor induce a pensar que la conexión es en vivo. El falsete puede deducirse sobre todo por una valla que se ve en la imagen cortando el tráfico en contra de las palabras de la presentadora “a estas horas el tráfico es fluido”, contradictorio.

La noticia de la denuncia de una gemela a su hermana por robo y suplantación de la personalidad lleva a AD a realizar una pieza en la que dos gemelas cualesquiera explican las curiosidades que les han sucedido al ser prácticamente idénticas. Este video es una clara muestra del estilo y de la forma de transmitir la información de este programa que siempre tiende a socializar las noticias, yendo un poco más allá del contenido de un simple teletipo. No se limita a dar la información, sino que, con originalidad, demuestra que sí es posible hacerse pasar por una hermana gemela.

Una de las características distintivas de AD frente a CSN es la reiteración. AD acude dos veces al restaurante malagueño ‘Pura Gula’ para explicar la economía del menú que ofrecen; los dulces para enamorados entran dos veces en directo, el tema no es muy extenso, tan sólo hablan de unas tartas en forma de corazón; el suicidio en el barrio de los Pajaritos ocupa hasta cuatro conexiones en las que se repite la información desde el primer momento; la lencería para el día de los enamorados y los modelos quinceañeros que portan los conjuntos de ropa interior rellenan un total de ocho minu-

tos... Una diferencia abismal, como puede verse, frente al minuto y medio de duración de las piezas de un informativo, teniendo en cuenta, además, que en el noticiero no se repiten.

Las imágenes en las colas del cadáver encontrado en la localidad malagueña de Marbella, las colas de la concentración de la niña desaparecida hace más de quince días y las del suicidio en el barrio de los Pajaritos son las mismas para los dos programas. Y ambos emplean unas colas para tratar la información. AD lo hace con su particular estilo, con esas imágenes en las que el texto es leído por la redactora en un directo y no por la presentadora.

CSN emite un directo desde el Congreso de los Diputados en Madrid. Es muy diferente a los de AD. En el informativo el plano es medio largo y fijo, no tiene nada de movimiento de cámara ni zoom; el tono de voz de la redactora es totalmente lineal sin dar lugar a la interpretación y la duración es de cincuenta segundos, es decir, menos de la mitad de lo que acostumbra el programa AD.

11 de febrero

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Mujer amenazada	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	4,03 min	Sí	Sí	Entradilla
Suicidio Pajaritos	No	Sí	Sin	Off Ambiente	Sí	No	3 min	Sí	No	Entradilla Salidilla
Almanjáyar descuidado	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,45 min	Sí	Sí	Entradilla
Aceite para China	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,40 min	Sí	Sí	Entradilla
Banderilleros	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	5,32 min	Sí	Sí	Entradilla
Precios especiales	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	7,03 min	Sí	-	Entradilla
Campaña tráfico	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5 min	Sí	Sí	-
Mariscadores con carnet	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,32 min	Sí	Sí	-
Furtivos cazados	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	5,20 min	Sí	Sí	Medianilla
Robos misteriosos	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,50 min	Sí	Sí	-

Banderillas de moda	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,46 min	Sí	Sí	-
Sabor de amor	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Rap Chiclana	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,20 min	Sí	Sí	-
Asesinato A. Banderas	No	No	Sin	Off Ambiente	Sí	No	4 min	Sí	Sí	
Chatarreros	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,02 min	Sí	Sí	Entradilla
Grietas colegio	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	-
Colas Marta desaparecida	No	No	-	-	No	No	50s	Sí	-	-
Precios especiales	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Aceite para bebés	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	7,32 min	Sí	Sí	-
Cierre carnaval	-	-	-	-	Sí	Sí	-	-	-	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	paneos seguidos	tiempo de duración	sumarios/ titulares	implicación redactor	entradilla medianilla salidilla
Asesinatos Valencia	No	No	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,17 min	No	No	Medianilla
Colas asesinato	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas aborto ilegal	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas asesinato	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Corrupción E. Correa	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1 min	No	No	Entradilla
Trama PP	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,20 min	No	No	-
Batería de totales PP	No	-	Sin	-	No	No	40 s	No	-	-
Colas factura luz	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas bombillas	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Mejor vivienda	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Industria militar	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	-
Colas agricultores	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Educación mixta	No	Sí	Sin	Off	Sí	No	1,30 min	No	No	-
Colas aval Junta	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Parlamento andaluz	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	40 s	No	No	-
Mediación familiar	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,17 min	No	No	-
Colas Velázquez	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Feria arte ARCO	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Colas Híganos	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Hombres y chimpancés	No	No	Sin	Off	Sí	No	1,10 min	No	No	-
San Valentín	No	Sí	Sin	Off	Sí	No	55 s	No	No	-
Colas acuario	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Carmen Sara Baras	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-

Huelga autobuses	No	No	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Crisis campo	No	No	Sin	Off	No	No	1,17 min	Sí	No	-
Colas educación	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas caso Nevada	No	Sí	-	-	No	No	-	No	-	-
Acuerdo Cáritas	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,05 min	No	No	-
Pescado inmaduro	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,12 min	No	No	-
Telescopio Alma	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Colas Sierra Nevada	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-
Colas cierre acuario	No	No	-	-	No	No	-	No	-	-

Consideraciones.

La campaña de la guardia civil de tráfico para el uso correcto del cinturón de seguridad ocupa un espacio curioso en AD. Vuelve a identificarse el falso directo: la pieza comienza con un guardia civil que detiene un vehículo para comprobar si tiene el cinturón y la mujer que conduce es la redactora. Y vuelve también a ponerse de manifiesto el ‘teatro’, el estilo secuencial ya característico del programa.

La redactora de AD realiza la compra de alimentos con un individuo en un supermercado en el que descuentan un 5% del total de la compra al enseñar la cartilla del paro. Esto es otro ejemplo de socialización de los temas y sobre todo, de nuevo, del estilo secuencial ya citado.

Hoy AD sorprende con unas colas sobre Marta, la niña desaparecida en Sevilla, interpretadas por la propia redactora. Las imágenes son propias de un informativo por el tipo de plano: no hay paneos seguidos, las imágenes se fijan al principio y al final en el caso de las panorámicas y la duración del plano, máximo cuatro segundos. Las imágenes emitidas por AD son las que componen la pieza de CSN, dicho de otro modo, CSN cede el material a AD.

CSN intenta crear una pieza más dinámica en su sección de cultura. Lo hace con la obra de teatro de Sara Baras. El total encabalga durante varios segundos a la imagen, de manera que la artista habla mientras el espectador ve parte de su espectáculo. Aún así, esta forma de dar dinamismo a los videos queda muy lejos del estilo de AD.

La pieza relativa a la huelga de autobuses en la provincia de Granada juega con el ambiente al principio del video. Las voces y las manifestaciones verbales de los trabajadores rompen el inicio tradicional de los VTR de los informativos para dar énfasis a la información, para mostrar al espectador una realidad más cercana.

El informativo emplea las colas del acuario de Almuñécar como cierre, repitiendo la información y las imágenes en el mismo orden que AD y con la misma música de fondo.

12 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Mujer quemada	No	Sí	Sin	Off	No	No	4,15 min	Sí	Sí	Entradilla
Herido de bala	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Refugio perros	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,29 min	Sí	Sí	-
Entierro Pajaritos	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	1,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	No	-	Off	No	No	1,30 min	No	No	Medianilla
Psicología paterna	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3 min	Sí	Sí	Entradilla
Guitarra especial	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,10 min	Sí	Sí	-
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	-	Sí	Sí	7,31 min	Sí	-	Entradilla
Conductor fugado	No	Sí	Con	Off Ambiente	No	no	5,17 min	Sí	Sí	Entradilla
Dentista cerrado	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,52 min	Sí	Sí	-
Salvada asesinato	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,34 min	Sí	Sí	-
Actividades campo	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	6,10 min	Sí	Sí	-
Dieta cuidada	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,34 min	Sí	Sí	Entradilla
Ordenador discapacitados	No	Sí	Sin	Ambiente	No	No	4,38 min	Sí	Sí	-
Grietas Casas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,39 min	Sí	Sí	-
Dieta cuidada	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	5,37 min	Sí	Sí	-
1er trasplante riñón	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	4,22 min	Sí	Sí	-
Alumnos monitores	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	5,03 min	Sí	Sí	-
San Valentín	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,54 min	Sí	Sí	Salidilla
Señora de las tabernas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,48 min	Sí	Sí	-
Pañuelos para la Reina	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,48 min	Sí	Sí	-
Guitarra especial	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	2,47 min	Sí	Sí	-
Actividades campo	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,07 min	Sí	Sí	Entradilla
Colas cierre guitarra	-	-	-	Ambiente	Sí	Sí	-	Sí	-	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Colas levitación	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Explosión de gas	Sí	Sí	-	Off	No	No	40s	No	No	Entradilla
Corrupción pp	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
Auto de prisión	No	Sí	-	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Colas Correa	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Colas Sindicatos	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Destitución Gobernador	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,28 min	No	No	-
Colas Paro	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Crisis política	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,20 min	No	No	-
Totales política	No	-	-	-	No	No	-	-	No	-
Vacuna cáncer	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Donante cordón	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
Ley Aborto	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,18 min	No	No	-
Niños soldado	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,12 min	No	No	-
Negocios asiáticos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,26 min	No	No	-
Diálogo familiar	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,29 min	No	No	-
Colas elecciones	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
País Vasco y Europa	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,31 min	No	No	-
Colas política	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Mafia italiana	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Colas tiroteo	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Colas Marta	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Greenpeace y Hotel	No	No	Sin	Off	No	No	1,11 min	No	No	-
Explosión gas	Sí	Sí	-	Off	No	No	40 s	No	No	-
Abuelas y madres	No	No	-	Off	No	No	1 min	No	No	-
Aniversario Darwin	No	Sí	-	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Levitación en la calle	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	1 min	No	No	-
Sinfónica española	No	No	Sin	Off	No	No	1,17 min	No	No	-
Colas Alex Ubago	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Consistorio y FITUR	No	Sí	Sin	Off	No	No	55s	No	No	-
Colas plan Albaicín	No	Sí	-	Off	No	No	-	-	No	-
Obras Atarfe-A42	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,26 min	No	No	-
Caso Nevada	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,06 min	No	No	-
Coche ardiendo	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,03 min	No	No	-
Ahorro energético	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
Leyes musulmanas	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-

Consideraciones.

Las piezas de CSN nunca llevan rótulos -justo el estilo contrario de AD-. Sí los llevan, sin embargo, las colas de inicio.

La pieza del herido de bala realizada por AD comienza con un paneo con mucho movimiento, muy rápido pero de aproximadamente seis segundos, algo totalmente prohibido por los libros de estilo del género informativo. Parece que todo vale para llamar la atención del espectador, por mostrar, por dar dinamismo.

El entierro de la mujer asesinada en el barrio sevillano de los Pajaritos se realiza mediante unas colas leídas por la redactora de AD.

El tratamiento de la desaparición de Marta es muy curioso en el día de hoy: la presentadora anuncia que un compañero de la casa, de Canal Sur Televisión, ha realizado un trabajo de seguimiento en el rastreo de la policía en la búsqueda de la niña. Entra una pieza de un minuto y medio, con off y sin ambiente, sin la intervención del redactor, con planos de corta duración, planos fijos y sin paneos y con una medianilla que se fija al principio y al final del plano. En otras palabras, AD ha emitido, en bruto, sin acomodar a su estilo y requisitos una pieza de informativo; de forma más concreta, una pieza realizada por CSN.

La pieza del hombre que salva a una mujer de ser asesinada a manos de su pareja es muy curiosa. La emite AD y comienza con un paneo de larga duración, el redactor no aparece al menos hasta los treinta segundos. Con esto, se consigue dar una sensación de directo, incluso el redactor se atranca hablando un poco mientras expone los hechos ocurridos como si fueran vivo. No hay nada de off.

