

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

UNA MIRADA AL PANORAMA MEDIÁTICO E INFORMATIVO: EL CASO DE CANAL SUR



Autor: Luis García Viedma

Tutor TFG: Agustín Olmo López

Trabajo de Fin de Grado de Periodismo

Sevilla, septiembre 2021

ÍNDICE

Introducción.....	2
• <i>Resumen.....</i>	2
• <i>Palabras clave.....</i>	2
• <i>Hipótesis y objetivos.....</i>	2
Metodología.....	3
Marco Teórico.....	4
• <i>Poder y comunicación: composición del entorno mediático mundial.....</i>	4
• <i>Medios de comunicación públicos en Europa.....</i>	7
• <i>El contexto español: TVE y su evolución.....</i>	9
• <i>Canal Sur: origen, desarrollo y actualidad.....</i>	11
Análisis de los informativos de Canal Sur: Noticias 1.....	13
• <i>Informativo del día 14/6/2021.....</i>	14
• <i>Informativo del día 15/6/2021.....</i>	19
• <i>Informativo del día 16/6/2021.....</i>	27
• <i>Informativo del día 17/6/2021.....</i>	32
• <i>Informativo del día 18/6/2021.....</i>	37
• <i>Informativo del día 19/6/2021.....</i>	41
• <i>Informativo del día 20/6/2021.....</i>	45
Conclusiones.....	49
Anexo: propuesta de informativo.....	51
Bibliografía.....	53

Introducción

Resumen

Este trabajo busca demostrar que el contexto actual, basado en la Posmodernidad y el Neoliberalismo, ha provocado la conversión de los medios de comunicación en corporaciones, lo cual ha influido en los medios públicos. A partir de aquí, se pretende comprobar que esta tendencia se refleja en Canal Sur, ya que con el paso de los años ha tenido que adaptarse a las nuevas exigencias del mercado de medios de comunicación para competir en términos de audiencias.

Para conocer de primera mano lo que ocurre, hemos hecho una revisión bibliográfica con la finalidad de establecer un contexto cultural y político a fin de entender cómo ha afectado esto a los medios de comunicación públicos en Europa, España y Andalucía. Posteriormente, hemos comprobado su grado de influencia en el mundo de la información realizando un análisis del informativo Noticias 1 de Canal Sur. Asimismo, hemos efectuado un breve formulario de Google que nos ayuda a conocer el interés y la confianza de los ciudadanos en la información de la cadena autonómica.

En conclusión, revelamos que Canal Sur ha secundado las prácticas de los medios privados. Ello unido a la reducción de presupuestos por la crisis de 2008, (Canal Sur se han perdido 80 millones de presupuesto y 200 empleados desde entonces) genera consecuencias en la producción de información. En líneas generales, los resultados nos remiten que los medios públicos necesitan hacer cambios en el enfoque actual y por ello, hemos realizado una propuesta de informativo.

Palabras clave

Medios de comunicación, Canal Sur, informativos, Posmodernidad, Neoliberalismo.

Hipótesis y objetivos

En primer lugar, vamos a establecer cuáles son las hipótesis de partida del presente trabajo:

- La dirección de los medios de comunicación públicos en España ha materializado un giro hacia las prácticas de los medios de comunicación privados y, por tanto, vinculadas al *modus operandi* de las grandes corporaciones de la comunicación, lo cual influye en la naturaleza de los entes públicos.
- Los medios de comunicación públicos, especialmente a nivel nacional y autonómico, han perdido influencia en el entorno mediático debido a la competencia establecida con los medios de comunicación privados. En este sentido, en el medio objeto de análisis, Canal Sur, se observa que la responsabilidad social y la veracidad de las informaciones se han diluido en la medida en que sigue las lógicas de los medios privados.

- Los informativos de Canal Sur, concretamente Noticias 1, aborda las noticias desde la inmediatez, dejando a un lado la profundidad en los contenidos que difunde y promoviendo el periodismo de declaraciones como base de las informaciones.

Una vez planteadas las hipótesis, pasaremos a definir los objetivos finales:

- Conocer el entorno mediático mundial a fin de entender el contexto en el que se ubican los medios de comunicación públicos a nivel general.
- Mostrar cómo son los medios públicos europeos, estableciendo una comparación entre algunos modelos de medios públicos europeos (ADR y la BBC) y españoles.
- Comprobar cuál es el interés de los ciudadanos andaluces en el telediario de Canal Sur y la confianza que tienen en la información que difunde la cadena autonómica de manera cualitativa mediante un formulario de Google.
- Analizar el informativo de Noticias 1 desde el punto de vista del Código Deontológico de la FAPE. Asimismo, hacerlo también desde una perspectiva amplia (agenda, temas, profundidad en el tratamiento informativo, etc.) y en clave análisis del discurso.
- Comprobar por medio de este análisis si la Junta de Andalucía ha establecido una estructura mediática propia.

Metodología

La realización del trabajo partirá de varios métodos de trabajo que se irán complementando durante todo el trabajo y que pasaremos a describir a continuación.

En primer lugar, hemos hecho una búsqueda y lectura pormenorizada de documentación que varía desde informes, libros, artículos científicos y géneros periodísticos orientados a conocer cómo afectan los movimientos culturales, la política y la economía en el mundo del Periodismo, así como contenido vinculado a la realización de la información periodística.

La información obtenida a partir de las fuentes está organizada de manera deductiva. Con ello tratamos de entender los porqués del entorno mediático que nos rodea y cómo afecta a los medios públicos europeos. Así podremos explicar los comportamientos de la televisión pública andaluza actualmente.

A continuación, pasamos a realizar un análisis de los informativos de Canal Sur, Noticias 1. Se analizarán desde una perspectiva de análisis del discurso. Trataremos la construcción de las noticias, enfoques, calidad informativa, sentido de la información y uso del lenguaje. Además,

partiremos del Código Deontológico de la FAPE con el fin de averiguar si las prácticas periodísticas se basan en la verdad periodística y en el interés público de la información difundida.

Por otra parte, se ha hecho una pequeña encuesta destinada a un público que oscile entre los 18 y los 60 años mediante un formulario de Google. El objetivo es conocer de primera mano qué consideración tiene el público de los informativos a fin de obtener una idea aproximada de la valoración que tiene la ciudadanía andaluza de este medio público con relación a su calidad informativa.

Marco Teórico

- *Poder y comunicación: composición del entorno mediático mundial*

Para empezar a hablar del entorno mediático mundial, primero debemos entender y visualizar el contexto cultural en el que nos encontramos. La Posmodernidad y el Neoliberalismo son la base que sustenta el sistema económico y social donde nos encontramos, lo cual explicaremos brevemente.

La Posmodernidad, en palabras de Follari (2006), se refiere a unas nuevas condiciones culturales que se han dado a nivel planetario en las últimas décadas, caracterizadas por la producción de una nueva modalidad de subjetividad oscilante, variable, sin centro fijo ni continuidad de sentido ni convicciones. Añade que ello da lugar a comportamientos poco comprometidos con los otros y las grandes causas éticas y políticas de interés colectivo o universal. Olmedo, por su parte, aporta más consideraciones respecto a la Posmodernidad:

«La condición posmoderna establece un cambio radical y coyuntural en el desarrollo de las formas de producción y reproducción de la sociedad. Este cambio sustancial se da en gran medida por la ruptura entre las generaciones que vivían con los grandes relatos que desde la segunda mitad del siglo XX han entrado en un proceso constante de desmantelamiento ante el desgaste de su propia eficacia, la que ha dejado sin certezas y estabilidad a los sujetos que se desarrollan de manera plena y segura».

(Olmedo, 2020, p.160)

Asimismo, también señala que la Posmodernidad enaltece al sujeto, cuestiona el *status quo* como un contexto estático y las prácticas, cánones y creencias que terminan derivando en procesos de reconfiguración en el plano social y cultural.

Las transformaciones producidas por la Posmodernidad se estructuran en varias partes. La separación de la sociedad respecto a los grandes relatos se ha convertido en un punto de inflexión para la ciudadanía. A este respecto, escogemos las palabras de Rodríguez (1993) para entender cómo se ha llegado a este punto, quien señala que existe una obsolescencia de los metarrelatos planteada por Lyotard y está asociada a fenómenos como el auge y difusión de la informática, la despersionalización del saber y el éxtasis de la comunicación por el efecto combinado de la informática y las telecomunicaciones.

De esta manera, campos del conocimiento como la Historia han perdido su grandeza debido al significado adquirido durante el proyecto ilustrado. La deriva histórica de este provocó la pérdida de confianza en la universalidad y homogeneidad del conocimiento. Vásquez (2011) argumenta lo siguiente en este sentido: «Los metarrelatos son las verdades supuestamente universales, últimas o absolutas, empleadas para legitimar». Y añade en este sentido:

«El metarrelato es la justificación general de toda realidad, es decir, la dotación de sentido a toda la realidad. Ninguna justificación puede alcanzar a cubrir toda la realidad, ya que necesariamente caerá en alguna paradoja lógica o alguna insuficiencia en su construcción»

(Vásquez, 2011, p.289)

Por consiguiente, la verdad, vinculada a la universalidad de los grandes relatos, ya no reside ahí. Pues como dice nuevamente Vásquez (2011), los metarrelatos están muriendo porque se considera una gran narrativa, pero una de tantas. Ahora, como dice Vattimo (1990), no hay historia única y es ilusorio pensar que haya un punto de vista supremo.

A ello le sumamos la llegada de los sistemas de representación, es decir, las imágenes. Su uso en los medios de comunicación ha provocado que lo real sea aquello que aparece en un vídeo o en una fotografía. Martín (2006-2007) argumenta en este sentido que la fotografía es un pilar fundamental para construir la imagen moderna y, por tanto, la realidad social. En este sentido, Vattimo (1990) dice que las imágenes del mundo que proporcionan los *media* constituyen la objetividad del mismo mundo. De este modo, las imágenes son las constructoras de la realidad que vive el ser humano; solo lo que se ve es verdad y viceversa.

En este aspecto, todo ello ha provocado que el relativismo salga fortalecido. Así lo argumenta López (2000), que afirma que la hegemonía de la ideología pluralista o las críticas de los filósofos posmodernos sobre la naturaleza metanarrativa de los grandes sistemas históricos han formado una especie nebulosa de razones críticas y que surja el relativismo social.

A consecuencia de ello la Posmodernidad, ha provocado que se cambie el punto de vista y se haga heterogéneo. Como dice Vásquez (2011), la operación del saber posmoderno es la heterogeneidad y dispersión. De este modo, se genera un caldo cultivo hacia la diversidad cultural. Así lo describe Vattimo (1990): «la liberación de las diversidades es un acto por el que ‘toman la palabra, hacen acto de presencia y, por tanto, se ‘ponen en forma’ a fin de ser reconocidas». En definitiva, la unión de estos elementos permite la emancipación del sujeto, consiguiendo así la libertad que no tenía durante el periodo ilustrado.