Una de las redactoras de AD se implica tanto en el trabajo que incluso suelta por un momento el micro para ponerse a cocinar con la 'Señora de las Tabernas'. Resulta inconcebible que un redactor se desprenda de su principal arma de trabajo y, de forma lógica, el resultado es un sonido pobre, lejano y forzado. La idea del programa es ofrecer la información en vivo y a pesar de ser un falso directo el editor no arregla ese mal ambiente, lo deja para hacer más real el falsete.

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/ sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Iniciativas Junta	No	No	Sin	Off	No	No	1,30 min	Sí	No	-
Colas medidas	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	No	No	-
Bajan los precios	No	Sí	-	-	No	No	39 s.	Sí	No	-
Colas Estepona	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas parón luz	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas Garzón	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas Butrón	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Detención banda	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,20 min	No	No	-
Colas Marta	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Colas muerta	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas vacuna	No	Sí	-	-	No	No	41 s.	No	No	-
Colas Bolonia	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
Colas La Banda	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas Voluntarios	No	Sí	-	-	No	No	33 s.	No	No	-
Padres precoces	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	Sí	No	-
Boda inmigrantes	No	Sí	-	Off	Sí	No	1,10 min	No	No	-
Colas C. Hoyos	No	Sí	-	-	No	No	35 s.	Sí	No	-
Viernes 13	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,23 min	No	No	-
Cierre C. Hoyos	No	Sí	-	-	No	No	-	Sí	No	-

Consideraciones.

La pieza de la mujer fallecida al dar a luz a su hijo es curiosa. Es un falso directo donde el presentador da paso a la noticia y el redactor, incluso, se toca el auricular del telecomunicador para afianzar el diálogo imaginario (este paso a video es editado, como las entradas tradicionales de un informativo). El tono de voz resulta llamativo respecto a otras piezas ya que es

más bajo, más lento, más pausado... da así énfasis a la situación dramática vivida por los afectados. Esto quizás no debería suceder ya que el profesional de la información debería limitarse, sin ser subjetivo, a dar un mensaje meramente enunciativo. CSN informa mediante unas colas que muestran las imágenes del edificio del Hospital.

El VTR sobre la explosión de gas comienza con un total y, además, con un total en movimiento, con un paneo. La pieza es más rápida que la de la mujer fallecida en el parto: a pesar de que ambas cuentan un drama, la rapidez de la explosión de gas representa el estrés sufrido por los afectados. El redactor, tranquilo y pausado, representa la sensación de vacío de la familia de la fallecida. Así pues, el off es parte de la magia de la comunicación.

La pieza sobre Marta del Castillo también es un falso directo. La entradilla de la redactora (que queda enlazada con el paso del presentador) da paso a un total de dos minutos que se emite en bruto, sin editar, como pieza informativa. CSN trata el tema abriendo el informativo con unas colas de inicio y con posterioridad con unas colas + total. Las imágenes ofrecidas por ambos programas son las mismas, con la diferencia de la duración del total, en CSN es de veinte segundos, el máximo permitido por estética y en AD es cuatro veces más largo.

Las entradillas de AD no cumplen el requisito característico de situar al receptor en el ambiente del lugar de los hechos. La mayoría de las entradillas son en directo, sí, pero dan paso a un video grabado cerrado que es una grabación, editada al gusto. Por este motivo no sitúan al espectador sino que sirven como paso. La muestra de que el redactor ha estado al pie del cañón de la noticia es su constante intervención durante los totales y los recursos audiovisuales: en los totales está siempre presente en voz e imagen y además es grabado en la toma de recursos por el operador de cámara.

Y qué decir sobre el lenguaje que emplea AD en el off de sus piezas. El redactor trata el tema de una mujer operada y transformada en un hombre

que quiere ser militar. El ahora hombre no supera el reconocimiento médico por carecer de pene, así que acude a la justicia recurriendo el parte médico. La justicia le ampara por lo que el resultado médico es positivo. AD acude al candidato al ejército para que cuente su historia y exprese su satisfacción para con el Ministerio de Defensa. El redactor termina la pieza –una pieza es un video prefabricado con un off que ha sido fruto del pensamiento humano- cerrando con la siguiente oración: *“a lo que no va a tener ya que recurrir es a ponerse firme delante del espejo. Si todo marcha como se espera, Aitor será soldado al margen de tener, o no, un trozo de carne entre sus piernas”*. ¿Qué fue de la sensibilidad, la educación, el buen gusto y el respeto propios de un profesional de la comunicación? Sin comentarios.

La pieza de Sierra Nevada de AD abusa de la presencia de la redactora. El VTR presenta un total que explica la oferta de autobús y forfait. La profesional aparece después en tres conversaciones con usuarios de las pistas de esquí que desconocen el descuento y es ella, la propia redactora, la que pone en conocimiento dicha oferta. Reiteración de la información y también exceso de protagonismo.

La entradilla de AD en directo de la redactora sobre el traje de novia se emite con problemas técnicos. No hay retorno y, como consecuencia, a plató no llega la voz de la reportera. El presentador improvisa el paso que da lugar a la entrada de la pieza, esta vez no hay falso directo, el VTR entra sin simulación alguna.

- Nota: La segunda emisión del falso directo de AD sobre la pasarela original de moda flamenca no se puede analizar por problemas técnicos de Canal Sur durante la emisión.

16 de febrero

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	7,11 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1,20 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	4,21 min	Sí	No	Entradilla
Juzgados y Marta	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	5,19 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	2,15 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	5,39 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	Sí	No	4,38 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,58 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	2,45 min	Sí	Sí	Entradilla
Juzgados y Marta	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,44 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,46 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,03 min	Sí	Sí	Entradilla
Alerta Algeciras	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	-
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	5,59 min	Sí	-	-
Alerta Algeciras	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,14 min	Sí	Sí	Medianilla
Grúa sobre colegio	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,25 min	Sí	Sí	Entradilla
Juzgados y Marta	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,06 min	Sí	Sí	Entradilla Medianilla
Total Rubalcaba	No	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	7,55 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,14 min	Sí	Sí	Entradilla
Derrumbe casa cueva	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,23 min	Sí	Sí	-
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3 min	Sí	Sí	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	20 s.	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	30 s.	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	23 s.	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1,10 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	Sí	Sí	2,31 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	3323	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	Sí	No	Entradilla
Núfragos patera	No	No	Sin	Off	No	No	1,15 min	Sí	No	-
Colas desaparecido	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
Colas policía	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	No	No	-
Colas BD juzgados	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas Bermejo	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
Colas Internet	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	No	No	-
Colas alcohola	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	No	No	-
Colas marismas	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas Móvil solar	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	No	No	-
Total IULV y PP	No	-	-	-	No	No	1 min	No	No	-
Chaves y PP	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Colas obras ilícitas	No	Sí	-	-	No	No	25 s.	No	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	42 s	No	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	30 s.	No	No	-
Colas Parque	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
País Vasco y Gaza	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
J. Ramón Jiménez	No	Sí	Sin	Off	Sí	No	1,13 min	No	No	Medianilla
Abandono perros	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Sierra Nevada	No	No	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	-
Colas obras metro	No	Sí	-	-	No	No	29 s.	No	No	-
Colas discapacidad	No	Sí	-	-	No	No	39 s.	No	No	-
Cultivo tabaco	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,14 min	No	No	-
Plan integración	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-

Consideraciones.

AD abre con el caso Marta del Castillo. Las tres colas de inicio son sobre este mismo tema y la primera pieza, en directo, también. Una curiosidad es cómo durante la intervención en directo de la redactora se tapa el off con una transición a una infografía de un mapa del río Guadalquivir para explicar cómo se está llevando a cabo la búsqueda. En todas las piezas sobre Marta se repite la “no información”, reiteración y desde el principio los mismos datos de ida y vuelta. Es más, para más repetición no sólo se le da vueltas a la escasa nueva información, también se tapan las diferentes piezas con las mismas imágenes y los mismos planos una vez tras otra.

El programa da mucho que hablar en el día de hoy. Sorprende, también, cómo la reportera se acerca a una mujer que está asomada a la barandilla del río y mantienen una conversación en que la señora explica que está allí para acompañar a los padres de la niña desaparecida. La fuente de información a la que acude la periodista no sólo no aporta nada sino que además llama al sensacionalismo. Y va más allá. El redactor que cubre la puerta de los juzgados en Sevilla acude a un magistrado para proceder a una entrevista esclarecedora. El profesional de la información (por decir algo) realiza la siguiente pregunta al personaje, que lleva a esta conversación:

- *Además, Blanca*, (el redactor se refiere a la presentadora y a la vez lanza la pregunta al entendido) *otras fuentes han llevado al debate de qué pasaría si no apareciese el cuerpo sino parte del cuerpo...*
- *Si apareciese parte del cuerpo, depende qué parte. Es importante que apareciera la cabeza, las vísceras, los pulmones... que determinarían claramente si murió antes o después de caer al agua. Si aparece una mano o un dedo, claro, no sería tan relevante. Lo importante es que apareciera, si puede ser, el cuerpo completo, por dos razones: una por humanidad, por la familia, y otra por la causa penal que sería determinante.*

Dadas las circunstancias, no es descabellado recordar que AD se emite

diariamente, excepto los sábados, entre las seis y las ocho de la tarde.

Y más sobre Andalucía Directo. En la información de la detención de los presuntos asesinos de Marta del Castillo, ambientada en la puerta de los juzgados de Sevilla, el off del redactor queda en un segundo plano. Los vecinos de Sevilla se vuelcan con la familia y apelan a los implicados en el caso con insultos y vejaciones. El ambiente es tan potente y con un volumen tan alto que desplaza al off del redactor que realmente es quien debe contar la historia. Las piezas que no son en directo sí están acompañadas de una entradilla en vivo. La mitad del programa la ocupa Marta del Castillo, la segunda mitad se comparte con otros temas: sólo cinco piezas en todo el programa que no mantienen relación con el Caso Marta. No se emite información sobre temas anunciados como el Carnaval de Cádiz, se prescinde de ellos.

Las colas de inicio de CSN son sobre Marta del Castillo. Tres avances en directo dan paso a una pieza que emite algunas imágenes de AD. Juega mucho con el ambiente dejando en un segundo plano el off tal y como lo hace el programa de entretenimiento. Antepone al profesional la importancia de los gritos de los vecinos que esperan en la puerta de los juzgados. Con posterioridad una redactora entra en directo desde la casa de los padres de Marta y también se difunde información sobre la última hora de la búsqueda del cuerpo en el río Guadalquivir. Las imágenes ofrecidas son las mismas que en AD. De treinta piezas, ocho tratan el Caso Marta.

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	21 s.	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	Sí	No	-
Cadáver encontrado	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	Medianilla
Tratamiento información	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas Patera	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas inmigrantes	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Islamistas detenidos	No	Sí	-	Off	No	No	1,02 min	No	No	-
Colas porno Internet	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas narcotráfico	No	Sí	-	-	No	No	35 s.	No	No	-
Colas anciano	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas Maltrato	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	No	No	-
Colas hepatitis B	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Salud psíquica	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,27 min	No	No	Medianilla
Colas UGT	No	Sí	-	-	No	No	22 s.	No	No	-
Regulación empleo	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,20 min	No	No	-
Colas caída bolsa	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas País Vasco	No	Sí	-	-	No	No	25 s.	No	No	-
Cajas Castilla	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,29 min	No	No	-
Colas Junta Andalucía	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Carrillo Salcedo	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,31 min	No	No	-
Peluquería barata	No	Sí	Con	Off	No	No	1 min	No	No	-
Derención islamita	No	Sí	Sin	Off	No	No	0442	No	No	-
Colas Rienda	No	Sí	-	-	No	No	26 s.	No	No	-
Rienda	No	Sí	-	Off	No	No	1,12 min	No	No	-
Obras Metro	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-
Colas centro cívico	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	No	No	-
Colas ENDESA	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Proyecto Diputación	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,28 min	No	No	-
Presentación libro	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	No	No	-
Carnavales 3era. edad	No	No	Sin	Off	No	No	1 min	No	No	-

Consideraciones.

El Caso Marta del Castillo vuelve a ser la noticia más importante del día para AD. La estructura se repite como en el día anterior. Las redactoras entran en directo para ofrecer una información trillada sobre unas imágenes también más que repetidas, no sólo a lo largo del día de hoy, sino en emisiones anteriores. AD aprovecha la desaparición de la joven sevillana para recordar otras desapariciones sin resolver. La pieza del redactor granadino sobre la detención de una pareja de radicales islamistas es interrumpida por la emisión en directo de la salida de la casa de uno de los presuntos asesinos de del Castillo. No cabe nada más que Marta.

Un directo ofrecido por AD muestra una especie de santuario montado en la puerta de la casa de los padres de Marta del Castillo. Los asistentes dejan sus mensajes de apoyo en una libreta y la redactora la abre y lee alguno de los mensajes personales plasmados. Además, insiste en que una de las conocidas de Marta del Castillo lea una poesía dedicada a la joven en la que se explica que su cuerpo está atrapado en el río Guadalquivir. Todo es Marta repetido una vez detrás de otra. Los VTR se realizan con las mismas imágenes –algunas se ralentizan– por lo que la sensación de reiteración es mayor todavía. La presentadora lee, en varias ocasiones además, unas colas en las que se vuelve a informar sobre lo informado a modo de resumen.

El informativo de CS comienza de la misma forma que el día anterior: una intervención en directo de una redactora que retransmite las novedades en el Caso Marta del Castillo. Ambos programas emiten una pieza sobre la violencia juvenil en relación a al asesinato de del Castillo, AD ofrece cuatro minutos de información y CSN la adapta al tiempo propio de informativo, un minuto y medio. Las imágenes, los entrevistados, los totales son los mismos, sólo cambia el off y, como se ha explicado, el tiempo de duración. La pieza del hombre anciano que desapareció hace dos días y ha sido encontrado gracias a un perro experto en búsqueda de personas también es una adaptación de la realizada por AD.

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	Sí	Sí	1,01 min	Sí	No	Entradilla
Referéndum Marta	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	Sí	No	Entradilla
Búsqueda de Marta	No	Sí	Sin	Off	No	No	50 s	Sí	No	Entradilla
Huelga jueces	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,07 min	Sí	No	-
Batería totales	No	-	Sin	Ambiente	No	No	33 s	No	No	-
Huelga jueces	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,38 min	Sí	No	Medianilla
Congreso diputados	No	Sí	Sin	Off	No	No	2,05 min	No	No	-
Colas corrup. PP	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-
Colas corrup. PP	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-
Colas corrup. PP	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-
Colas ley aborto	No	-	-	Off	No	No	30 s	Sí	-	-
Colas agricultura	No	-	-	Off	No	No	30 s	Sí	-	-
Colas PIB y UE	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-
Vehículos antiguos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	Sí	No	-
Acuerdo PP-IU	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,39 min	No	No	-
Colas Unicaja	No	-	-	Off	No	No	45 s	-	-	-
Colas Tres Culturas	No	-	-	Off	No	No	41 s	-	-	-
Colas cadáveres	No	-	-	Off	No	No	38 s	-	-	-
Armas aire comprimido	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,11 min	No	No	-
Colas ladrón bancos	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-
Trasplante médula	No	Sí	Sin	Off	No	No	2 min	No	No	-
Trabajo minusválidos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,32 min	No	No	-
Conservación cine Cuba	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	Medianilla
Búsqueda de piso	No	Sí	Con	Off	No	No	1,03 min	No	No	-
Musical Nemo	No	-	-	Off	No	No	29 s	-	-	-
Colas huelga jueces	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-
Carretera Bayacas	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,07 min	Sí	No	-
Metro Granada	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,50 min	No	No	-
Construcción Almuñécar	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
ENDESA y tarifas	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,31 min	No	No	-
Colas Trevelez	No	-	-	Off	No	No	30 s	-	-	-

Consideraciones.

Las tres primeras conexiones en directo con los redactores dan paso a unas colas, leídas por los propios redactores como en otras ocasiones, sobre la desaparición de Marta. Los redactores se encuentran en diferentes escenarios como la puerta de la policía, el domicilio del presunto asesino de Marta y la casa de la joven. Las imágenes son propias de un informativo por el tipo de plano y la duración y efectivamente son repetidas en CSN. Es más, por si fuera poca repetición, las imágenes de las colas son empleadas en piezas de AD y mezcladas a lo largo de las dos horas de duración del programa. El sensacionalismo está servido: la redactora se acerca a una fila de personas que aguardan asomados al río, desde un puente, y realiza un total a una señora que entre lágrimas explica lo dolida que está por la desaparición y el asesinato de Marta del Castillo. Esta última intervención ocupa más de siete minutos, además de las colas de inicio con las que abre el programa.

El tono de voz de los redactores y la presentadora de AD en el día de hoy es especial. Es más pausado, más grave, más suave, mucho más modulado que en otras ocasiones. Generalmente, el tono es mucho más agudo, sobre todo al principio de las oraciones y cuando realiza totales, quizás para dar sensación de cercanía; todo lo contrario en los informativos de CSN, donde el off es plano, sin intención, plenamente enunciativo sin otro ánimo que informar, alejándose de cualquier tipo de interpretación. Incluso en AD usan expresiones como “echar el resto”, para hacer referencia al esfuerzo supino llevado a cabo por los dispositivos de búsqueda, algo que queda muy alejado de la expresión pura del lenguaje periodístico.

¿Quieren más sensacionalismo? No hay que preocuparse, AD lo regala cada tarde: el redactor del programa entra en un aula de discapacitados que están aprendiendo a realizar la lista de la compra de forma eficaz. El redactor pregunta a uno de los alumnos quién es su novia, muy lejos del aprendizaje que pretende inculcar la pedagoga que imparte el curso.

El informativo de CS abre con una pieza que goza de similitudes con las de AD. El redactor hace una entradilla en directo y eso da paso a una pieza editada. De hecho, el comienzo del informativo es exactamente igual que el del programa de tarde: piezas con entradilla en directo del redactor sobre la búsqueda de Marta, nuevas investigaciones en el caso y referéndum por la cadena perpetua.

El informativo emite la misma pieza que AD sobre la búsqueda de piso. Ambos siguen la misma línea argumental, incluso con la misma sucesión de imágenes y con empleo de ambiente en lugar de totales; eso sí, la el VTR del informativo queda adaptado en tiempo y off.

19 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ Titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	7,10 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1,33 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1,20 min	Sí	No	Entradilla
Falsificación carnet	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1,55 min	Sí	No	Entradilla
Exhumaciones	No	Sí	Con	Ambiente	No	Sí	5,46 min	Sí	Sí	Entradilla
Ahogado en una balsa	Sí	No	Con	Ambiente	No	Sí	3,36 min	Sí	Sí	Entradilla
Terremoto Granada	No	Sí	Con	Ambiente	No	No	4,30 min	Sí	Sí	Entradilla
Accidente marítimo	No	Sí	Con	Ambiente	No	No	1,27 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	4,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	No	Con	Ambiente	No	No	1,06 Min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	-	Off	No	No	3,53 min	Sí	No	Medianilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Off	No	No	4,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	Sí	Entradilla
Falsificación carnet	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Carta a SM el Rey	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Concurso gastronómico	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	4,57 min	Sí	Sí	Entradilla

Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	6,13 min	Sí	Sí	Entradilla
Empresa discapacidad	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Hermanos leucémicos	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4,40 min	Sí	Sí	Entradilla
Apuñalada salva marido	No	Sí	Con	Off	Sí	Sí	3,58 min	Sí	Sí	-
Cambio instalación	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	No	4,51 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,39 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	6,54 min	Sí	Sí	Entradilla
Colas Marta desaparecida	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas Marta desaparecida	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Merendicas en Granada	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,43 min	Sí	Sí	-
Empresa discapacidad	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,34 min	Sí	Sí	Entradilla
Colas cierre Carnaval	No	Sí	-	-	Sí	No	-	-	-	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	No	Sí	-	Off	No	No	1,19 min	No	No	Entradilla (directo)
Marta desaparecida	No	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1 min	No	No	Entradilla (directo)
Colas Marta desaparecida	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Total Ministra	-	-	Sin	Ambiente	No	No	15 s.	No	No	-
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Falsificación de carnet	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	No	No	Entradilla (directo)
Colas maribuanuana	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Accidente M. del Ebro	No	Sí	-	Off	No	Sí	1 min	No	No	-
Colas agresor	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas inmigrantes	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
PP apoya a Camps	No	Sí	Sin	Off	No	No	2 min	No	No	-
Colas Aguirre	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas 3 culturas	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas universidad	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas CSTV	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-

Colas UGT	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Valeo	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas fusión cajas	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas Cajas	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas embalses	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Modernos regadíos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,15 min	No	No	-
Colas ecografías	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas donación	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Vuelos NYC	No	Sí	-	Off	No	No	1,30 min	No	No	Medianilla
Remo Presos	No	Sí	Sin	Off Ambiente	No	No	1 min	No	No	-
Feria Taurina	No	Sí	-	Off	No	No	50 s	No	No	Entradilla
Colas Teatro	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Colas inmigrantes	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Bebés inmigrantes	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,14 min	No	No	-
Colas migración	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Terremoto Granada	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Retraso viviendas	No	No	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas UGT	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Total Milenio	No	Sí	-	-	No	No	1 min	No	No	-
Colas marihuana	No	Sí	-	-	No	No	-	-	-	-
Autobús discapacitados	No	No	Sin	Off	No	No	1,04 min	No	No	-
Fondos Alpujarras	No	Sí	Sin	Off	No	No	50 s	No	No	-
Colas Cierre										

Consideraciones.

El método en el tratamiento del caso de Marta del Castillo es el mismo que en días pasados para AD: es el tema del día, el tema de apertura del programa. El redactor hace un entradilla en directo que da paso a unas imágenes en forma de colas que no son en directo y que son propias de un informativo (por el tiempo de los planos, el tipo de plano...). Como no

podía ser de otra manera, son interpretadas por el redactor. Además, estas imágenes son empleadas con posterioridad para realizar una pieza en el mismo programa. Las imágenes también son emitidas por CSN en las colas de inicio y en la pieza correspondiente. Para no variar, lo mismo sucede con el caso del accidente marítimo. En CSN el tema del día también son las novedades en el caso de Marta del Castillo.

En el caso de la sevillana desaparecida también es destacable el uso del off en AD. Quizás para cargar de seriedad el contenido, en esta ocasión, el redactor no juega tanto con el ambiente como es costumbre, sino que hace uso de una locución más cercana al estilo informativo, eso sí, exagerando los encabalgamientos del ambiente de los totales sobre las imágenes.

Hoy, AD emite una pieza con una estructura off-total-off, típica informativa, pero adaptada a su propio estilo. La pieza en concreto es la que informa sobre la mujer que fue herida de muerte por salvar a su marido. La redactora emplea el off de forma natural, incluso con un tono enunciativo. Pero tiene una peculiaridad, los totales son ligeramente distintos: la redactora está presente en los tres y su extensión es de más de treinta segundos. Al menos esta vez el plano –plano americano- está fijo, sin movimiento de cámara, barridos o paneos.

Si cabía duda de la capacidad de repetición de AD, hoy, además de las múltiples conexiones/piezas emitidas por el caso de Marta del Castillo, también se repiten, totalmente seguidas, unas colas recitadas por la presentadora: la locutora se queda sin imágenes para continuar con la información pertinente y el realizador no duda en volver a volcar las mismas colas.

CSN realiza sus entradillas en directo, como AD, dando así paso a la pieza de turno. La entradilla es un plano fijo pero de menor duración que las del programa de entretenimiento. La segunda información que emite CSN es un directo en el lugar de la manifestación por la cadena perpetua para el asesino de la joven sevillana. Ofrece las mismas imágenes que AD,

además de seguir su mismo sistema (imágenes a modo de colas ofrecidas por la voz de la redactora). Lo mismo ocurre con la noticia de la falsificación de carnets.