La aparición de este movimiento cultural ha sido aprovechada por el Neoliberalismo para implementar una nueva cultura con mecanismos propios. En cualquier caso, primero hemos de explicar qué es el Neoliberalismo para comprender la relación (directa) entre Neoliberalismo y Posmodernidad.

El Neoliberalismo se define, según Martínez (2016), como un conjunto de ideas que, desde los años ochenta, se han traducido en un programa político cifrado en la adopción de medidas destinadas a la promoción y ampliación de las áreas de actuación del libre mercado en detrimento de las prácticas reguladoras. Por su parte, Nieto (2003) lo define del siguiente modo: «tiene como premisa principal la instauración del mercado como único regulador absoluto de la

economía y la sociedad. Consiste en el proyecto de funcionalización de todas las relaciones sociales a la lógica de los mercados». A este respecto, Pinzani (2019) afirma que el Neoliberalismo permite a todos los individuos tener la capacidad de desarrollar un plan de vida y toda acción que toma es resultado de la libre elección. En suma, podemos decir que esta doctrina política fomenta la libertad total en los individuos y para ello, se basa en los mecanismos del mercado. En este sentido, Pinzani (2019) también argumenta que los individuos obedecen a la racionalidad económica. Por tanto, las personas se guían por objetivos económicos, del mismo modo que lo puede hacer una empresa.

Dadas las circunstancias, el Neoliberalismo se ha servido de varios principios fundamentales de la Posmodernidad. Como argumenta Wauthion (1998), varios analistas indican que algunos rasgos y lemas fundamentales de la Posmodernidad son, entre otras cosas, el imperialismo económico, el neoliberalismo total o la pérdida del todo referente de lo real.

Esto también ha llegado a los medios de comunicación, los cuales se han convertido en grandes corporaciones que tratan de difundir estas ideas. Así lo explica Nieto:

«la revolución en las comunicaciones constituye, a su vez, el segundo elemento clave para explicar el cambio en la economía y en las ideas económicas. La instantaneidad de la información hace posible la intensificación de los flujos económicos y financieros globales».

(Nieto, 2003, p.123)

Además de esto, añade que la comunicación es un sector altamente estratégico con relación a la reproducción y consolidación de las megacorporaciones y que de esto deviene el control de la industria cultural. De este modo, se introducen ideas comentadas anteriormente como la verdad relativa o la diversidad como un modo de emancipación, las cuales fueron usadas por líderes políticos de gran importancia.

A este respecto, Bernabé (2018) explica que Margaret Thatcher supo conjugar las dos acepciones del término *Unqueal*: la de desigual y la de diferente, a fin de confundirlas. Indica que, a través de ello, se creía que se tenía derecho a ser diferente en contra de un socialismo que buscaba la uniformidad y eso no se transformó en clases sociales, sino en individuos emprendedores y laboriosos que destacaban sobre el resto. Todo ello se introdujo a fin de componer una estructura de dominación cultural donde los medios han jugado un papel importante.

Esta idea casa a la perfección con una de las declaraciones de Margaret Thatcher extraídas del libro *El laberinto mundial de la información: Estructura mediática y poder*: «La economía es el método, pero el objetivo es cambiar el alma». Asimismo, el libro hace el siguiente apunte con el fin de entender mejor las palabras de la expresidenta del Reino Unido:

«Esta afirmación parece haberse logrado gracias a unas políticas económicas que, con el apoyo de las nuevas tecnologías, han conseguido encoger las bases del estado de bienestar, superar el ultraliberalismo de los años ochenta y globalizar valores ideológicos capitalistas».

(Labio y Reig, 2017, p.37)

Dichas políticas económicas tienen como piedra angular la globalización. La libertad total para mover el dinero y los productos de un sitio a otro ha dado pie al resto de medidas neoliberales. Los medios de comunicación, las nuevas tecnologías, las redes sociales o la publicidad son las plataformas más útiles para fomentar esta cultura en clave globalización, pues la conexión con personas y medios de distintas partes del planeta ha hecho que todo sea más fácil. Garduño (2013) recoge las palabras de Giménez y Augé, quienes señalan que este fenómeno se vincula con la difusión mundial de productos culturales generados por corporaciones mediáticas de Estados Unidos.

De este modo, las entidades de la comunicación y, especialmente la doctrina neoliberal, han generado, según Polo (2019), que los seres humanos no sepan adaptarse a un entorno en el que circulan a demasiada velocidad toneladas de información, lo cual deriva en conciencias inestables que se verían saturadas, desbordadas y crecientemente desquiciadas. Así las cosas, como afirman Labio y Reig (2017) los seres humanos se mantienen ajenos al momento histórico del que son protagonistas, y se les desposee del método estructural que le permite vivir comprendiendo qué pasa y por qué pasa.

Por todo ello tratamos de explicar que la unión de la Posmodernidad y el Neoliberalismo han generado una cultura que llega hasta nuestros días, pues como dice Polo (2019), en palabras de Fredric Jameson, la Posmodernidad aparece como lógica cultural del capitalismo tardío. Esto nos hace entender la relación entre ambos conceptos y su vinculación a los medios de comunicación en la medida en que difunden información y llega a la ciudadanía.

En este aspecto, el panorama mediático en el viejo continente y Estados Unidos presenta diferencias, ya que en este último los medios privados tienen mucha importancia sobre los públicos. En cambio, en Europa hay medios de comunicación públicos con gran relevancia como la BBC. Así las cosas, vamos a reconocer el entorno mediático europeo, el papel del sector periodístico público y la influencia del Neoliberalismo en este.

- *Medios de comunicación públicos en Europa*

Actualmente, en el mundo globalizado existen grandes conglomerados empresariales que se dedican al negocio periodístico, entre otras cosas. Berstelmann, Vivendi o Fininvest son grandes empresas con intereses en la comunicación dentro de Europa. No obstante, el viejo continente tiene un fuerte carácter democrático en tanto en cuanto los medios públicos ocupan un lugar destacado en el panorama informativo nacional. Son los garantes de la información veraz y de servicio público, pues refuerzan la importancia del derecho a la información en las sociedades democráticas.

Varios países cuentan con grandes medios de comunicación públicos de gran importancia dentro de su país. Por ejemplo, ARD y la ZDF en Alemania o la BBC son canales de televisión importantes en sus respectivos países. A continuación, describiremos los ejemplos mencionados para comprender la evolución del medio público con relación al contexto que le envuelve.

Empecemos por Reino Unido. Rodríguez-Castro y Campos-Freire (2019) afirman que el Reino Unido cuenta con una de las radiotelevisiónes públicas más afamadas a nivel mundial, cuyo inicio

se remonta al 1922 con las emisiones desde el estudio Marconi de Londres. El desarrollo histórico de la cadena le ha llevado a un punto de inflexión a finales del siglo pasado:

«En los últimos años del siglo XX, tras la liberalización del mercado de la radiotelevisión, la BBC opera en función de cuatro valores: ofrecer servicios que informen, eduquen y entretengan, y hacerlo de tal forma que se le saque el máximo partido al canon abonado por los ciudadanos británicos. Se comienza a introducir así una perspectiva neoliberal dentro de la corporación pública, a través de la cual aspectos económicos como la eficiencia comienzan a presionar sobre otros más orientados al interés público. Esta relación de convivencia entre valores de interés público y valores económicos se extenderá a múltiples contextos nacionales y se prolongará hasta la actualidad».

(Rodríguez-Castro y Campos-Freire, 2019, p.190)

Por otra parte, tenemos el caso de Alemania. Rodríguez-Castro y Campos-Freire (2019) señalan que la televisión pública alemana tiene las siguientes características. En 1950 se funda la ARD, la asociación que agrupa las radiodifusoras públicas regionales de la Alemania Occidental; también hizo la primera emisión de un canal de televisión a nivel nacional. En 1963 apareció la ZDF, aunque era independiente de la ARD. En 1991, tras la caída del muro de Berlín y la unificación del país, se crea el primer texto legal que establece los principios básicos de la ZDF por medio del *ZDF-Staatsvertrag*, donde se reconoce como una institución pública. Desde entonces, Alemania se ha sumido en una dicotomía:

«Los medios públicos alemanes han experimentado una serie de cambios, relacionados en gran parte con la confrontación entre la necesidad de ofrecer en los nuevos medios para satisfacer las nuevas demandas comunicativas y estipulaciones de marco legal vigente, que reduce la presencia de los nuevos medios de las televisiones públicas a favor del desarrollo de las iniciativas privadas».

(Rodríguez-Castro y Campos-Freire, 2019, p.192)

Uno de los motivos a los que se puede apelar esta tendencia quizá se deba a la recesión producida en 2008 por la caída de Lehman Brothers. Golpeó a todo, incluidos los medios de comunicación. En clave periodismo, los despidos y los recortes económicos limitaron la labor periodística. Gutiérrez, Ruíz y Cantalapiedra (2016) confirman que la crisis económica ha llevado al periodismo a enfrentarse a una doble precariedad, donde se encuentran numerosos expedientes de regulación de empleo en los medios y la precariedad a la que se enfrenta el periodista, cuyas condiciones laborales se han visto modificadas de manera negativa.

Por otra parte, Díaz (2011) afirma que, según un estudio realizado en 2008 a los directores de la prensa diaria española, son los propios departamentos comerciales los primeros en trasladar los intereses de los anunciantes ante la dirección. Asegura que el 39,2% de los encuestados opina que se ha evolucionado hacia la integración de las direcciones comerciales y periodísticas.

De esta manera, vemos con claridad que los medios de comunicación han priorizado los intereses comerciales en pro de los beneficios y la supervivencia. La crisis de la economía mundial ha provocado que los medios tengan que recortar las condiciones laborales de los profesionales del periodismo, llegando al despido y la integración de los departamentos comerciales en los departamentos periodísticos.

Esto ha provocado que los recortes económicos en la empresa periodística ubiquen lo económico por delante de la veracidad de la información, haciendo así que la calidad de la información sea peor.

Por extensión, vemos que los medios de comunicación públicos entran en conflicto con el entorno que les rodea. La relación entre capital y servicio público se antoja complicada debida a la esencia de los medios públicos. Sin embargo, vemos que estos medios, de diferentes maneras, abrazan las prácticas del medio público porque forman parte del mismo orden mundial. Se deben a su contexto y no a su naturaleza.

Debido a estos casos, queremos ver cuál es la composición española de los medios de comunicación y, en gran medida, cuáles son los efectos de este sistema en los medios de comunicación públicos regionales, poniendo el foco con especial atención a Canal Sur. Pretendemos comprobar si se reproducen las mismas prácticas periodísticas a nivel regional.