Hoy es un día especial para CSN: emiten un falso directo. La presentadora finaliza el paso con una oración que incita a pensar que es un directo y la entradilla del redactor responde a esas palabras finales. Pero, en realidad, no es un directo, la luz del día se ve cuando en la emisión del informativo es ya noche cerrada.

20 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	2 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,50 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1,05 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Sin	Ambiente	Sí	Sí	4,23 min	Sí	No	Entradilla
Desalojo incendio	No	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1,04 min	Sí	No	Entradilla
Falsificación carnets	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1,45 min	Sí	No	Entradilla
Coches Robados	No	Sí	-	Ambiente	No	No	51 s	Sí	No	Entradilla
Cursos Defensa	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	No	4,39 min	Sí	Sí	Entradilla
Chirigota infantil	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4,07 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,03 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	2,55 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Sin	Ambiente	Sí	No	6,28 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	No	3,04 min	Sí	Sí	-
Única ambulancia	No	Sí	Con	Ambiente Off	Sí	Sí	4,07 min	Sí	Sí	-
Peluquería Canino	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3 min	Sí	Sí	-
Mensaje Globo	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	8,07 min	Sí	Sí	-
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	7,06 min	Sí	No	Entradilla
Final Carnavales	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,06 min	Sí	Sí	-
Sierra Nevada	No	Sí	Sin	Ambiente Off	Sí	No	3,46 min	Sí	Sí	-

Muro desprendido	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,46 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,03 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,14 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,33 min	Sí	Sí	-
Carnavales Granada	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	No	8,23 min	Sí	Sí	-
Colas Cadáver	No	Sí	-	-	No	No	45 s	Sí	No	-
Colas Accidente	No	Sí	-	-	No	No	45s	Sí	No	-
Carnavales cierre	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	6,12 min	Sí	Sí	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	No	Sí	-	Off	No	No	1,30 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Off	No	No	1 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	-	Off	No	No	1,28 min	Sí	No	Medianilla
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	Sí	No	-
Robo Coches	No	Sí	-	Off	No	No	1,10 min	Sí	No	-
Falsificación carnets	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	Sí	No	Entradilla
Colas juicio maltrato	No	Sí	-	-	No	No	41 s.	Sí	No	-
Bebé abandonado	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,23 min	No	Sí	-
Colas CCOO	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Moncloa y autónomos	Sí	Sí	Sin	Ambiente	No	No	40 s.	No	No	Entradilla
Crisis empresas	No	Sí	-	Off	No	No	1,27 min	No	No	-
Colas Bermejo	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Bermejo y Chaves	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,12 min	Sí	No	Salidilla
Totales políticos	No	-	Sin	Ambiente	No	No	47 s.	No	No	-
Colas Cajas	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	Sí	No	-
Trama Populares	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,11 min	No	No	-
Colas Marta desaparecida	No	Sí	-	-	No	No	35 s.	Sí	No	-
Campaña anti tabaco	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	Sí	No	-
Síndrome Asperger	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,26 min	No	No	-
Big Brother inglés	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Caravana Grafitis	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	-
Colas aniversario	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	Sí	No	-
Óscar y actores	No	Sí	-	Off	No	No	1,20 min	Sí	Sí	-
Pasarela Cibeles	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	1,30 min	Sí	Sí	-

Consideraciones.

La primera pieza, como en otras ocasiones que sientan costumbre, no es del todo en directo. La redactora entra en antena en directo y al terminar la entradilla se emiten unas imágenes que no son en vivo, sino grabadas con anterioridad; además podríamos afirmar que las imágenes, por su estética, no son propias de AD sino de informativo. Con la segunda pieza pasa lo mismo, igual que con todas las relacionadas con el asesinato de Marta del Castillo.

En la cuarta conexión de AD sobre el caso Marta, después de tres minutos, tiempo durante el cual la redactora repite de forma constante la escasa y ya conocida información, se enlazan dos totales separados con un blanco. Estos totales, cedidos por el Ministerio del Interior y la policía, son propios de informativo: plano medio fijo con fondo de la entidad pública. Eso sí, en lugar de 30 segundos duran casi un minuto cada uno.

En las siete primeras piezas de AD la entradilla y la voz de las imágenes son en directo, pero las fotografías son en diferido. La número ocho es un falso directo: ni la pieza ni la entradilla son en vivo. Un momento idóneo para replantear el nombre del programa, ¿Andalucía Directo? Momento también de criticar cómo a pesar de existir una tarea de post producción no se elaboran con precisión las piezas, entendiendo como ‘precisión’ la estética pura de noticiero; o, por el contrario, si se realizan con máximo detalle y cuidado aunque con un estilo muy característico, contrario por completo a las premisas informativas.

La pieza número doce de AD es la séptima referente a Marta del Castillo. Se repiten los totales en varios VTR del mismo día. En CSN las imágenes son las mismas y los totales también, los fragmentos son idénticos pero de menor duración.

Marta del Castillo ocupa la primera plaza en el tratamiento de la información desde su desaparición. CSN abre con una entradilla en directo

de la redactora que da lugar a una pieza como suele hacer AD. El directo de CSN es diferente al del programa de entretenimiento: plano medio fijo, breve (un minuto) y sin mostrar nada más que la presencia de la redactora.

Mismas imágenes para los temas de los coches robados y la falsificación de carnets de conducir.

La pieza de CSN sobre la Pasarela Cibeles Fashion Week es distinta a lo tipificado por el estilo de un informativo. Comienza con ambiente y, de hecho, sólo se escucha la voz de diferentes diseñadores a lo largo de todo el video en lugar del off del redactor (sólo hay locución al final de la pieza, como cierre). No es el redactor el que informa ni el que cuenta la información. Esto es algo muy usado por AD, no sólo el abusivo uso de ambiente sino que sea el implicado el que narra los hechos.

23 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,48 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Ambiente	No	No	1,30	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1,23 min	Sí	Sí	-
Colas violencia	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	Sí	-	-
Tráfico coches	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	50 s.	Sí	Sí	-
Hijo esquizofrénico	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	40 s.	Sí	Sí	Entradilla
Robo comercios	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	40 s.	Sí	Sí	Entradilla
Carnaval Cádiz	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Sierra Nevada	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,53 min	Sí	Sí	-
Asesinato mujer	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,25 min	Sí	Sí	-
Hijo esquizofrénico	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,17 min	Sí	Sí	-
Tiroteo Almuñécar	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	5,50 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Ambiente	Sí	No	4,56 min	Sí	Sí	-

Marta desaparecida	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,15 min	Sí	Sí	-
Manto Virgen	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,40 min	Sí	Sí	-
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Carnavales Cádiz	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,41 min	Sí	Sí	Entradilla
El Pipa	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	7,01 min	Sí	No	Entradilla
Tráfico coches	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	No	4,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Robo comercios	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	6,40 min	Sí	Sí	Entradilla
Novia retenida	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	No	4 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	8,01 min	Sí	Sí	Entradilla
Total Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Ambiente	No	No	38 s.	Sí	Sí	-
Ex toxicómano	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,01 min	Sí	Sí	Entradilla
Asociación GranaDown	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,45 min	Sí	Sí	Entradilla
El Pipa	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	No	3,21 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,06 min	Sí	Sí	Entradilla
Cierre										

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Dimisión Bermejo	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	Sí	No	-
Totales políticos	No	-	Sin	-	No	No	1,20 min	No	No	-
Sucesor justicia	No	Sí	-	Off	No	No	1,04 min	No	No	-
Colas ETA	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Accidente helicóptero	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Accidente laboral	No	Sí	-	-	No	No	28 s.	No	No	-
Parón profesores	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,25 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	Medianilla
Colas vacuna	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas asesinato	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Convenio autonómico	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,17 min	No	No	-
Colas coches	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-

Colas persecución	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Crisis y PYMES	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas hipotecas	No	Sí	-	-	No	No	27 s.	No	No	-
Total BBVA	No	-	Sin	-	No	No	22 s	No	No	-
Carnaval Cádiz	No	Sí	-	Off	No	No	1,40 min	No	No	-
Colas misa disfrazados	No	Sí	-	-	No	No	36 s.	No	No	-
Óscar de Hollywood	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,32 min	No	No	-
Colas Moda Cibeles	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Hoteles Sevilla	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas El Pipa	No	Sí	-	-	No	No	20 s.	No	No	-
Tiroteo Almuñécar	No	Sí	-	-	-	-	50 s	-	-	-
Parón profesores	No	Sí	-	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Colas subcontratas	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	Sí	-
Huelga blanca	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Trasplante órganos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
Río Guadalfeo	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	Entradilla
Colas Metro	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas limpieza	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas S. Santa	No	Sí	-	-	No	No	25 s.	No	No	-
Colas cierre fotografía										

Consideraciones.

AD presenta los temas a tratar de dos formas diferentes, reiterándose desde el principio. Por un lado, ofrece unas colas de inicio con la noticia del día, después, batería de titulares y para finalizar, antes de lanzar la pieza correspondiente, una entrada de los redactores para ofrecer el tema. El ‘cebo’ para el espectador ha sido colocado con éxito. Con los pasos de veinte segundos de los titulares y el ‘cebo’ de más de un minuto, la información que se ofrece en la pieza en la mayoría de los casos ya está dicha: tan sólo se amplía con información que aportan vecinos, amigos o familiares de los personajes, una información alejada del rigor periodístico.

AD presenta hoy la siguiente estructura:

- Colas de inicio.
- Batería de titulares.
- Noticia del día. En este caso es el Caso Marta del Castillo.
- Cebos. Entradillas de los redactores que resumen el tema que tratarán con posterioridad.
- Piezas.
- Publicidad.
- Batería de titulares.
- Cebos.
- Pieza.
- Cierre.

Como puede observarse, el Caso Marta del Castillo ha desvirtuado la estructura del programa en días anteriores. Dos días después de la desaparición de la joven sevillana el desarrollo del programa cambia por completo, no sólo por el tratamiento de la información sino porque AD olvida las baterías de titulares y los ‘cebos’. Todo es Marta durante una semana, hoy podría considerarse que AD vuelve a la normalidad.

CSN abre informativo con un tema que ni si quiera nombra AD: la dimisión del ministro de justicia, Mariano Fernández Bermejo, por la caza sin licencia de animales en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Marta de Castillo ocupa el segundo puesto de interés para el jefe de contenidos del informativo. Esta es una clara diferencia entre AD y CSN, la selección de los temas. En AD no cabe la política.

El caso de la mujer asesinada en una localidad andaluza ocupa más de cuatro minutos en AD mientras que en CSN tan sólo los veinticinco segundos de unas colas. Lo mismo sucede con el tráfico de coches de lujo. Sin embargo CSN abre la sección de cultura con el reparto de los Óscar de Hollywood y Penélope Cruz y la presentadora asegura que “sin duda es

la noticia del día”; resulta curioso, además, cómo el redactor que cubre la noticia acude a la profesora de educación primaria de Penélope Cruz como fuente que confirme el carisma de la actriz española.

El tiroteo en la localidad granadina de Almuñécar es tratado por ambos programas con las mismas condiciones. Es una noticia de última hora, no hay imágenes ni declaraciones. AD avanza la información a través de un redactor granadino y CSN lo hace mediante la voz de la presentadora en plató.

24 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	6,24 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	No	Entradilla
Colas Marta	No	Sí	-	-	No	No	50 s.	Sí	-	-
Total Padre de Marta	No	-	Sin	Ambiente	No	No	40 s.	No	No	-
Enfermo perdido	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	50 s.	No	No	Entradilla
Juicio asesinato	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	1,13 min	No	No	Entradilla
Desalojo incendio	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	Entradilla
Colas Bisbal	No	Sí	-	-	No	No	50 s.	Sí	No	-
David Bisbal	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,25 min	Sí	Sí	Entradilla
Casas con grietas	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,13 min	Sí	Sí	Entradilla
Agredido perdigones	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	Entradilla
Rellano perturbado	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,14 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,34 min	Sí	Sí	Entradilla
Padre Marta y Zapatero	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,46 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con y Sin	Ambiente	Sí	Sí	3,47 min	Sí	Sí	Entradilla

Enfermo desaparecido	No	Sí	Sin	Off Ambiente	Sí	Sí	3,48 min	Sí	Sí	Entradilla
Encuentro de baile	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	6,30 min	No	Sí	Entradilla
Tortas Inés Rosales	Sí	Sí	Con	Ambiente	No	No	3,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Familia de pastores	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,15 min	Sí	Sí	-
Robo pollo asado	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	5,13 min	Sí	Sí	Entradilla
Desalojo incendio	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,47 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Ambiente	Sí	Sí	4,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Juicio atropello	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3 min	Sí	Sí	-
Tortas Inés Rosales	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3, 50 min	Sí	Sí	-
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5 min	Sí	Sí	-
Cierre Baile										

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	No	No	1, 21 min	Sí	No	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	27 s.	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,31 min	Sí	No	-
Juicio asesinato	No	Sí	-	Off Ambiente	No	No	1,09 min	Sí	No	-
Atasco A-49	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,40 min	No	No	Medianilla
Colas incendio	No	Sí	-	-	No	No	36 s.	No	No	-
Colas Gibraltar	No	Sí	-	-	No	No	38 s.	No	No	-
Parón colegios	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	-
Directiva andaluz	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,31 min	No	No	-
Colas Crisis	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-

Crisis Rabat	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	Medianilla
Colas inmigrantes	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Construcción carreteras	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas economía	No	Sí	-	-	No	No	36 s.	No	No	-
PYMES plan Jeremy	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,22 min	No	No	-
Colas ETA	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	Sí	No	-
Crisis Garzón	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,28 min	No	No	-
Toma Caamaño	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Confesión Grapo	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas Mairena	No	Sí	-	-	No	No	39 s.	No	No	-
Plan Guadalquivir	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	No	No	-
Día de Andalucía	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	50 s.	No	No	-
Colas secundaria	No	Sí	-	-	No	No	37 s.	No	No	-
Limpieza Catedral	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	No	No	Entradilla
Radio Andalucía	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Caída muro de Berlín	No	Sí	-	Off	No	No	1,40 min	No	No	-
Colas Princ. Victoria	No	Sí	-	-	No	No	42 s.	No	No	-
Colas Amenábar	No	Sí	-	-	No	No	36 s.	No	No	-
Obras Metro	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Sector construcción	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,29 min	No	No	-
Turismo andaluz	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,12 min	No	No	-
Colas parón colegios	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-

Consideraciones.

Como costumbre, Marta abre el programa AD. La primera noticia es que no hay novedades en el caso de la joven asesinada. La redactora entra en directo y se emiten unas imágenes grabadas. La profesional emplea el método pregunta-respuesta en un monólogo de más de seis minutos: ella se formula las preguntas, ella las responde. No dice nada nuevo, la información se repite desde hace semanas. Para finalizar, la primera intervención se lanza un total que viene de transición. Respecto al inicio de CSN, es bastante parecido al de AD: comienza con Marta del Castillo, con la audiencia celebrada por el Presidente del Gobierno para atender al padre de la joven. CSN trata en segundo lugar el juicio celebrado para acusar a un hombre de asesinar a su mujer e intentar lo mismo con su hijo. AD sigue este mismo orden.

El total del padre de Marta del Castillo ofrecido por AD es típico de informativo: plano medio fijo, cámara estática y sin la presencia del redactor. Ese mismo total se emite en el informativo de CSN pero, como en otras ocasiones, adaptado al tiempo máximo permitido por este género. Las imágenes coinciden, incluso en el orden, en ambos programas.

AD emplea pautas de estilo propias de un informativo. Las piezas dan lugar a total o colas de transición y al revés. Hasta hoy AD, en las pocas ocasiones que empleaban el recurso de las colas, lo hacía de forma independiente a otros temas o con noticias de última hora. Todas las entradillas del programa son en directo; pero, sólo la entradilla, la información es un video editado y cerrado.

Respecto a la noticia del juicio de asesinato mencionado con anterioridad, una curiosidad: las imágenes son las mismas para ambas emisiones. Y ambos también tratan el tema de la misma forma. CSN sorprende haciendo uso del ambiente, como lo ha hecho también AD, para hacer llegar al espectador cómo los hijos del acusado le increpan y le agreden. AD emplea planos típicos de informativo, cortos, fijos y sin empleo de zoom. CSN también hace uso del ambiente en la pieza de la toma de posesión del cargo de ministro de Caamaño, donde se oye cómo jura el cargo.

25 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	4,58 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	No	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	No	Entradilla
Envenena cuñada	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1,10 min	Sí	No	Entradilla
Accidente coche	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1,48 min	Sí	No	Entradilla
Mujer necesitada	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,59 min	Sí	Sí	Entradilla
Observatorio casero	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,20 min	Sí	Sí	Entradilla
Pintora con el pie	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,51 min	Sí	Sí	Entradilla
Pintor con la boca	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,28 min	Sí	Sí	Entradilla
Campeón de volteretas	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	1,53 min	Sí	Sí	Entradilla
San Pancracio	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	Sí	Entradilla
Alerta Estrecho	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1,50 min	Sí	Sí	Entradilla
San Pancracio	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4 min	Sí	Sí	Entradilla
Envenena cuñada	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	No	No	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5,33 min	Sí	Sí	Entradilla Medianilla
Marta desaparecida	No	Sí	X	Ambiente	Sí	Sí	X	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	6,59 min	No	No	Entradilla
Juicio asesinato	No	Sí	Sin	Off Ambiente	Sí	Sí	3,45 min	Sí	Sí	-
Accidente coche	No	Sí	Sin	Off Ambiente	Sí	Sí	3,53 min	Sí	Sí	Medianilla
Campeón de volteretas	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,16 min	Sí	Sí	Entradilla
ITV para motos	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	6 min	Sí	Sí	-
Florarium Sierra Nevada	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,13 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,04 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	5,21 min	Sí	Sí	-
Perdidos en España	No	Sí	Sin	Off Ambiente	Sí	Sí	3,15 min	Sí	Sí	-
Carnavales Cádiz	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,32 min	Sí	Sí	-
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Cierre flamenco	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	-	Sí	Sí	-

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Colas Garzón	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	Sí	No	-
Colas TSJ	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Totales jueces	No	-	Sin	Ambiente	No	No	20 s.	No	No	-
Totales políticos	No	-	Sin	Ambiente	No	No	36 s.	No	No	-
Colas ETA	No	Sí	-	-	No	No	39 s.	Sí	No	-
Colas ETA	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	No	No	-
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	Sí	No	-
Casas cuevas	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	Sí	No	-
Colas tiempo	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	Sí	No	-
Accidente avión	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	Sí	Sí	-
Colas tiempo	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	Sí	No	-
Sextrillizos andaluces	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,34 min	No	No	-

Consideraciones.

AD ofrece a sus redactores en directo un paso a video que, con posterioridad, da lugar a la pieza. Como siempre, las entradas de AD son en directo y las piezas videos grabados y cerrados. Así que, de directo, poco. Es curioso cómo la entrada del coche accidentado no responde al “DÓNDE”, típico de las seis W de Lasswell.

“¿Crees que tu vida ha sido feliz?”, pregunta la redactora a una mujer necesitada. El plano que lleva la mujer hasta el sofá del espectador es medio corto, creando proximidad. La mujer llora con desconsuelo y niega ser feliz. Podría parecer lógico, una obviedad, que si la mujer tiene noventa años, vende lotería para poder mantener a un hijo enfermo mental que le maltrata y además padece unos dolores de espalda crónicos que no puede tratar por falta de recursos económicos, feliz no debe ser. La propia historia y las

imágenes de la mujer que anda con dificultad son suficientes para transmitir pena, no es necesario causar más sensación. La misma redactora se pasea por la pedida a San Pancraccio entre las lágrimas de las fieles que suplican salud, trabajo... Más sensacionalismo para el programa de media tarde: el juicio sobre el hombre que asesinó a su esposa y que intentó liquidar a sus dos hijos es tratado por segundo día consecutivo con las mismas imágenes. Para poder ampliar datos el redactor realiza una serie de totales a los vecinos y amigos de la familia del pueblo; la pregunta salta a los oídos: *¿el afectado lleva una vida normal o no ha conseguido olvidar que su propio padre le intentó asesinar, después de matar a su madre?*

Un problema técnico en AD impide que se emita una pieza sobre la búsqueda de Marta del Castillo. La presentadora, a pesar de dar pie al video simulando una conversación, no tiene inconveniente en aclarar que hay un problema y que “más adelante le ofreceremos el reportaje que ha llevado a cabo esta mañana” la compañera.

CSN trata el tema del derrumbe de las casas cueva varios días después que AD. Lo hace en sólo un minuto de tiempo y, por supuesto, con las mismas imágenes que en su día empleó el programa de entretenimiento.

Merece atención el tratamiento de la previsión meteorológica. AD lleva a cabo la conocida “Ronda meteorológica”, un conjunto de imágenes en forma de colas con una breve entradilla del redactor que comenta cuál ha sido la situación durante el día, cuál es la situación actual y qué previsión se espera. Dura siete minutos, alrededor de treinta y cinco segundos por cada comunidad andaluza. Las colas se componen de imágenes fijas, sin paneos y en pocas ocasiones se juega con el zoom. De forma contraria, CSN muestra un mapa físico realizado mediante infografía y una voz en off, distinta a los presentadores que informan sobre la previsión en 40 segundos. No hay colas ni cualquier otro tipo de imágenes, sólo se muestra el mapa con el icono representativo del evento climatológico que se espere.

26 de febrero.

Piezas AD	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ Titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Sin	Ambiente	Sí	Sí	45 s.	Sí	Sí	Entradilla
23 años desaparecido	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,26 min	Sí	Sí	-
1 año desaparecida	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	No	Entradilla
Protesta impagos	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	No	Entradilla
Narcos detenidos	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1,10 min	Sí	No	Entradilla
Accidente coche	No	Sí	-	Ambiente	Sí	No	1,27 min	Sí	Sí	Entradilla
Alerta Estrecho	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1,15 min	Sí	No	Entradilla
Casa Churrana	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,42 min	Sí	Sí	-
Inauguración puente	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,15 min	Sí	Sí	-
Calle cortada	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	5020	Sí	Sí	-
Alerta estrecho	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2 min	Sí	Sí	Entradilla
Accidente laboral	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	3,50 min	Sí	Sí	Entradilla
Marta desaparecida	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	8,10 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	1 min	Sí	Sí	-
Accidente laboral	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1 min	No	Sí	Entradilla
Caso Zurera	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	2,02 min	Sí	Sí	Entradilla
Ronda meteorológica	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	7,10 min	Sí	Sí	Entradilla
Protesta impago	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,10 min	Sí	Sí	Entradilla
Accidente coche	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,57 min	Sí	Sí	Entradilla
Caballo más viejo	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,12 min	Sí	Sí	Entradilla
Joven de ochenta años	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,01 min	Sí	Sí	-
Marta desaparecida	Sí	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	3,42 min	Sí	Sí	Entradilla
Aguja de oro	No	Sí	-	Ambiente	Sí	Sí	2,40 min	Sí	Sí	Entradilla
Carnaval de Cádiz	No	Sí	Con	Off Ambiente	Sí	Sí	4,12 min	Sí	Sí	-
Carnaval de Cádiz	No	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	3,34 min	Sí	Sí	Entradilla
Cocina	Sí	Sí	Con	Ambiente	Sí	Sí	4,18 min	Sí	Sí	Entradilla

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Pancos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Colas accidente	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	Sí	No	-
Narcos detenidos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	Sí	No	-
Colas asesinato	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	No	No	-
Colas homicidio	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Total violencia	No	-	Sin	Ambiente	No	No	20 s.	No	No	-
Trama Correa	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,24 min	Sí	No	Medianilla
Totales politicos	No	-	Sin	Ambiente	No	No	42 s.	No	No	-
Colas Pacheco	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	Sí	No	-
Quejas CGPJ	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,29 min	No	No	-
Colas deudas	No	Sí	-	-	No	No	38 s.	No	No	-
Colas marineros	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	No	No	-
Colas impagos	No	Sí	-	-	No	No	50 s.	Sí	No	-
Protesta impagos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,12 min	Sí	Sí	-
Inauguración puente	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,21 min	Sí	No	-
Colas G. Motores	No	Sí	-	-	No	No	41 s.	No	No	-
Colas parlamento	No	Sí	-	-	No	No	32 s.	No	No	-
Colas parlamento	No	Sí	-	-	No	No	26 s.	No	No	-
Colas CCOO	No	Sí	-	-	No	No	39 s.	No	No	-
Españoles morosos	No	Sí	-	Off	No	No	1,10 min	No	No	-
Colas Marta desaparecida	No	Sí	-	-	No	No	28 s.	Sí	No	-
Cáncer transformador	No	Sí	Sin	Off	No	No	1 min	Sí	No	-
Colas antibolonia	No	Sí	-	-	No	No	24 s.	Sí	No	-
Colas Princesa	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Genoma humano	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,25 min	No	No	-
Programa SIDA	No	Sí	Con	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Cámara oculta	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,05 min	No	No	-
Colas pasarela	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Protesta impagos	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,23 min	No	No	-
Colas obras metro	No	Sí	-	-	No	No	33 s.	Sí	No	-
Total circunvalación	No	-	Sin	Ambiente	No	No	17 s.	No	No	-
Prostitución poligono	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,27 min	No	No	-
Estado FTUR	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas vivienda	No	Sí	-	-	No	No	40 s.	Sí	No	-
Colas inversión	No	Sí	-	-	No	No	42 s.	Sí	No	-
Colas Palacio deportes	No	Sí	-	-	No	No	30 s.	Sí	No	-

Consideraciones.