- *El contexto español: TVE y su evolución*

La televisión pública española nace en el ecuador de la dictadura franquista, en 1956. Tal y como afirman Rodríguez-Castro y Campos-Freire (2019), la televisión estaba asociada a valores marcados por la ideología de la dictadura militar. Así lo indica el decreto del 15 de febrero de 1952:

«Desde el punto de vista del Estado, la información se configura como uno de los servicios públicos de más hondo contenido y de más delicado tratamiento, ya que debe sujetarse a la obligación de promover el bien común, en orden a formar sanos criterios de opinión y a difundir la más auténtica conciencia de nuestra Patria y sus circunstancias, tanto en el interior como en el exterior».

El Ministerio de Información y Turismo, y por extensión el dictador Francisco Franco, resaltaba la importancia y uso de la televisión como elemento fundamental para reforzar los valores del franquismo en el Estado. Por ello cabe resaltar la expresión «delicado tratamiento». Se pensaba que era necesario dedicarle una atención especial para llegar a la mente de las personas a fin de promover comportamientos, actitudes y valores afines al régimen.

Así las cosas, tras la muerte de Franco en 1975 y el cambio hacia un régimen democrático representativo también hubo cambios en legislación televisiva. Rodríguez-Castro y Campos-Freire (2019) señalan que en 1980 se aprobó la ley 4/1980, cuyo objetivo era redirigirse a la ciudadanía desde un punto de vista formal. No obstante, Calderón (2017) indica por medio de Paredes (1998) que existía un contexto político inestable que provocaba una gobernabilidad difícil de RTVE.

En 2006 se produjo una actualización de dicha ley: ley 17/2006. En ella destacan principios fundamentales como la promoción de los principios constitucionales y los valores cívicos, la participación democrática mediante el ejercicio del derecho de acceso a la información o facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones.

Partiendo de estos principios veremos cómo se trasladan a la realidad. En 2006 llega una etapa de progreso. Lamuedra y de Madariaga (2016) quienes se basan en Díaz Arias (2012), señalan que, desde 2006, la calidad de los informativos de TVE y los buenos índices de audiencia (se acercaban al 20% del *share*) tenía una influencia positiva en términos de pluralismo externo respecto a los niveles de pluralidad y calidad informativa de los canales del mercado televisivo. Además, también indican por medio de Humanes, Montero de Dios y López-Berini (2013) que un estudio sobre el grado de pluralismo de los contenidos informativos en televisión a comienzos de 2012 demostró que TVE ofrecía el mayor nivel de pluralismo interno de contenidos.

No obstante, la llegada al gobierno del Partido Popular tuvo consecuencias sobre la pluralidad y calidad de la información en la cadena pública. Lo exponen de la siguiente manera Lamuedra y de Madariaga (2016): «A partir de entonces, RTVE inició un retroceso en todos los sentidos, no solo en lo relativo a independencia y credibilidad informativas, sino también a su sostenibilidad tras el duro recorte presupuestario de la corporación». A colación de ello Jiménez, Polo y Jódar (2012) afirman que la aprobación de la ley 8/2009 planteaba la imposibilidad de que la televisión pública se financie mediante la venta de espacios comerciales. Calderón (2017) admite por su parte que crea dependencia de los presupuestos generales del Estado y al tener una directiva escogida por el gobierno las presiones continúan, aunque cambien de procedencia.

Todo ello viene a colación del Real Decreto 15/2012, el cual permitía que el presidente de RTVE fuese elegido por dos tercios del Congreso de los Diputados. De esta forma, el partido de gobierno con mayoría absoluta podía elegir al presidente adecuado para sus intereses, alejándose de los criterios de independencia y calidad informativa. Todo esto ha provocado que los informativos pierdan credibilidad con el paso de los años y que sufran un desgaste cuyo punto álgido llegó en 2018.

Los periodistas de TVE crearon 'los viernes negros'. El diario *Infolibre* informa de que los [trabajadores de la televisión pública provocaron un acto de protesta contra la manipulación informativa y el bloqueo parlamentario](#) por parte del Partido Popular para renovar la dirección de la corporación. No obstante, la llegada de Rosa María Mateos no mejoró la situación en la cadena. Por ejemplo, según *El Confidencial* los trabajadores se manifestaron nuevamente por medio de sindicatos como UGT y SI (Sindicato Independiente) por el intento de trasladar los estudios de Torrespaña a Prado del Rey. Finalmente, Rosa María Mateos fue sustituida por José Manuel Pérez Tornero como nuevo presidente del medio público con 247 votos a favor en el pleno del congreso de los diputados, tal y como informa [RTVE](#).

En líneas generales, las manipulaciones informativas permitidas por los máximos representantes del ente público (puestos por una mayoría de dos tercios en el Congreso, como dijimos anteriormente) provoca que el poder ejecutivo se aproveche para insertar una serie de contenidos cercanos a la realidad que quieren transmitir. A este respecto, el crítico de televisión [Borja Terán expone en el diario La Información varios ejemplos de trabajadores de RTVE para explicar la situación que han vivido en los últimos años](#). Todo ello se conjuga con los intereses de las grandes empresas, las cuales tratan de generar comportamientos y formas de ver el mundo a través de la información y el entretenimiento. De alguna manera, tratan de llegar a lo público para seguir generando esos comportamientos.

Así, es posible que el neoliberalismo se introduzca en la mente de la sociedad. El *modus operandi* del medio, orquestado por el partido gobernante y llevado a cabo por el consejo y el presidente de la cadena, permite que la política esté bajo el yugo de las grandes corporaciones, sean complacientes con ellas y se plieguen ante sus peticiones por el poder económico, mediático y social que tienen. He aquí el ocaso del poder político.

A continuación, veremos cuál ha sido la influencia de esta dinámica en el principal medio de comunicación regional: Canal Sur.

- *Canal Sur: origen, desarrollo y actualidad*

La cadena de televisión andaluza nació en un contexto concreto. Reig, Mancinas-Chávez y Nogales-Bocio (2014) indican que las televisiones autonómicas españolas nacieron en la década de los años 80. Canal Sur, concretamente, nace 1989 y comienza un recorrido con un carácter muy marcado. Manfredi y García (1999) recogen varios puntos del editorial de *El Periódico de Canal Sur*; medio oficial de expresión de la empresa; en los que se aclara que RTVA es un elemento clave para la vertebración de Andalucía y el motor de cambio para modernizar la sociedad andaluza, aceptando las raíces y modificando los tópicos vinculados a la región.

Por otra parte, el modelo de televisión andaluz estaba apostando por lo educativo. Casado y Ariza (1996) ratifican dicha apuesta afirmando que más del 25% de sus programaciones han sido ocupadas por programas informativos y divulgativos, y han producido 65 series con más de 2.500 programas divulgativos susceptibles de uso educativo.

Estos datos nos indican que, desde su creación, Canal Sur apareció con una voluntad de hacer televisión de calidad, servicio público y volcada en educar a través de contenidos audiovisuales, comprometiéndose de esta manera con la ciudadanía andaluza y la sociedad democrática en general. Sin embargo, en 1999 Bernardo Díaz Nosty, por aquel entonces miembro del Consejo de Administración de la RTVA, apuntaba lo siguiente:

«El análisis de la programación de entretenimiento y ocio de los últimos años descubre en Canal Sur una fórmula similar a la de las cadenas nacionales generalistas. No se advierten criterios que integren una visión relevante y digna de Andalucía. En el mejor de los casos, afloran los elementos tópicos del folclore popular, con escasos contrapuntos de los valores que describen la sociedad urbana y moderna».

(Manfredi y García, 1999)

Con el paso de los años, la cadena de televisión ha desarrollado plenamente sus contenidos, contando con programas tanto generalistas como dirigidos a un público más específico, combinando ambas tendencias en los programas de la corporación: Canal Sur 1 y Canal Sur 2. No obstante, la crisis de 2008 produjo una serie de consecuencias económicas dentro de la corporación. Reig, Mancinas y Nogales-Bocio, (2014) plasman lo siguiente a este respecto: «Desde 2009 la aportación de la Junta de Andalucía se ha reducido en un 33 por ciento, y la inversión publicitaria es prácticamente un tercio de la de entonces». Para corroborar estas afirmaciones, seleccionamos una noticia de [El Mundo](#) cubriendo la intervención de Pablo

Carrasco en el Parlamento de Andalucía, el que fuera director general de la empresa pública andaluza:

«Carrasco ha insistido que lo que se busca es la optimización de los recursos disponibles. Pensamos que esta es una buena solución para ajustar la empresa al momento que vivimos, pero soy consciente de que se trata de una decisión que no es cómoda ni agradable [...]. Ha indicado que los ingresos comerciales se sitúan en 2012 en 39 millones, frente a los 52,6 millones de 2008. En lo que se refiere a la aportación de la Junta, esta ha descendido de 180 millones en 2009, a 122 en 2012».

Los tiempos de austeridad siguen siendo una tendencia permanente. Labio, García y Romero-Domínguez (2018) recogen que, en 2014, los trabajadores de la cadena entendían que la dirección no había recortado en lo sustancial, como el elevado número de directivos, los sobresueldos y la producción externa. Explican que, con motivos del recorte en personal de la plantilla, el 14 de mayo de 2014 se suspendieron todas las emisiones durante dos horas.

También confirman que la última medida de ajuste se produjo en noviembre de 2015, tal y como confirma [Diario de Sevilla](#): «El Consejo de Gobierno aprobó la fusión por absorción de Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio. Una sociedad nueva recogerá los activos de las dos sociedades filiales y contempla una normativa común para que los trabajadores de la radio operen para la televisión, y viceversa». Por su parte, [Europa Press](#) confirmó que la nueva sociedad disminuyó el número de directivos. En este caso, aunque el número de directivos sea menor, el número de trabajadores, como ya indicamos anteriormente, ya se redujo.

Todo esto se produjo, en parte, a causa de la externalización de servicios que son presentadas bajo el pretexto del ahorro y la eficiencia e incluso la despolitización de los entes públicos, como indica Hoyos (2017). Además, también señala, por medio de Zallo (2016), que ese discurso pasa por alto la alta precarización laboral practicada por las empresas subcontratadas cuyo único fin, al ser empresas privadas, es el beneficio económico.

A consecuencia de ello, la empresa pública seguía sufriendo problemas de precariedad: se aprovecha el mismo personal tanto en radio como en televisión, lo que da a entender que no interesa la contratación de personal nuevo especializado en una materia. Asimismo, como indica Díaz (2013), el tiempo se puede convertir en un elemento de presión que pone en riesgo la obligación de los periodistas en contrastar las fuentes y validar la información. Todo ello produce una pérdida de calidad promovida por la inestabilidad económica.

En la actualidad, la precariedad ha ido un paso más allá. En 2020 fue la última huelga por recortes dentro de RTVA. [El Español](#) informa de que los empleados de Canal Sur iniciaron una huelga como rechazo al recorte de 14 millones de euros previsto en los Presupuestos Generales de la Junta de Andalucía, así como defender la independencia del medio frente a intereses partidistas. La misma noticia indica que los trabajadores denuncian que se han perdido 300 puestos de trabajo desde 2012 y que la edad media de la plantilla ronda los 55 años.

De esta manera, podemos entender el momento de austeridad que ha vivido la cadena de televisión de un tiempo a esta parte. La crisis económica redujo el presupuesto de RTVA, lo que conlleva una pérdida de calidad a todos los niveles. Además, los intereses partidistas provocan que lo neoliberal se establezca de manera indirecta, ya que los partidos de gobierno (PSOE y

Partido Popular desde 2018) se mantienen dentro del orden mundial establecido y siguen las mismas prácticas que se usan a nivel mundial.

A partir de ahora, a nivel informativo, trataremos de confirmar esta propensión a través del siguiente análisis sobre los informativos de la cadena. La finalidad es conocer si existe esa propensión (o no) a la hora de cubrir la realidad informativa de Andalucía.

Análisis de los informativos de Canal Sur: Noticias 1

En este apartado haremos un análisis pormenorizado de los informativos de Canal Sur, en el que trataremos de mostrar cómo informa la cadena andaluza diariamente. Para ello, hemos seleccionado los informativos de las 14:30, Noticias 1, que analizamos durante el periodo que consta desde el 14 de junio de 2021 hasta el 20 de junio del mismo año. En pos de la concreción, dejaremos fuera del análisis la sección de deportes, la meteorológica y las desconexiones provinciales. Nos centraremos en el primer noticiero regional para sacar conclusiones más claras sobre el contenido informativo que llega a todos los andaluces.

A modo de contexto, proporcionamos los resultados obtenidos a través de un formulario de Google para conocer de primera mano qué opinión tienen los ciudadanos andaluces respecto a las noticias que reciben de Canal Sur. La encuesta realizada consta de 69 respuestas a personas cuya edad comprende entre los 18 y los 60 años. A grandes rasgos, el 50,7% de los encuestados sienten confianza en la información que proporciona la cadena autonómica y el 59,4% se sienten identificados con las noticias que difunde. Además, el 17,4% y 36,2% se sienten informados siempre y con frecuencia, respectivamente, frente al 34,8%, que considera que a veces se siente informado por la cadena.

De esta manera, tratamos de reflejar una pequeña parte de la población y cuál es su consideración respecto a la información que hace Canal Sur y el sentimiento de pertenencia hacia esas noticias.

A continuación, presentamos el presente análisis para conocer en profundidad cómo es el informativo de Canal Sur y cómo informa a la ciudadanía.

- *Informativo del día 14/6/2021*

Este lunes se produjo un acontecimiento especial y el equipo de los informativos se desplazó al Palacio de San Telmo, sede del ejecutivo andaluz, para retransmitir en directo el acto que condecoraba al rey Felipe VI con la primera Medalla de Honor de Andalucía. Partiendo de esta premisa, analizaremos el informativo basándonos en su estructura habitual.

El informativo arranca con los siguientes titulares:

- Concesión de la primera de medalla de honor de Andalucía a Felipe VI.

- Juan Espadas gana las primarias del PSOE-A.
- La Guardia Civil investiga una muerte por posible violencia machista en Marmolejo.

Actualidad en Andalucía

Noticia del Rey

El informativo continúa su curso prestando atención a la noticia del rey, cuya construcción consiste en tres conexiones con dos reporteros y dos noticias al respecto.

En primera instancia, se denota un tono de entusiasmo que localizamos en las palabras empleadas por la presentadora, Victoria Romero; afirma que la entrega de la medalla de honor es un momento histórico para la comunidad autónoma. Desde el punto de vista de análisis del discurso, la expresión 'momento histórico' ya nos indica un posicionamiento de la Junta de Andalucía hacia el monarca, que es retransmitido por la cadena. A través del lenguaje los medios de comunicación tienen la posibilidad de mandar un mensaje concreto. Así lo argumenta Guerrero (1998): «los medios poseían la capacidad de moldear a un público que percibía y reaccionaba a los mensajes de forma más o menos uniforme. Se daba por hecha la relación directa entre el estímulo y la respuesta obtenida». A este respecto, vemos que la cadena trata de moldear una opinión sobre el rey. Lanza un estímulo positivo por medio del tratamiento informativo del evento que se recalca con las declaraciones escogidas y en la construcción informativa del bloque informativo.

Los reporteros, por su parte, cumplen un papel importante en la construcción de la información reforzando la siguiente idea: la emoción está por encima de lo informativo. Morales (2016) afirma que los profesionales de la información suelen fragmentar la realidad en *frames* o encuadres y que, en la actualidad, los hechos con alta carga emotiva suelen ser *frames* (encuadres) importantes durante el proceso de producción de los informativos. Esto lo vemos en la conexión con el reportero Rafa Vega. Se escogen las declaraciones donde el rey destaca la importancia de Andalucía y el cariño que le tiene a la región, argumentando que tiene una historia brillante. Se transmiten emociones positivas a fin de presentar favorablemente la figura del monarca a la sociedad. Ello se corrobora mediante otra conexión con el reportero Manuel Jesús Montes. Amplía la información, diciendo los ciudadanos respaldan la figura del rey y, además, lo refuerza con una noticia donde se expone de manera cronológica los vínculos de la corona con Andalucía en los que se aprecia un apoyo popular hacia este.

Así las cosas, se confirma lo siguiente:

«La teoría del Framing y sus variantes confirma que la información en televisión se selecciona con minuciosidad bajo estrictos cánones preestablecidos que, generalmente auguran éxito en cuanto a índices de audiencia, ya que hacen referencia la actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, expectativa, pasión, conflicto, consecuencias entre

otros aspectos principales de la noticia. Sin embargo, se ha dado vital importancia al drama y la emotividad que deben tener las noticias».

(Morales, 2016, p.150)

De este modo, se comprueba cómo la emoción y la pasión en las retransmisiones del telediario adquieren un valor importante en la producción periodística. Eso conjugado con la proximidad hacia los protagonistas de la información crea una unión en la que el espectador comienza a sentirse identificado con el mensaje difundido y sus personalidades.

Dentro de esta noticia también tratamos el uso de las fuentes informativas. Por ejemplo, las declaraciones del presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno sobre Andalucía (son parte de la noticia) ponen en valor el papel de Felipe VI como garante de la unión y moderación en España. Se reproducen las declaraciones y se enseña la verificación mostrando las imágenes de estas. Sin embargo, en el proceso de verificación no se denota un interés por profundizar en el contenido para proporcionar una información rigurosa a la población.

Por otra parte, el reportero Manuel Jesús Montes juega un papel relevante. Informa de que asisten al evento varias personas importantes en la vida política, judicial y económica de Andalucía, como la presidenta del Parlamento de Andalucía, Marta Bosquet, el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara o el presidente del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía (TSJA), Lorenzo del Río. La aparición de estos personajes en imagen muestra de forma explícita la pluralidad de invitados al acto, a quienes se toman declaraciones que pueden considerarse fuentes. En este sentido, González (2016) recoge las palabras de Cebrián Herreros, el cual afirma que las imágenes seleccionadas por el periodista deben mostrar una realidad objetiva y que, para ello, la selección se debe hacer respondiendo al pluralismo e igualdad de tratamiento de todas las partes para que el espectador elabore sus propias conclusiones. En consecuencia, se refuerza el mensaje del medio de comunicación a los ciudadanos

En líneas generales, entendemos que existe una postura favorable del medio de comunicación hacia la monarquía. La construcción de la noticia, basada en declaraciones en positivo del rey hacia la región, de Juanma Moreno ensalzando su labor como monarca, de los representantes principales de organismos como la CEA el TSJA o la noticia en la que se muestra la vinculación del rey hacia la comunidad autónoma, nos sugiere cuál es el posicionamiento de la cadena autonómica y qué mensaje quieren mandar en consecuencia. Asimismo, se observa cuál es la postura del partido en el gobierno respecto a la monarquía. [El Confidencial](#) publicó el 1 de junio que la medalla de honor es un galardón de nueva creación impulsado por el gobierno de Andalucía en el mes de noviembre. En ese momento, el ejecutivo argumentaba que debían honrar al rey porque entendía que es el mejor símbolo de la unidad de España. Por tanto, se deduce que existe un interés del gobierno de Andalucía por promover una buena imagen de Felipe VI y, por extensión, del premio entregado.

En definitiva, se observa que existe un predominio del tono informativo sobre la finalidad informativa.

Noticia Juan Espadas

La siguiente noticia destaca la victoria del alcalde Sevilla, Juan Espadas, frente a Susana Díaz en las elecciones primarias para liderar la candidatura del partido socialista para las próximas elecciones al Parlamento de Andalucía. En esta ocasión, se vislumbran varios elementos que nos indican cuál es el sentido de la información difundida.

En primera instancia, la reportera que informa del acontecimiento, Fina Ruíz, basa la noticia en las declaraciones obtenidas de Juan Espadas y Susana Díaz. Cuenta los pasos que va a seguir la formación basándose en las declaraciones de los protagonistas. A este respecto, Rodríguez, Enguix y Rojas (2014) explican que una mayor accesibilidad a las fuentes en los medios de comunicación locales requiere un alto grado de exigencia a la hora de manejar un abanico amplio, diverso y diferenciado de fuentes en la confección de los textos informativos. Sin embargo, en esta noticia solo se emplean las declaraciones de los actores de la información.

Además, parte la noticia se construye a base de suposiciones. Por ejemplo, se informa de que la sede central del PSOE en España, Ferraz, podría articular una solución para que Susana Díaz dejase el puesto de secretaria general de partido. Emplea un tiempo verbal en condicional, lo cual contraviene el artículo 5 de los principios de actuación del código deontológico de la FAPE, al publicar información que se acerca más a una conjetura que a una información realmente verificada. Así, se puede afirmar que la información se construye a partir de una posibilidad que existe antes que sobre una certeza. El uso del lenguaje en modo afirmativo da sensación de seguridad y certeza cuando se informa y esto se detecta en la información que ofrece la cadena. Como dice Sánchez (2009), los titulares están dominados por el tono informativo para sugerir su indiscutible veracidad. En este caso, se aplica la misma dinámica a la hora de informar.