Como siempre, AD abre con colas de inicio, entradillas en directo de los redactores con imágenes en diferido a modo de avance y tratamiento de la información mediante videos cerrados. En definitiva, reiteración de la información. Aunque, a pesar de la reiteración existe un dato curioso sobre el coche accidentado que, después de volar ocho metros, cayó sobre la terraza de una casa: es el segundo día que AD trata esa información y, con la mitad del programa avanzado, todavía no ha señalado dónde han tenido lugar los hechos.

Un redactor de AD da entrada en directo a una pieza y al finalizar afirma “*ahora lo vais a ver en el video*”. No sólo indica que la situación no es en directo sino que además pierde la educación y la distancia necesarias en un profesional de la información respecto al espectador. El mismo redactor en una entradilla sobre el carnaval de Cádiz, muestra su sorpresa con la expresión “*oju*”.

CSN juega con el ambiente en su primera pieza. Trata sobre la operación llevada a cabo por la Policía Nacional contra el narcotráfico. El ambiente da sonido a la apertura de un paquete de cocaína y a un comentario de un policía al llenarse de este polvo blanco al pegar un tirón del plástico que envolvía la droga.

Se tratan, en común, los temas sobre la protesta de los albañiles por el impago de la promotora, el caso del narcotráfico, el juicio por asesinato, la inauguración del puente entre Huelva y Portugal y Marta del Castillo. Mismas imágenes, distinto tiempo y voz en off.

Piezas CSN	Directo	Oraciones subordinadas	Totales con/sin movimiento	Off/ ambiente	Movimientos de cámara	Paneos seguidos	Tiempo de duración	Sumarios/ titulares	Implicación Redactor	Entradilla Medianilla Salidilla
Corrupción urbanística	Sí	Sí	-	Ambiente	No	No	53 s.	Sí	No	Entradilla
Corrupción urbanística	No	Sí	Sin	Off	Sí	No	1,20 min	Sí	No	-
Totales corrupción	No	-	Sin	Ambiente	No	No	1,30	No	No	-
Espionaje PP Colas	No	Sí	-	-	No	No	30 s	No	No	-
Asesinada por marido	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,32 min	No	No	-
Colas asesinato	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Colas violencia	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Violencia doméstica	No	Sí	-	Off	No	No	1 min	No	No	-
Colas Marta	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Colas banda	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Colas droga	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Bajada de precios	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,23 min	No	No	-
Colas PyMe	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Colas INEM	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Crisis económica	No	Sí	Sin	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Elecciones vascas	No	Sí	Con	Off	No	No	1 min	No	No	Entradilla
Elecciones gallegas	No	Sí	Con	Off	No	No	1 min	No	No	Entradilla
Inmigrantes fallecidos	No	Sí	Con	Off	No	No	1,34 min	No	No	Medianilla
Día de Andalucía	No	Sí	Con	Off	No	No	1,45 min	No	No	-
Nace Canal Sur	No	Sí	-	Ambiente	No	No	1,40 min	No	No	-
Colas moda Armani	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-
Ansiedad	No	Sí	Con	Off	No	No	1,30 min	No	No	-
Colas cultura	No	Sí	-	-	No	No	-	No	No	-

Consideraciones.

Hoy se sienta otra característica propia de AD. El programa comienza con las típicas colas de inicio, a continuación los redactores hacen una breve entrada en directo que dan paso a las ya conocidas colas del redactor y, con posterioridad, se emite la pieza correspondiente a la noticia anunciada. La repetición de los temas está servida, se va de menos a más cantidad de información sobre un mismo asunto.

La pieza de la sentada en el ayuntamiento de AD cuenta la historia de un hombre que protesta en el edificio institucional de su pueblo para reivindicar el cierre de la vaquería que instalaron hace 17 años en frente de su casa y que le provoca olores nauseabundos. Resulta muy interesante esta pieza porque muestra otro truco para simular el falso directo. Las imágenes que abren el VTR enseñan la casa del afectado, unas imágenes en tinieblas, oscuras y con sombras; al salir al exterior la imagen se satura, quemándose, por la cantidad de luz. Al montar la pieza, con el fin de simular el falso directo, (en un directo no se puede regular el balance de blancos, es imposible dejar de grabar) no se edita el bruto para así ofrecer al espectador la sensación de continuidad propia de un espectáculo en vivo.

Otra muestra del falso directo de AD se refleja en una de las piezas sobre la desaparición de Marta del Castillo. La redactora, durante la realización de los totales a los familiares de la joven, apela al presentador del programa en varias ocasiones como si fuera en vivo. Lógicamente, el presentador no puede responder, y no lo hace.

CSN trata de forma diferente el caso de la mujer asesinada por su marido en la localidad granadina de Lanjarón. El informativo es más objetivo en contra de los contenidos de AD. El programa de entretenimiento acude más a lo social; realiza varios totales a los vecinos del pueblo sobre el carácter y la vida de la fallecida mientras que CSN informa a partir de los testimonios de los responsables del Instituto Andaluz de la mujer, concejal de igualdad de la localidad..., etc.

Las imágenes sobre Marta del Castillo, la bajada de los precios, el caso de corrupción en la localidad malagueña de Alcaucín son las mismas para AD y CSN, siempre con planos más característicos de informativo que de programas de entretenimiento.

El informativo de Canal Sur también simula un falso directo en las elecciones vascas y gallegas. La presentadora da paso a los redactores como si la información fuera en directo, pero delata la luz del día.

- **Sobre sumarios y titulares.**

Todas las informaciones de AD aparecen rotuladas. Estos, podríamos decir, titulares, hacen un resumen sobre el contenido del tema. La mayoría son oraciones extensas, con comas, comillas y otros caracteres ortográficos. Incluyen declaraciones de los personajes, palabras impactantes, autopromoción (entiéndase como autopromoción aquello que se anuncia que tendrá lugar dentro del propio programa) y juicios de valor. Los rótulos también se olvidan de la distancia que el profesional debe guardar al referirse al espectador, dicho de otra manera, en la mayoría de los titulares olvidan hacer uso del término “usted”, apelando al receptor en segunda persona. Otra característica es la falta de puntos para separar oraciones consecutivas, algo que a veces genera confusión en la lectura e interpretación de la oración: en lugar del punto se emplean mayúsculas o minúsculas. Se lanzan preguntas retóricas con signos de interrogación, Estos son algunos ejemplos (transcritos de forma literal):

- ¿Se quedarán sin playa? En Matalascañas.
- Después de cocinar, recoge. Cocinero de alquiler en casa.
- Los daños del tornado superan ya los trece millones de euros.
- “No doy a mi hija por muerta pero hay que tener los pies en el suelo”.
- Dolor en el entierro de Mari Ángeles. Buscando al asesino fue apuñalada en su casa.

- Un jefe convertido en héroe. Evitó un atraco y persiguió a los ladrones.
- Andalucía directo también los domingos. De 18 a 21 horas.
- ¿Te haces pasar por tu hermana? Detenida por suplantar a su gemela.
- “Acabo de matar a mi mujer” El presunto asesino llamó al 112.
- ¿Están seguros en el colegio? Desprendimientos y grietas.
- El coche es de una mujer desaparecida aparece carbonizada dentro de un coche.
- ¿Somos buenos padres?
- “Mi hermano me dió la vida”. Le donó un riñón hace 30 años. (Dio con acento, sí.)
- Por no tener pene. Aitor es transexual y quiere ser militar.
- Disfrutar de la nieve son aglomeraciones. Autobuses gratuitos para subir a Sierra Nevada.
- Carnavaleros del futuro.
- Da de comer a su hijo por la ventana. Él sufre esquizofrenia y su madre tiene miedo.

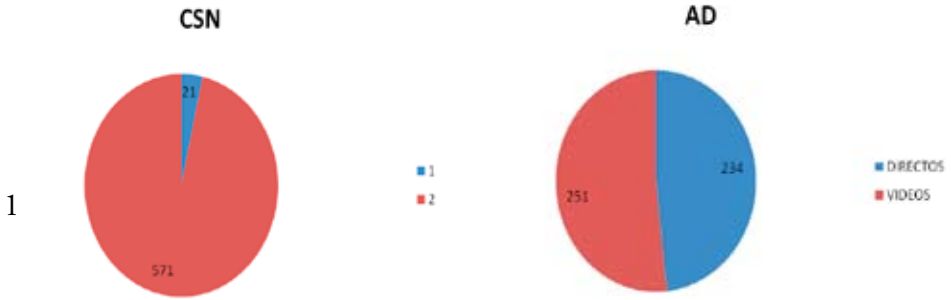
CSN emplea rótulos en las colas de inicio y en la batería de titulares de apertura del informativo (también como indicativo de nombre y cargo del personaje que aparezca en la imagen como fuente de información en un total, redactor y operador de cámara). Como norma general, los rótulos se escriben en una sola oración y con pocas palabras, más próximos a un titular informativo que a un recurso de impacto. Estos son algunos ejemplos (transcritos de forma literal):

- Qué pasó el sábado 24 de enero.
- El juez Garzón dirige la operación.
- Un error en el programa de películas de emule.
- Los padres de Marta hablan.