A lo largo de la noticia se insiste en que Ferraz buscará una solución para que dimita la actual secretaria general. De este modo, el sentido informativo se subraya por parte del medio de comunicación. Como se puede observar, se repite esta información con el fin de que el mensaje perdure en el tiempo. Así lo refleja Munive (2016), quien dice que la repetición de una frase o una idea convierte el sentido común hegemónico en un recurso al que los medios y sus periodistas apelan para desacreditar a políticos adversarios. Esto lo usa Canal Sur para conseguir que este mensaje llegue a la sociedad.

Ostiano (2009) asegura, basándose en *Crítica al juicio* de Kant, que existe el juicio determinado. Esto aplicado a los medios nos indica que sirve como instrumento para otro fin. Con ello queremos decir que esta noticia tiene una finalidad concreta: intentan transmitir que Susana Díaz se vaya cuanto antes de su puesto y se refuerza por medio de la repetición. Además, se insiste con las declaraciones del secretario de Relaciones Institucionales del PSOE, Alfonso Rodríguez Gómez de Celis, quien aclara que si estuviera en la situación de Susana habría dimitido, aunque respeta su postura.

A este respecto, entendemos que Canal Sur trata de transmitir que el liderazgo de Pedro Sánchez en el partido se instaure mediante la candidatura de Juan Espadas. Para ratificarlo, se introducen unas declaraciones de Juan Marín, vicepresidente de la Junta, para dejar claro que la llegada de Juan Espadas es la llegada de las políticas de Pedro Sánchez a Andalucía.

En definitiva, la construcción de la noticia pretende mandar dos mensajes a la población: Susana Díaz tiene que dejar el PSOE y Pedro Sánchez ha conseguido el control del partido.

Bloque nacional e internacional

Toma relevancia en el apartado nacional la concesión de los indultos a los presos del Procès. La presentadora indica que, después de la manifestación de Colón por parte de los partidos de la derecha, quizá sea el momento en que el Gobierno conceda los indultos. En este caso, la información no parece partir de fuentes informativas fiables. Dada la circunstancia, el código deontológico de la FAPE indica en el artículo 5 que el periodista establecerá una distinción inequívoca de los hechos que narra o de lo que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas. Por tanto, la noticia se construye a base de suposiciones, no en información verificada.

No obstante, se utiliza esta noticia para articular la disputa política entre los partidos, potenciando así la polarización y el espectáculo en la política. De este modo lo expresa Díez (2017): «la información política se encuadra como una contienda dramática entre sus actores. [...] Los políticos se han convertido en las nuevas celebridades de nuestro tiempo».

Por otra parte, en la sección internacional se informa sobre lo ocurrido en la cumbre de la OTAN. El reportero enviado, Paco Reyero, explica lo más viral del acontecimiento en clave España: el encuentro breve entre Pedro Sánchez y Joe Biden. También explica que existen malas relaciones entre Europa, Rusia y China debido a esta cumbre. En líneas generales, se profundiza poco en las cuestiones relativas a la OTAN y se centran especialmente en el momento más llamativo del día. Gómez-Biedma (2015) argumenta respecto a la información internacional que es un trabajo donde las rutinas y los métodos para trabajar tiene mucho en común con el trabajo científico. No obstante, no observamos que la información internacional en este aspecto se identifique con esta dinámica.

Bloque de violencia de género

A continuación, pasamos al bloque de noticias sobre la violencia de género, con la que Canal Sur ha establecido un compromiso fuerte en lo informativo.

En gran medida, las noticias de este bloque tienen un sentido general reconocido: el apoyo a las víctimas de violencia de género, empleando un tratamiento informativo respetuoso (se habla del caso de las niñas desaparecidas en Tenerife sin entrometerse en la privacidad de las afectadas y su familia), tal y como indica el artículo 4 de los principios generales código deontológico de la FAPE. Se acata de manera rigurosa tanto el apartado b y c, los cuales indican que deben evitarse expresiones, imágenes vejatorias o lesivos para la condición personal de los individuos y que el periodista evitará intromisiones gratuitas y especulaciones innecesarias en el tratamiento de asuntos donde medien elementos de dolor.

No obstante, para hablar del asesinato de Alicia Rodríguez, escogen las declaraciones de la directora de Teleonuba, cadena donde trabajaba Alicia. El objetivo parece ser posicionarse frente a la violencia de género y no informar con rigurosidad, ya que la propia presentadora manifiesta

que se está esperando saber si ha se ha producido un crimen machista. De este modo, tal y como indica Hernández (2014) la pérdida de objetividad conlleva la pérdida de credibilidad. Por medio de esta construcción de la información vemos cómo se fomenta esa pérdida de la credibilidad.

Por otra parte, también se muestra la postura del gobierno mediante las declaraciones de la consejera de Igualdad, quien dice que va a trabajar para luchar contra la violencia de género y que necesitan la ayuda de la ciudadanía. Ello nos hace ver que la propaganda política se transmite por las declaraciones. Munive (2016) dice al respecto que existen indicios de un uso sistemático de técnicas de propaganda en los medios de comunicación.

Bloque coronavirus

Continuamos con la información sobre el coronavirus. En primer lugar, informan de la situación del momento usando los datos de contagios del día y los de muertos diarios. Posteriormente, añaden cuáles son las edades de vacunación, facilitando los mecanismos para pedir cita de esa franja de población. El sentido discursivo a este respecto hace pensar que Canal Sur incentiva la vacunación como objetivo prioritario. Este mensaje emplea, como dice Jorques (2005), una tipología presuposicional donde se subrayan los valores reproductivos del esquema-situación de la información y el tipo de esquema memorístico al que responde. Dicho de otro modo, existe una relación entre el género, la información y cómo este permite la memorización de la información transmitida. De esta forma, la composición de la noticia permite que esta idea cale de manera más amable en el espectador y sea capaz de recordarlo.

Bloque social

Noticia donación de sangre

Por último, la noticia de la donación de sangre tiene varias implicaciones. En general, desde el medio de comunicación intentan promover la donación de sangre entre la ciudadanía. Para ello el medio destaca las declaraciones de la delegada territorial de Salud y Familias, Regina Serrano, quien señala el altruismo de los donantes de sangre durante la pandemia. En la construcción de la noticia se introducen también las declaraciones de un ciudadano argumentando que si no hubiera donado sangre no habría enterado de que podría contraer una gran enfermedad en 6 años.

Con esto parece que intentan mostrar las ventajas de donar sangre y así lograr mayor alcance entre la gente. Para completar la noticia usan las declaraciones de Miguel Ángel Barbero, coordinador CTS de Cádiz y de Málaga. En este caso, el uso de las declaraciones sigue la finalidad definida por Munive (2016), las cuales consisten en trasladar reacciones frente a un hecho de actualidad. Con este fin, las declaraciones guardan un papel importante a la hora de trasladar un mensaje o construir una noticia.

- *Informativo del día 15/6/2021*

El informativo del 15 de junio presenta en la introducción las siguientes noticias:

- La muerte de Manuel Clavero, padre de la patria andaluza.
- Se aprueban 4.013 plazas para la atención primaria en el Sistema Andaluz de Salud (SAS). Se suman a las 4.374 plazas ya convocadas en 2020.
- Sube el precio de la luz al nivel más alto del año.
- Los estudiantes comienzan las pruebas de selectividad.
- Juana Rivas cumple la pena de prisión en su casa. Las instituciones de Granada le conceden el tercer grado.
- Llegada del primer crucero (burbuja) a Málaga durante la pandemia.

Bloque de actualidad en Andalucía

Muerte de Manuel Clavero

La edición de este informativo se centra en contar con diferentes conexiones en directo la muerte de Manuel Clavero. Desde el primer momento insisten en su papel a la hora de cimentar el Estado autonómico y de conseguir el estatus de región histórica para Andalucía. El sentido general de la noticia gira entorno a la importancia del fallecido y lo veremos de la siguiente manera.

Podemos comprobar que en la noticia se emplea un lenguaje con tono emocional (expresiones como «no hay mejor escenario para despedir a un hombre que puso todos sus esfuerzos para que Andalucía no fuera menos que ninguna» ...) y en positivo para contar los hechos. Además, las declaraciones de Juanma Moreno también refuerzan el mensaje que se intenta difundir. De este modo, no encontramos un equilibrio entre lo informativo y lo comunicativo, lo cual resalta Jorques (2005) con relación a la construcción de la información: «el sujeto de la enunciación del discurso informativo que se encuentra en un estado de equilibrio tenderá a continuar en el estado en que se halla, de forma que los cambios pueden ser vistos como peligrosos o no deseables, informativamente hablando».

A lo largo de la noticia veremos que este equilibrio no se identifica. Dicho de otro modo, existe un desequilibrio entre lo informativo y lo comunicativo. En este sentido vemos como la cadena

insiste en el mismo mensaje y para ello se sirve de las declaraciones de distintas personalidades de la política andaluza, como José Rodríguez de la Borbolla (expresidente de la Junta) o la vicepresidenta del Gobierno central, Carmen Calvo, así como de portadas de varios medios nacionales a fin de que el espectador entienda la importancia de su labor y figura para la historia de Andalucía. En este caso, se puede comprender que el discurso se muestra cercano a la teoría de la nueva retórica mediante las siguientes afirmaciones:

«la argumentación se desarrolla, según este enfoque, en función del auditorio y de los medios discursivos utilizados para conseguir su adhesión. [...] De esta manera, la argumentación está sentenciada a actuar con la firme idea de transformar sus convicciones por medio del discurso».

(Boscán, 2007, p.44)

El informativo procura emplear diferentes estrategias discursivas para enseñar a la audiencia de la importancia de este personaje de la historia política de Andalucía, intentando que simpatice con él por medio de la repetición de mensajes y el uso de palabras amables respecto al personaje.

Sin embargo, la información profundiza poco en el personaje. Comentan cuál fue su formación académica, los cargos políticos que ostentó y los premios que ha ganado. Parece que la cadena, en este respecto, pretende mandar un mensaje a la población de la importancia de este personaje en la historia reciente de Andalucía. De este modo, vemos que desde la noticia se intenta generar una serie de sensaciones en los espectadores. Tal y como indica Reig (2003), los informativos necesitan una considerable carga de emociones. Con esta premisa se puede comprender, de mejor manera, cómo se afronta la construcción de la información por parte de los medios de comunicación y las impresiones que pretenden fomentar.

Finalmente, interpretamos que la exposición de los hechos se hace en clave eslogan, repitiendo de manera incesante lo mismo para que cale en la opinión pública. Esto se relaciona más con la publicidad que con la información. Ramos-Soler (2017) explica lo siguiente en este sentido: «en el mundo de la comunicación publicitaria la clave no solo está en la idea, sino en llegar de forma contundente al corazón y la emoción de nuestro público objetivo». Así las cosas, comprobamos que también se emplean estrategias comunicativas vinculadas a la publicidad a fin de perpetuar un mensaje.

Bloque de noticias sobre Sanidad.

A continuación, pasamos al bloque de noticia sobre Sanidad Pública. Se informa de que la Junta de Andalucía va a ofertar 4.000 plazas nuevas para empleo en la atención primaria del SAS y se une con la información sobre la vacunación, donde los estudiantes Erasmus serán vacunados antes de marcharse. Asimismo, se anuncia por parte del ejecutivo andaluz que se deberían llevar las mascarillas salvo que los expertos digan lo contrario.

En líneas generales, la construcción de las noticias cuenta lo importante de cada una, haciendo una síntesis de la información con el fin de que el público entienda lo que se está contando. Por tanto, se da especial relevancia al interés general, pues se hablan de hechos que afectan

directamente a los ciudadanos y se hace lo posible por explicar la información con el mayor rigor posible.

En la elaboración de esta noticia vemos como la información se construye desde el punto de vista de la responsabilidad social, en tanto en cuanto existe una incidencia de la información en las decisiones de los ciudadanos. Las afirmaciones de Ramírez (2012) en este sentido son útiles para constatar cómo repercute esto en los ciudadanos: «ya se debatía sobre RS (Responsabilidad Social) en los medios, pues estos como bien sabemos tienen un gran nivel de impacto en las opiniones de la población, en las decisiones políticas e inclusive las empresariales». En resumidas cuentas, si existe esta responsabilidad, la posibilidad de tomar mejores de decisiones en un sentido amplio aumenta entre la población.

En cambio, intuimos que las fuentes informativas se obtienen de las declaraciones de los responsables políticos. Se confirma cuando se introducen las declaraciones realizadas por los consejeros del ejecutivo andaluz Elías Bendodo y Jesús Aguirre en la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno. Por consiguiente, el proceso de verificación se produce con las imágenes, dejando a un lado lo discursivo. Se da importancia a las imágenes, las cuales, en palabras de Redondo (2011) se tiñen de credibilidad, aunque el efecto del calco de la realidad se haya demostrado solo aparente. En consecuencia, lo figurativo está por delante del contenido de dichas declaraciones y, además, estas presentan tintes propagandísticos por parte de Elías Bendodo, quien afirma que su gobierno hace una apuesta por la Sanidad y la Educación. En ese instante, el canal autonómico también es partícipe de la propaganda política en el momento en que se difunde. A este aspecto se refiere Hernández (2014) mediante las afirmaciones que realiza Casero-Ripollés sobre el control político de la información y los medios:

«Los intentos de control político de la información periodística son habituales, constantes y sistemáticos. [...] El control político de la información va más allá de la mera manipulación o del uso propagandístico de los medios y pone en juego complejos y diversos mecanismos de carácter estratégicos».

(Casero-Ripollès, 2009, p.45)

Con esto tratamos de decir que los medios de comunicación se erigen como plataformas por las que el poder político controla la información que difunde y llega a la sociedad. Se entiende que el medio de comunicación es más flexible a la hora de poner filtros a la información que transmite.

Bloque de actualidad política andaluza

Posteriormente, se enlaza con una noticia de la labor parlamentaria del ejecutivo. El presidente de la Junta se reúne en San Telmo con los representantes de los partidos parlamentarios para escuchar sus propuestas políticas y económicas de cara a una reunión con el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez.

La noticia se basa en las declaraciones prestadas por el propio presidente de la Junta, donde también se puede entrever el sentido de la noticia. Se intenta transmitir que Andalucía no es cualquier región y que debe mantener una posición propia. Las declaraciones de Juanma Moreno

así lo detallan: «pero que no piense nadie que si hay una mesa bilateral [en Cataluña], Andalucía no va a pedir una mesa bilateral; no para asuntos como los que se van a tratar en esa mesa, que son de deslealtad a nuestro marco constitucional, sino de asuntos de interés general. Y eso el presidente del Gobierno tendrá que tenerlo en cuenta». De esta manera comprobamos que se trata de transmitir a los ciudadanos andaluces que, con Juanma Moreno en el Gobierno, Andalucía es relevante en el panorama nacional. Este caso, predomina la intención comunicativa sobre el hecho informativo, pero como explica Redondo (2011), en ocasiones, la fidelidad a los hechos se pierde en aras a conseguir un mayor efecto sobre la audiencia.

Por último, la información sobre los planteamientos de los partidos parlamentarios culmina con las declaraciones de representantes del PP, Vox y Adelante Andalucía. Solo cabe resaltar que no se opta por conocer cuáles son las medidas que van a hacer cada partido, sino que ponen declaraciones de cada portavoz. El caso más llamativo a este respecto es el de Vox. El partido indica que van a hacer una serie de propuestas (al presidente de la Junta) para que Andalucía sea una tierra de prosperidad, riqueza, empleo y atractiva para los inversores. No se profundiza en las medidas que quieren plantear. De esta forma, se confirma esta tendencia con las afirmaciones de Munive (2016): «La difusión literal o resumida de las declaraciones de las fuentes sin procedimientos de verificación previa es admitida en las redacciones como una práctica consustancial a la cobertura de la actualidad».

En general, la noticia solo transmite un mensaje, concentrado en las palabras presidente de la Junta, e introduce declaraciones que completen la información. Se emplean pocas fuentes informativas y el tono del mensaje, si bien es informativo (verbos *dicendi*, entonación seria de los informadores), el sentido de la información da importancia a las palabras de Juanma Moreno. La construcción de la noticia nos indica que como dice Castells (2010), la incapacidad emocional desactiva la capacidad de hacer juicios cognitivos adecuados. Dicho de otra manera, lo dicho en las declaraciones genera mensajes donde predominan las emociones y no permite que el espectador se dé cuenta de qué le están contando, lo cual repercute en sus decisiones.

Bloque nacional

Pasando por el ámbito nacional se presentan tres noticias cortas. Por un lado, se insiste en el tema de los indultos. La noticia se centra en declaraciones de representantes del Gobierno, pero se basa en las suposiciones que maneja el propio gobierno. Por tanto, se está vistiendo de información un rumor, lo cual incumple el artículo 1 de los principios de actuación del código deontológico de la FAPE, pues se publica información engañosa.

Por otro lado, se escoge una noticia sobre Juan Carlos de Borbón, cuya fuente es *El Confidencial*. En ella informan sobre la investigación de una posible cuenta del rey emérito en Andorra, lo cual podría tener consecuencias penales. Aquí la información gira en torno a la fuente que la proporciona, lo cual le otorga más rigor periodístico a la hora de construir la noticia, pues se sabe de primera mano quién produce la noticia. No obstante, solo emplea una fuente informativa y no se percibe que esa información haya sido contrastada con otras fuentes. Por tanto, se infringe el apartado a del artículo mencionado anteriormente del código, pues indica que existe el deber de contrastar las fuentes que proporcionan la información.

Por último, se pone en liza una noticia sobre la compra irregular de material sanitario por parte de la Diputación de Almería, entre otras provincias.

En resumen, podemos decir que el bloque nacional tiende hacia noticias de interés general, especialmente las noticias del emérito y la compra irregular de material sanitario. Son temas que implican a los ciudadanos en la medida en que se habla de lo que ocurre con el dinero de toda la sociedad y de lo que hacen las instituciones (o quienes las representan) con él. De este modo, se sigue lo reconocido en la Carta de Servicio Público de 2010 de RTVA, la cual admite que se deben satisfacer las necesidades democráticas y culturales del conjunto de la sociedad andaluza.

No obstante, la noticia de los indultos se debe a criterios de rapidez informativa y no de calidad. Esto ocurre debido a la precariedad que sufre la propia profesión. Gutiérrez, Ruíz y Cantalapiedra (2016) afirman a este respecto que esta pérdida de calidad informativa conlleva una pérdida de la confianza del público.

Bloque coronavirus

Avanzamos con la información relativa al COVID-19. El presentador indica cuales son las cifras de vacunación hasta el momento. Posteriormente, conecta con el reportero enviado al Estadio de la Cartuja, Sergio Morante, para explicar por qué los jóvenes tienen mayores efectos secundarios cuando reciben la segunda dosis de la vacuna. Hasta este punto, vemos una mayor profundización en los contenidos, intentando conocer las razones por las que se produce esta situación mediante expertos como el director de la Unidad de Gestión Clínica de Farmacia del Distrito de Sevilla, Juan Carlos Domínguez.

Por un lado, se podría exigir más fuentes sobre este respecto para conocer con mayor profundidad los hechos. No obstante, se valora positivamente la voluntad explicativa por parte de la cadena a fin de que los ciudadanos conozcan por qué sufre más efectos secundarios la población más joven con la segunda de dosis de la vacuna. En este caso, la construcción de la noticia es clara y pertinente; contiene una finalidad informativa. Así vemos cómo se da valor a la información ofrecida por el ente público, pues como indica Terrón (2013), este sector supone una garantía de un derecho público esencial como es el de recibir la información veraz, plural y de calidad.

Posteriormente, el presentador muestra la actualización de los datos de contagios y muertes. Conecta con la reportera Amaya García Alegría para conocer cuándo será posible quitarse las mascarillas. Al principio de la conexión se sospecha cierta voluntad explicativa, pero conforme avanza comprobamos que se vuelve a transmitir información basada en suposiciones de las fuentes consultadas, especialmente cuando indican que la mascarilla podría quitarse el 1 de julio. Se trata de contenido fundamentado nuevamente en declaraciones que promueven la especulación informativa. Todo esto puede que se fundamente en la evolución del periodismo televisivo y en cómo lo reciben los espectadores. Ferrer (2011) lo explica de esta manera: «la labor informativa y su manera de presentarla se han convertido en un espectáculo utilizando herramientas como la dramatización, las imágenes que causan impacto en el espectador o la trivialización de los temas». Dicha trivialización es la que permite que ciertos temas, de especial

interés para la población, se conviertan en contenido de menor importancia y así susciten el debate o la confrontación.

Por otra parte, el informativo continúa con una noticia de selectividad, y se dispone en clave COVID-19. Aquí destacamos que el sentido de la noticia está orientado a transmitir la situación epidemiológica, intentando decir que se pueden organizar grandes eventos si se siguen las medidas de seguridad sin que derive en una subida de contagios. Así las cosas, comprobamos la función de la noticia con relación al mensaje que manda. De este modo lo explica Jorques (2005): «la noticia cifra su operatividad en el compromiso informativo del periodista con una comunidad y con sus normas en tanto que reguladas por un orden comunitario». Por lo tanto, la responsabilidad del informador también depende de la comunidad a la que informa respecto a lo que esta quiere o debe escuchar y lo que están dispuesta a recibir, lo cual varía del contexto en que se informe. De esta forma, el medio impulsa un mensaje de sentido de la responsabilidad individual a causa del momento en el que se encuentra la sociedad.