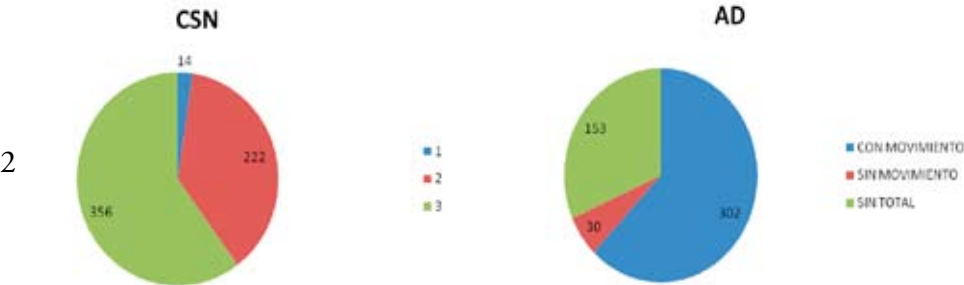
- Nueva reconstrucción de los hechos.
- Perros de agua en la búsqueda.
- Prisión provisional para el cuarto detenido.
- Más de veinte kilómetros de retención.
- Los padres, desconcertados.
- Caamaño promete diálogo.
- Trece detenidos en Alcaucín.
- Concentrados contra la violencia.
- La otra cara de la inmigración.
- Muerte violenta en Huelva.
- Bajan los precios y las hipotecas.
- Cierre de campaña.
 - **Balance. Valoración cuantitativa de los resultados obtenidos en el análisis:**

		ANDALUCÍA DIRECTO	CANAL SUR NOTICIAS
	TIPO DE EMISIÓN		
1	DIRECTOS	234	21
	VIDEOS	251	571
	TOTALES		
2	CON MOVIMIENTO	302	14
	SIN MOVIMIENTO	30	222
	SIN TOTAL	153	356
	REDACTOR		
3	CON ENTRADILLA	255	45
	SIN ENTRADILLA	230	547
	VOZ		
4	OFF	106	239
	AMBIENTE	372	36
	COLAS/TOTALES	9	317
	Nº TOTAL DE PIEZAS	485	592

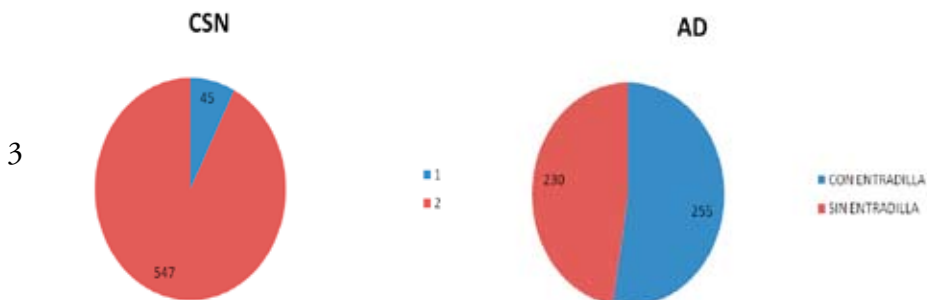
- Gráficos representativos:



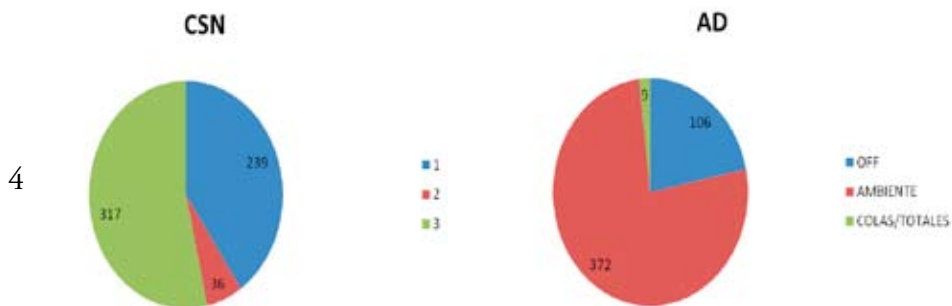
Resulta llamativo que en un programa que recibe el nombre de Andalucía Directo casi la mitad de la información se emita en diferido. Algo muy alejado del 3,6% de las intervenciones en vivo que ofrece CSN.



Los totales no pueden compararse. AD emplea declaraciones cuyo ambiente sustituye por completo al off del redactor. El movimiento es la clave que permite usar este recurso estilístico ya que sin él, sin el movimiento, la pieza quedaría estática, sin ritmo. Los totales de CSN, mucho más reducidos en tiempo, no precisan movimiento con el fin de amenizar, precisamente por eso, por breves (esto sin considerar la estética propia de informativo que evita el movimiento y fija la imagen).



En estos gráficos se considera en cuántas ocasiones aparece al menos uno de estos elementos: entrada, medianilla o salida. AD ofrece la entrada al principio del programa como ‘cebo’ para captar la atención del espectador, a modo de avance: sólo un 52,57% de las informaciones lleva una entrada pegada a la información, el resto o no lleva o se ofrece separada en el tiempo. En el informativo es raro que aparezca la figura del redactor (no sólo en la entrada, medianilla o salida) en los totales: sólo en un 7,6% de los casos analizados (y siempre coincidiendo con material prestado por AD).



Otra diferencia clara entre CSN y AD es el empleo del off. AD, cuando lo usa, lo mezcla con el ambiente para marcar un elemento nuevo dentro de la pieza, pero suele omitirse. CSN, por su parte, hace un uso ‘indebido’ del ambiente en determinadas ocasiones como por ejemplo una manifestación, la Pasarela Cibeles, reivindicaciones sociales, altercados contra acusados por algún delito de sangre... etc. También sucede lo contrario: AD emplea el off (además de con el fin ya mencionado) para dar solemnidad, transmitir seriedad o austeridad.

CAPÍTULO 5
CONCLUSIONES

Es necesario, antes de todo, replantear la valoración de Andalucía Directo (AD) como programa informativo. Como bien se explicó y concluyó en el marco teórico, AD se califica a sí mismo como magacín informativo, un calificativo de dudoso merecimiento a la luz de un análisis esclarecedor. Como primer rasgo característico, la mayoría de las piezas sitúan al redactor como principal protagonista de la noticia: el hecho no es que haya sucedido una circunstancia concreta en un lugar, sino que AD está en ese lugar, con su reportero de calle al filo de la noticia, micrófono en mano, como si de un trofeo se tratara. Como norma general, el redactor realiza entrevistas a los afectados y éstas son emitidas en la pieza tal y como han tenido lugar; es decir, si el redactor pronuncia una palabra mal sonante en mitad de los escombros provocados por un tornado, el vulgarismo quedará entre cortado, por obra del editor, para salvar un producto bruto grabado secuencialmente.

El sensacionalismo anega los contenidos de AD. Las lágrimas, el dolor y las situaciones dramáticas cobran gran interés. Parte de esta, podríamos decir, necesidad de mostrar, queda expuesta en la elección de las fuentes. Las fuentes expertas, consideradas desde antaño como ‘fuente’ por excelencia, pasan a un segundo plano: como fuente especializada, información de primera mano de máxima relevancia, los reporteros de AD buscan a un vecino conmocionado, un amigo de la víctima o un ‘abuelo de parque’. Estas fuentes podrían ser apropiadas para según qué cosas, para un programa considerado informativo, como mínimo, suponen un bien escaso. Otra consideración importante en las entrevistas de los personajes son los totales: otro engaño del falso directo consiste en tomar las declaraciones con movimiento, obviando la expresión del personaje y dando más importancia a lo inmaterial que a lo humano. A no ser que el entrevistado lllore, claro.

Respecto al lenguaje empleado por los redactores, puede afirmarse que no es el más culto del mundo periodístico. Roza, quizás, lo vulgar. Los

periodistas, en muchas ocasiones se colocan al mismo nivel que el personaje: no hay que confundir la educación con la profesionalidad. Un profesional de la comunicación debe ser capaz de, sin perder la compostura ni el rigor, entenderse con una persona, siendo extremista, de nivel cultural nulo. Manteniendo la educación, cada personaje (involucrado de cualquier modo), desarrolla un papel específico. Sin ir más lejos, el suyo propio. Sin que los roles individuales queden desviados. En más de una ocasión, el periodista de AD realiza una entradilla con una entonación determinada, con una pronunciación correcta y un acento plano: en mitad de la pieza el mismo profesional tiene un, también correcto pero distinto del inicial, acento andaluz, hace uso de localismos y emplea un tono guasón a la vez que trata al personaje con la segunda persona del singular, tuteándole. Pero ya no es sólo la distorsión del lugar que debe ocupar el redactor en la noticia, sino también la elección de las palabras, de los contenidos... de dudosa exquisitez, como referirse al miembro viril como "*trozo de carne entre las piernas*" o preguntar a un experto la relevancia de encontrar o no un dedo, las vísceras o un pulmón de la niña sevillana desaparecida, Marta del Castillo. Es preciso recordar que AD se emite de lunes a viernes de seis a ocho de la tarde y los domingo de cinco a ocho, con las miradas atónitas de los niños, jóvenes y adultos frente al plasma del televisor.

En el género informativo el off de la noticia debe marcar un discurso plano. Es el estilo del periodista, mediante la redacción de un texto adecuado, lo que capta la esencia del hecho convirtiéndolo en algo de más o menos interés u originalidad. En AD apenas hay off: las piezas lo llevan, sí, pero con una finalidad concreta como es establecer las diferentes secuencias de la historia (y no es más de una oración, bastante breve, seguida). Esto no es más que un truco para engañar al espectador haciéndole creer que lo que está viendo es en directo. Como puede observarse en las gráficas elaboradas en el análisis que representan los datos de forma cuantitativa, menos de

la mitad de las piezas son en directo y menos de un tercio hacen empleo de un off 'correcto' (correcto, siempre tomando como referencia el género informativo, por supuesto). Es inevitable para el profesional ser objetivo al cien por cien, y lo es, precisamente, por la condición de ser humano, por la necesidad de sentir y vivir emociones determinadas en momentos concretos. Pero también es la condición del profesional saber comportarse, saber transmitir sin emitir juicios de valor mediante el uso de la voz.

La calidad de las imágenes puede dar mucha conversación. Con la misma idea de generar sensación de falso directo con el ambiente, el operador de cámara no regula la cantidad de luz según el ambiente en el que se encuentre. Que una imagen quede quemada es considerado como un síntoma de directo. Por lo tanto, no prima la calidad de la imagen, sino el 'estar ahí', y cuanto antes mejor. Si el operador, que se encuentra en un interior, tiene que salir al aire libre y hace un día de sol radiante, la imagen tardará unos segundos en aclimatarse sin alcanzar la máxima calidad posible.

Uno de los méritos de un equipo de profesionales de la información es contar un hecho, con una gran cantidad de datos y una especial relevancia en poco tiempo. Un minuto y medio, un minuto y cuarenta segundos, como mucho, bastan para contar un 'bombazo'. En ese tiempo, la pieza cubre la noticia y responde a las seis W, con unas fuentes más que apropiadas. AD reportajea sus informaciones, eso quiere decir que una pieza normal, al menos, durará el doble que una propia de informativo. Un tiempo excesivo en el que se repiten los hechos hasta la saciedad. Sirva como ejemplo el caso de Marta del Castillo: todos los días, más de media hora del programa, esto es más o de un cuarto de la duración total del programa, trataban la búsqueda del cadáver de la joven sevillana. La mayoría de las ocasiones, el contenido era el mismo, repetido con otras palabras: fondo del río Guadalquivir con partículas en suspensión que impide una visibilidad apropiada a los buzos, sigue el secreto de sumario, vecinos conmovidos por los hechos

rezan en la puerta de la casa de la joven, familia destrozada, padre enfadado con la justicia, declaraciones de los compañeros de colegio de la joven “Marta vuelve”, “Todos somos Marta”, “Justicia para Marta”... etc. ¿Qué fue del decálogo que dicta qué se considera noticia...? Importancia, interés, celebridad, proximidad... Sólo responde a una premisa: negatividad. Recordemos las palabras de Javier Mayoral, “*es noticia lo que representa drama, tragedia, dolor*”.

En cuanto a los directos, AD y CSN comparten el estilo. AD da paso a una entradilla en directo del redactor que da paso a un VTR; esto quiere decir que sí tiene conexiones en directo pero que el tema en sí no es tratado ‘en vivo’, la mayoría de las veces. CSN realiza veintiún directos de quinientas setenta y una informaciones emitidas y, en estas ocasiones, reproduce la pauta del programa de tarde: entradilla en directo y dentro pieza.

CSN recurre como complemento a la información, en la medida de lo posible, a fuentes institucionales, políticas, expertos en materias concretas, afectados directos y, en raras ocasiones a otro tipo de fuentes menos especializadas. Las declaraciones de los implicados corresponden al típico total informativo, de no más de veinte segundos, estático y sin movimientos de cámara. El off tiene un discurso plano, carente de interpretación, de manera que crea un mensaje enunciativo. Sólo en treinta y seis ocasiones hace uso del ambiente: casi todas, circunstancias en las que el pueblo tiene algo que decir, como increpar a un asesino o una manifestación; en ningún caso, este recurso puede compararse con el empleo abusivo del ambiente de AD, en CSN es sólo eso, un recurso estilístico, más que una huella de estilo. En referencia a las imágenes de CSN, son propias de un informativo; entre otras cosas, prima la calidad de la imagen ante su propio contenido.

Ambos programas guardan similitudes en la estructura. AD sigue una pauta de ordenación de contenidos parecida a la de un informativo: colas de inicio, batería de titulares, desarrollo de las noticias de más a menos relevan-

cia, cultura al final... etc. Sin embargo, los criterios de selección de noticias son diferentes, no sólo por los tiempos de duración que ya quedan alejados unos de otros, sino por la decisión de tratar un mismo tema con unas colas, con una pieza o reiterándolo a lo largo del programa. Y, en muchas ocasiones, lo que CSN considera noticia, como por ejemplo la dimisión de Bermejo, ni si quiera es reflejado por AD. Habría que plantearse también qué coincidencias y qué antagonismos entre ambos programas hubieran tenido lugar en el caso de no desaparecer Marta del Castillo. AD socializa las noticias, incluso las vulgariza; CSN aporta el dato concreto.

En definitiva, después del análisis, la respuesta a la pregunta formulada al principio es negativa. En base al estudio realizado, en mi opinión Andalucía Directo no es un programa informativo, es un magacín de entretenimiento que bebe del sensacionalismo y de la pérdida de rigor profesional propio de un experto de la comunicación y que responde a unos criterios de producción propios del periodismo de vanguardia. Cierto es que informa, sí, pero todo es información, incluso la publicidad del supermercado que encontramos cada mañana en el buzón, pero nadie la considera como tal. De hecho, para más precisión, el diccionario de la Real Academia Española define información como un conjunto de datos sobre una materia determinada, no responde a esta definición, acaso, mensajes tan simples como “Salida por la puerta trasera”, “no fumar” o una señal de circulación de sentido prohibido.

Sea como sea, el informativo de Canal Sur Televisión (emisión que sin duda merece un estudio aparte, que concretará una patología audiovisual sin duda) no se ve influenciado por el programa Andalucía Directo; si bien al ser de la misma cadena, CSN sí hace uso, en alguna ocasión, de las imágenes de AD, incluso de sus piezas completas, pero siempre adaptándolas a los requisitos del género informativo. Por tanto, Andalucía Directo y Canal Sur son dos programas independientes y bien diferenciados pero, debido al

intercambio de material por causas mayores (como falta de tiempo, de personal, ahorro económico...) se contaminan el uno al otro. Y es en esa contaminación donde puede considerarse que el programa de entretenimiento sí influye en el género informativo. Si bien, los datos numéricos aportados en el análisis cuantitativo no son suficientemente relevantes como para afirmar, de forma abierta, el intrusismo de un estilo libre, como es el de AD, en un género estricto, como es el de CSN.

ANEXO.

ESCALETA Y LOCUCIÓN DE LA PIEZA INFORMATIVA.

Texto y edición: Mercedes Barrutia.

Imágenes: Capturas de los programas emitidos por Canal Sur Televisión.

ENTRADILLA:

Dice el experto en comunicación audiovisual Román Gubern que aprendemos a mirar antes que a hablar. Y no le falta razón. De hecho el ser humano piensa mediante imágenes. Este, quizás, podría ser el motivo de esa necesidad innata del hombre de ver. Siempre, entendiendo el término ver desde un punto de vista filosófico.

Gubern explica también que el televisor es una tienda, una tienda que vende espectadores a las agencias de publicidad para que financien su programación, apoyándose en los programas de entretenimiento. Los medios de comunicación, así, generan pautas de rutina respecto al consumo del producto informativo.

Si extrapolamos el concepto de mirada y el poder intrínseco de la imagen al mundo de la comunicación surge el sensacionalismo. Esta nueva corriente del periodismo de vanguardia no es más que la consecuencia de la batalla de las audiencias y, sobre todo, de un cambio en los criterios de selección de noticias.

Las parrillas de programación se estructuran en función de programas de entretenimiento y noticiarios. Los índices de audiencia hablan por sí solos, pero ¿cómo influye el periodismo de vanguardia en los géneros informativos tradicionales..?

OFF:

Andalucía Directo nace en 1998 con la retransmisión de la cabalgata de Sus Majestades de Oriente. Como bien explica su productora, Andalucía Digital Multimedia, el programa siempre ha pretendido dar una cobertura

original a los hechos noticiosos, con especial interés por los temas sociales de la comunidad andaluza, sentando precedente. Tanto es así Canal Sur lo cataloga como magacín informativo.

A pesar de que su nombre indica que el programa es en directo, esto no es del todo correcto. Las informaciones que se emiten suelen ser videos cerrados, eso sí, la mayoría van acompañados de una entradilla que sí es en vivo.

EJEMPLO 1.

El informativo de Canal Sur, resuelve sus conexiones en directo con el mismo método que el programa de tarde:

EJEMPLO 2.

Una peculiaridad de Andalucía Directo es el empleo del ambiente. A penas hay off. Con esto suceden dos cosas: el redactor es más relevante que el propio protagonista de la historia y se distorsiona el lenguaje.

EJEMPLO 3.

Canal Sur Noticias en muy pocas ocasiones hace uso de este recurso. El informativo sólo emplea el ambiente para mostrar una situación muy concreta como es el...

EJEMPLO 4.

Algo que según el análisis llevado a cabo no tendría cabida en el informativo de Canal Sur y que sí rellena las piezas de Andalucía Directo es el lenguaje chabacano y vulgar. El programa de la tarde cerraba una pieza sobre un transexual de la siguiente forma:

EJEMPLO 5.

Alejado del rigor periodístico y de dudoso decoro, y más teniendo en cuenta que no es en directo. Días más tarde el sensacionalismo se sirve frío: un reportero de Andalucía Directo mantenía la siguiente conversación sobre el caso de la joven sevillana desaparecida, Marta del Castillo:

EJEMPLO 6.

Otra diferencia es la selección de noticias. Lo que para Andalucía Directo merece cuatro o cinco minutos de tratamiento, Canal Sur Noticias lo solventa con unas colas. Y por supuesto, en el programa de la tarde, no hay espacio para la política pero sí para la gastronomía. Andalucía Directo reitera hasta la saciedad y, como norma general, acude a unas fuentes de información no especializadas; el informativo sintetiza y contrasta los contenidos con fuentes institucionales.

EJEMPLO 7.

En otras palabras, el magacín exprime las lágrimas y pretende provocar compasión en el espectador, se salta los límites y el estilo propios de un género de noticia pura, por lo que no debería ser tratado como tal. Sea o no Andalucía Directo un programa informativo, por fortuna, está bien alejado del estilo de Canal Sur Noticias.

BIBLIOGRAFÍA

MATERIAL DE ANÁLISIS Y ESTUDIO:

- Grabaciones particulares de los programas emitidos por Andalucía Directo y Canal Sur Noticias durante el mes de febrero de 2009, de lunes a viernes.

- Bibliografía:
 1. Allas, José María; Díaz, Luis Carlos. (2004): *Libro de estilo de Canal Sur*. Ed. Canal Sur RTVA.
 2. Bermejos, Jesús de. (2005): *Narrativa audiovisual: investigación y aplicaciones*. Ediciones Pirámide.
 3. Bourdieu, Pierre. (1996): *Sobre la televisión*. Ed. Anagrama, Barcelona.
 4. Castillo, José María de. (2002): *Elementos del lenguaje audiovisual en televisión*. IORTV.
 5. Dirección de Comunicación e Imagen de RTVA. (2008): *Canal Sur Revista*. Revista núm. 3, pág.27.
 6. Gómez, María Teresa. (2004): *Enseñanza de Internet para personas mayores*. Escuela de Magisterio Cardenal Spínola, Sevilla.
 7. González Requena, Jesús. (1989): *El espectáculo informativo*. Ed. Akal, Madrid.
 8. Gordillo, Inmaculada. (1999): *Informativos en Andalucía*. Filmoteca de Andalucía.
 9. Gubern, Román. (2005): “Chiclé para los ojos”. *EL PAÍS.ES*, Opinión, 24 de enero.
 10. Gubern, Román. (2004): *Del bisonte a la realidad virtual*. Ed. ANAGRAMA, Barcelona.
 11. Gubern, Román. (2004): *Patologías de la imagen*. Ed. ANAGRAMA, Barcelona.

12. Imbert, Gerard. (2006): “La hipersensibilidad televisiva: nuevos imaginarios”. *Boletín electrónico AEG*, nº 3, Pontificia Universidad Católica, Perú.
13. Imbert, Gerard. (2003): *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*. Ed. Gedisa, Barcelona.
14. Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom. (2003): *Los elementos del periodismo*. Ed. El País, Madrid.
15. Linarejos, María. (2007): *Programa Universitario de informática avanzada para personas mayores*. Universidad de Jaén.
16. Lipovetsky, Gilles. (1994): *El crepúsculo del deber*. Ed. Anagrama, Barcelona.
17. Mainar, Rafael. (2005): *El arte del periodista*. Ed. Imago Mundi, Barcelona.
18. Mander, Jerry. (2004): *4 buenas razones para eliminar la televisión*. Ed. Gedisa, Barcelona.
19. Mayoral, Javier- Sapag, Pablo. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Ed. Síntesis, Madrid.
20. Millerson, Gerald. (2008): *Realización y producción en televisión*. Ed. Omega, Barcelona.
21. Moreno Espinosa, Pastora. (1998): *Curso de redacción periodística en prensa, radio y televisión*. Ed. MAD, Sevilla.
22. Muñoz, Jacobo. (2004): Comentario a “Patologías de la imagen”. *Elcultural.es*, edición impresa, 14 de octubre.
23. Portillo, Aurelio del. (1999): “La corrupción de la mirada: una reflexión sobre el condicionamiento del espectador audiovisual”. *Babab.com*, nº 0, diciembre.
24. Portillo, Aurelio del. (1999): “La corrupción de la mirada: una reflexión sobre el condicionamiento del espectador audiovisual”. *Babab.com*, nº 0, diciembre.

25. Randal, David. (2008): *El periodista Universal*. Ed. Siglo XXI, Madrid.
26. Roiz, Miguel. (2002): *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Ed. Paidós, Barcelona.
27. Sartori, Giovanni. (1998): *Hommo videns*. Ed. Taurus, Madrid.
28. Varios autores. (1997): *La televisión: servicio público y mercado*. Civitas Ediciones.
29. Varios autores. (2008): *Transformar la televisión: otra televisión es posible*. Comunicación social y ediciones y publicaciones, Sevilla.
30. Vilches, Lorenzo de. (1996): *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Ediciones PAIDOS.
31. Zúñiga, Joseba de. (2004): *Realización en televisión*. Escuela de cine y video de Andoain.

Biografía:

Mercedes Barrutia nació en el año 1982 en Melilla. Desde pequeña mostró gran interés por la información y el mundo de la escritura: sus juegos consistían en editar periódicos y libros de relatos en papel de cuadros con grapas. Tras su formación escolar se decantó por la licenciatura de derecho, donde pasó tres años dando tumbos. Finalmente cambió de rumbo para cumplir su sueño de dedicarse a la comunicación y se licenció en el año 2009 en la especialidad de periodismo (ESCO). Actualmente encamina su formación y su actividad profesional hacia el mundo de la divulgación científica.

Sinopsis:

En este trabajo se realiza un estudio de la información ofrecida por un programa de entretenimiento y uno informativo de la misma cadena de televisión (Canal Sur), durante un mes. Como punto de partida se toma la referencia de la autodefinición por parte de Andalucía Directo como 'programa informativo y de entretenimiento', estableciendo así un paralelismo entre éste y Canal Sur Noticias.

Un análisis de los contenidos audiovisuales y lingüísticos que pretende determinar si existe, debido a las nuevas tendencias vanguardistas de la comunicación periodística, intrusismo de un género en otro.

Sensacionalismo, impacto y espectáculo juegan un papel fundamental, tanto que entrarán en guerra con las pautas de estilo tradicionales.