Bloque Economía

En economía se presta una gran atención a la noticia sobre el precio de la luz. Ciertamente, el tema se enfoca al interés general de los ciudadanos. Indican cuanto ha subido la factura de la luz y explican los porqués de esta subida. Se consulta a fuentes expertas, como el director general de Endesa en Andalucía y Extremadura, Rafael Sánchez, y al economista y experto en energía, José Manuel Cansino. Asimismo, se incluye la opinión de los ciudadanos al respecto, lo cual da mayor sensación de proximidad a la cadena:

«La televisión contemporánea, en su intento de establecer relaciones significativas con sus públicos, hace las veces de gran laboratorio en el que se ensayan estrategias de acercamiento creciente al espectador. Cercanía que pasa por el atractivo y el interés de sus productos, así como por su capacidad de articular mensajes verosímiles pero también convincentes y ricos en potencial socializador».

(Chicharro, 2009, p.74)

De este modo, parece evidente que el medio de comunicación trata de averiguar cuáles son las posibles estrategias de acercamiento al público. Así es posible que este interprete que el medio está de su lado e informe con carácter de servicio público. Esta estrategia no solo es una manera de mostrar una inclinación hacia el interés general, sino en mostrarse cercano a la ciudadanía y sus preocupaciones.

En cualquier caso, resulta positivo el interés explicativo de telediario. Se emplean dos fuentes expertas y la mencionada opinión de los ciudadanos, lo cual cumple con el artículo 1, apartado a, de los principios de actuación del código deontológico de la FAPE. Sin embargo, identificamos que una de las fuentes puede tener intereses en su aparición, concretamente la del director general de Endesa en Andalucía y Extremadura. No es casual que el director regional de una de las empresas eléctricas más importantes del país aparezca en la noticia explicando que el encarecimiento de la luz se debe a falta de recursos eólicos y de fuentes de energía renovables. Puede considerarse una forma de mejorar su imagen entre la opinión pública. Así lo apunta Munive (2016) cuando afirma que el resultado de una gestión depende de la imagen pública que

han construido los actores involucrados. De esta manera, si consigue transmitir una percepción favorable de la empresa entre la opinión pública.

En suma, destacamos el enfoque con el que se ha tratado la noticia, las fuentes y la construcción de la noticia, ya que genera un sentido discursivo dirigido hacia lo puramente informativo y al servicio público.

Por otra parte, se informa sobre el fin de la guerra comercial establecida años atrás entre Europa y Estados Unidos a consecuencia de las ayudas Airbus y Boeing y la política arancelaria.

A la hora de construir esta noticia, se aprecia un tono optimista que refleja el presentador, quien dice que los hechos afectan positivamente a la región, y sobre todo, porque acaba con los aranceles a los productos andaluces. Aun así la interpretación de la realidad depende por completo nuestros conocimientos y experiencias. Así lo explica Castells (2010): «Para nosotros la realidad no es objetiva ni subjetiva, sino una construcción material de imágenes que mezclan lo que sucede en el mundo físico (fuera y dentro de nosotros) con la inscripción material en la circuitería de nuestro cerebro». Por consiguiente, podemos descifrar que quizá la cadena nos quiera decir que, si a los empresarios afectados por los aranceles les va bien, a toda la población andaluza le irá bien. Sumado a las declaraciones por parte del presentador construyen el enfoque (intenta ir hacia el interés general) y este sentido discursivo de la noticia.

Bloque social

Pasamos a lo social, donde hay dos noticias destacables.

En primer lugar, tenemos la noticia del regreso de las temporeras de la fresa y los frutos rojos a Marruecos. Se explica como van a volver al país norteafricano y resaltan por medio de la reportera la dificultad de la operación por la relación actual con Marruecos. La reportera explica la situación, es decir, no se limita a decir las declaraciones que ha podido recabar respecto a la situación de la que informa.

A este respecto, hemos de partir de una premisa. Según González, Sierra y Benítez (2014) la inmigración extranjera es, ante todo, un fenómeno mediático de primera magnitud y como tal, su traslación a la opinión pública tiene efectos contundentes. De esta forma, entendemos que la cadena se hace eco de acontecimientos con un potencial mediático que puede repercutirle en audiencia.

En cualquier caso, la noticia puede derivar en tendencias xenófobas, lo cual hace que el tratamiento mediático según González, Sierra y Benítez (2014) dependa del clima social que se respire en determinados momentos lugares. En este caso concreto la cadena autonómica emplea las declaraciones del secretario de Estado de Migraciones en las que se expone la dificultad del regreso de las personas migrantes ante la situación actual en la que se encuentran las relaciones con el país vecino. Justo aquí observamos que puede resultar ambigua la construcción de la información con relación al sentido de esta. Por un lado, hablan del regreso las migrantes y por otro, que se pone de manifiesto que las relaciones con el país norteafricano pueden empeorar. Esta ambigüedad puede jugar al despiste con el espectador que recibe la información.

En segundo lugar, tenemos la noticia sobre la llegada de un crucero a Málaga por primera vez desde el comienzo de la pandemia. Se da una cobertura al evento y se produce una noticia con declaraciones de varios implicados en esta operación. La información se transmite con gran entusiasmo. De esa manera, en palabras de Ferrer (2011) se busca una dramatización en busca de la emoción, a costa de dejar a la información vacía de contenido, sin aportar nada relevante. En este caso, no existe necesariamente drama, sino una exageración de un hecho con el fin de que obtenga interés por parte del público.

Bloque de violencia de género

En lo relativo a violencia de género, se realiza un seguimiento de lo que ocurre con Juana Rivas. En esta ocasión no solo indican los motivos por los que fue juzgada, sino la actualidad del caso. Se pone en contexto al público, para ubicarse en el tiempo y lo comprenda.

Sin embargo, a pesar de relatar los hechos de manera sintética y concreta, el sentido de la noticia busca postularse a favor de la acusada, lo cual se comprueba con la construcción de la noticia. Se introducen afirmaciones de la propia Juana, diciendo que seguirá luchando por sus hijos por los de otras mujeres en una situación similar a la suya.

Bajo esta premisa, Canal Sur ocupa un papel trascendental en este aspecto. En palabras de Jorge, De la Maya y García (2016): «en este contexto, debemos ser conscientes de la importancia que la comunicación está jugando en la actual sociedad del conocimiento como transmisora y constructora, no solo de valores, sino de visiones del mundo». Por tanto, resulta fundamental que la cadena pública trabaje sobre este tipo de noticias para inculcar una óptica concreta: erradicar la violencia de género contra las mujeres. Con todo, la noticia deja a un lado la resolución del juez y se da por buena la postura de la afectada.

Avanza el informativo con la noticia de Rocío Caíz, donde cubren el entierro de la joven. Aquí las fuentes de información son las imágenes y lo que ha percibido el reportero en el lugar de los hechos. De esta manera, se hace una actualización de los hechos que refuerza lo dicho por Ferrer (2011) sobre la dramatización de las noticias.

Terminan con la noticia de Alicia Rodríguez, la cual ha sido declarada víctima de un crimen machista. Dentro de esta información cabe destacar una incongruencia. El medio de comunicación afirma que el crimen lo produjo, presuntamente, su pareja. Se afirma rotundamente que se ha producido un crimen machista, pero se dice que el asesino podría ser su pareja. En este caso, la rapidez por publicar la noticia y el mal empleo de las fuentes hacen que la veracidad de la noticia se vea comprometida. Un uso adecuado de las fuentes, como argumentan Rodríguez, Enguix y Rojas (2014), se convierte en un elemento clave para que los periodistas y los medios refuerce su credibilidad ante el público. No obstante, en este no se cumple este objetivo.

Informativo del día 16/6/2021

El noticiario de ese día consta de las siguientes noticias en la introducción:

- Andalucía pone freno a la desescalada por segunda vez debido a la alta tasa de incidencia.
- Sube de nuevo el precio de la luz. El Gobierno no descarta bajar algunos impuestos y crear medidas fiscales excepcionales.
- Se encuentra el cuchillo con el que fue asesinada Rocío Caíz.
- El Gobierno pide que se prorrogue la búsqueda de Ana y Tomás Gimeno antes de volver a Galicia.
- El Melillero juzgado por asaltar un local en Torremolinos.

Bloque coronavirus

Comenzamos con el bloque de noticias COVID-19. Se informa de la situación sanitaria, pero mínimamente. La información del telediario se centra en concienciar y advertir a la población sobre la relajación de los ciudadanos frente al virus. De hecho, se ratifica esta idea por medio de la presentadora, Victoria Romero, quien dice que muchos ciudadanos coinciden en que la sociedad ha relajado y, por ello, se mantienen las medidas puestas por la Junta. A este respecto, Salgado (2007) defiende que el presentador de los programas informativos es una pieza fundamental en el proceso comunicativo y, en consonancia, los estilos de presentación resultan determinantes en la construcción de la imagen corporativa y la credibilidad de la empresa audiovisual. En este sentido se puede decir que la forma en que el presentador transmite el mensaje es fundamental a la hora de hacerlo llegar a la audiencia.

En general la construcción de este bloque de noticias hace hincapié en el papel del reportero transmitiendo, por palabra e imagen, que se debe ser responsable. Para ello, vemos como se pone gel desinfectante en las manos y argumenta que ese tipo de gestos están desapareciendo. A nivel informativo, parece que la información que difunde se basa en lo visto por las calles, las declaraciones de varios ciudadanos, en las respuestas de algunos vendedores del producto y un ensayo científico donde se demuestra que los vacunados siguen contagiando. No obstante, tampoco se dice cuál es el origen de las fuentes, especialmente el ensayo, lo que provoca dudar de la veracidad de las fuentes usadas.

Sobre la cuestión de la transparencia mediática, Campos-Rodríguez y Redondo-García (2015) hablan de su importancia a la hora de conocer cómo los medios de comunicación construyen la información y cómo la trabajan. De esta forma, si se cuida la construcción de la información,

podemos decir que el periodismo se pone en valor y gana en credibilidad. De lo contrario, esto puede provocar problemas en la confianza de los receptores en el contenido que reciben,

Por otra parte, observamos que también se usan las declaraciones de los jóvenes y la viceconsejera de Salud y Familias, Catalina García, para generar entusiasmo y sensibilizar a los jóvenes respecto a la vacunarse. Se atisba con las declaraciones de la viceconsejera manifestando que los jóvenes deben seguir siendo responsables porque en ese segmento de la población se producen más casos y tiene mayor incidencia. Aquí vemos cómo se incide en lo que argumenta Munive (2016) gracias a Vázquez Bermúdez: «a medida que se agrava la crisis de la industria, [...] estos bufetes de la comunicación se convierten en los principales distribuidores de contenidos, prologan la exposición de los temas y personajes y desarrollan estrategias de ‘ocupación de los espacios informativos». Con esto queremos decir que hay una dependencia de lo que dicen representantes políticos debido a una estrategia seguida por los gabinetes de comunicación. Así se promueve la capacidad de influencia en los mensajes de dichos representantes y queda a un lado el contraste de la información, que además recoge el código deontológico de la FAPE.

A continuación, el presentador, Miguel Ángel Sánchez, informa de que el presidente del Gobierno ha anunciado que pronto se llegará a los 15 millones de vacunados y eso podría conllevar la retirada de las mascarillas. La fuente es Pedro Sánchez, cuyas declaraciones se basan en suposiciones, diciendo que pronto se dejará de usar. Esto se confirma con las declaraciones de Munive (2016): «Un periodista enviado a cubrirla [declaración institucional] solo puede grabar o tomar nota de un mensaje transmitido por la fuente». Por tanto, el medio de comunicación solo se limita exponer unas declaraciones que no pasa ningún proceso de verificación, perdiendo calidad informativa y difundiendo los mensajes con los que se busca ocupar el espacio público.

Luego el presentador informa de que una encuesta del Centro de Estudios Andaluces señala que la mitad de los ciudadanos (55%) no se quitaría las mascarillas. Así las cosas, el medio de comunicación trata de mandar un mensaje sobre la postura del gobierno central respecto a las mascarillas. Para validar la construcción de la noticia es necesario el empleo del lenguaje:

«Esa apariencia imparcial, neutral, ajena, distante y hasta cierto punto ‘correcta’ de la lengua se ha ido desconfigurando; transformándose de hecho en la manifestación misma de quien se sirve de ella con un propósito puntual [...] y cuyas huellas quedan muchas veces manifiestas en el discurso».

(Boscán, 2007, p.126)

Por consiguiente, el lenguaje adquiere un papel fundamental a la hora de difundir un mensaje y que este vaya con la intención comunicativa del medio de comunicación. Además, también se resalta la gestión de la Junta, pues el 67,4% de la población la apoya, por lo que se manda un mensaje y se refuerza el trabajo del gobierno andaluz.

Bloque de actualidad política andaluza

Pasamos a la noticia sobre Comisiones Obreras (CCOO). La información se estructura en dos partes, pero el fundamento de ambas son las declaraciones.

En primer lugar, tenemos la intervención de Juanma Moreno durante el Congreso de CCOO, en la que anuncia nuevas medidas (210 euros para los trabajadores en ERTE y Ley de participación institucional; no la explican), insiste en que quiere liderar el diálogo social y que Andalucía debe ser determinante en la distribución de los fondos de reconstrucción. Para validar la información se introducen las declaraciones del propio Juanma Moreno. Estas adquieren relevancia en este sentido, pues el reportero, Rafa Vega, se limita a reproducir lo dicho por el presidente del ejecutivo andaluz. Ciertamente, las declaraciones que construyen la noticia no son contrastadas en términos de profundidad, puesto que no se refleja el modo en que pretende distribuir los fondos de reconstrucción. A este respecto, Díaz (2008) dice lo siguiente: «El periodista puede, de partida, dejarse llevar por su intuición, siempre que ese juicio se contraste con otras fuentes». Así las cosas, aunque el periodista tenga el olfato para localizar la información debe ir de la mano con el contraste entre fuentes para difundir una información veraz a la sociedad. En esta ocasión, solo se queda la información en declaraciones del presidente autonómico, quien hace pública su propuesta. En este caso, es necesario tener en cuenta la dificultad de contrastarla, pues habría que esperar a su puesta en práctica.

En segundo lugar, se pone el foco en el propio sindicato. Se informa de qué planes tienen para el futuro y se reivindica por medio de declaraciones el papel de CCOO a la hora de proteger, apoyar a los trabajadores y solucionar sus problemas. En definitiva, se construye una información partiendo de principios de pluralidad. Aparecen dos visiones dentro de la misma noticia que ayudan a percibir los hechos de manera amplia. En esta línea, Hernández (2014) apunta lo siguiente: «los esquemas, explicaciones y pseudo-racionalizaciones de cada uno son fruto en su mayoría de una experiencia vital que se va realimentando en base a las nociones de diferentes situaciones reales por similitud con otras vividas». Esto va a permitir que el espectador se haga su propia idea de los hechos a causa del enfoque planteado en la información.

Bloque económico

Noticia aranceles

Posteriormente, se informa sobre los aranceles. El día anterior se publicó que Estados Unidos eliminaba los aranceles con Europa durante cinco años y ahora, se cubre la noticia en clave Andalucía, especialmente desde una perspectiva del sector agrícola. Para ello emplean las declaraciones de Eduardo Martín, secretario general de Asaja-Sevilla, quien explica que el aceite español se vendía de manera directa e indirecta, lo cual tiene un retorno importante para los agricultores y se obtenía mucho dinero de esas ventas. Así las cosas, vemos como Canal Sur trata de transmitir la importancia de este sector productivo para la región, pues como dice Freideberg (2004) los medios de comunicación son actores políticos que expresan o articulan intereses. Para reforzar esta idea y verlo en clave positiva, también se usan las declaraciones de Cristóbal Cano, secretario general de UPA-Andalucía. Argumenta que (sin aranceles) se impulsa la promoción del aceite a fin de volver a las cuotas de mercado previas a la imposición de los aranceles.

Noticias de la subida de la luz

Volvemos a las noticias sobre la luz. Se hace un seguimiento de las subidas de la luz y se vuelve a hablar con expertos. Parece que hay una voluntad de explicar problemas que, en términos generales, no suele explicarse y son de interés general. Si bien se presentan datos negativos, como el precio de la subida de la luz en el mercado (no se indica cuál es la fuente) y se aporta una nota positiva en cuanto a la gestión del gobierno.

Seguidamente, en el informativo se afirma que el Gobierno de la nación va a aplicar una fiscalidad especial para las empresas eléctricas. Indican que el gobierno intenta centrarse en los ciudadanos y paliar los efectos de esta subida en pro del bienestar común. No obstante, la noticia introduce la postura de las asociaciones de consumidores, exigiendo una reforma del bono social y una rebaja del IVA en la factura en los domicilios privados.

Aquí, la construcción de la noticia nos permite ver qué trata de decir este medio de comunicación. En este aspecto, suscribimos lo que dice Hernández (2014), quien argumenta que la versión subjetiva y personal de los hechos hace que la mejor manera de explicarlos sea dando distintas versiones, siempre interesadas, de quienes protagonizan la noticia. Entonces, entendemos que esta construcción permite ver cuáles son las distintas posiciones respecto a la subida de la luz. Se presentan los datos de la subida, pero directamente se va a lo que hará el gobierno con lo que está ocurriendo y la posición de los ciudadanos por medio de las asociaciones de consumidores, las cuales se muestran exigentes. En líneas generales, la información presenta varias fuentes cuyo resultado produce una sensación de pluralidad en la exposición de la noticia.

Posteriormente, Canal Sur informa de que el Gobierno central ha dado ayudas a pequeños y medianos empresarios, lo cual se convierte en una noticia de interés general. No obstante, se pone una visión contrapuesta por parte de la consejera de empleo, Rocío Blanco, la cual aparece para seguir reforzando la labor de la Junta de Andalucía. Y refuerza lo mencionado sobre la conformación de la información política, ya que esto se recalca en el momento en el que no se expone esa visión de experto como fuente para entender como funciona esta ayuda.

Bloque nacional e internacional

Nos trasladamos a noticias nacionales. Se sigue la actualidad del Congreso; Canal Sur construye la información reforzando las peleas políticas que hay en la Cámara Baja entre unos partidos y otros. Respecto a la disputa política, Bandera (2020) argumenta lo siguiente sobre los informativos y el papel que ocupan de cara a la transmisión de los intereses de las formaciones políticas: «que en los medios predominan piezas y debates vinculados a la estrategia y el juego políticos permite a los medios alimentar la dinámica comercial e intervenir en la esfera política desde un periodismo especulativo». Por tanto, no solo se establece una suerte de ring donde los representantes políticos hacen sus declaraciones, sino que a los medios de comunicación también les interesa hacer este tipo de contenidos para asentarse del espacio público. Dinámica que en este caso cumple la cadena autonómica.

A continuación, llegamos a la información internacional. Se hace una cobertura de la reunión entre la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen y el presidente del Gobierno para que esta dé el visto bueno a los planes de recuperación de España para recibir 70.000 millones de euros en ayudas en forma de préstamos. Indican como será el proceso de aprobación definitivo y se da por información un rumor cuando se dice que Pedro Sánchez afirma que esas ayudas podrían llegar en agosto.

Para comprender la relación entre el mensaje y el poder de las imágenes en la retransmisión televisiva acudimos a Gómez-Biedma (2015), que recoge a su vez las palabras de Ramonet, quien apunta que la televisión ha modificado la idea de la información, el concepto de actualidad, el tiempo de la información e incluso la veracidad. Este autor añade además que el directo y el valor descriptivo de las imágenes construyen la realidad. Así las cosas, vemos cómo el mensaje se entiende como un hecho de gran relevancia gracias al refuerzo de las imágenes y la información que traslada la periodista en directo, justo en el lugar de los hechos.

Bloque violencia de género

En este bloque destacamos la noticia del Melillero. El titular de la introducción destaca que este ha sido juzgado por un intento de robo y amenazas en Torremolinos. La información parece relatar que el hecho es reciente. No obstante, la noticia indica que este hecho sucedió hace tres años y se le está juzgado ahora.

En este caso puede existir una difusión engañosa de la información. La cadena aprovecha la repercusión mediática del Melillero por atacar con ácido a su exnovia para enlazar una noticia en la que no se aclara desde el principio que el hecho del que informan no es actual, sino por una situación que se produjo hace 3 años, aunque se le juzgue ahora por ese motivo. Desde el punto de vista del código deontológico de la FAPE, Canal Sur infringe el artículo 1 de los principios de actuación, pues omite información esencial (el cuándo de la noticia) y publica la información de manera engañosa.

En el resto de las noticias (Alicia Rodríguez y la muerte de una mujer en Madrid) se promueve el compromiso de la cadena contra la violencia de género comentado anteriormente.

Con relación al tratamiento de la violencia de género en el periodismo, Carratalá (2016) argumenta que esta temática debe ser abordada como herramienta clave para que las agresiones dejen de ser tratadas como un asunto particular dentro de la pareja a ser observadas como un problema social. Esta dinámica es la que sigue la cadena de televisión pública. Una muestra de ello es la siguiente. En un momento dentro del bloque, la abogada especialista en violencia de género, Amalia Calderón, explica cómo pueden pedir ayuda las mujeres ante una de violencia machista. También aclara las distintas formas de violencia de género, aparte de soluciones que aporta la Junta para apoyar a las víctimas y ayudarlas. Además, previa a la introducción de sus declaraciones, la periodista que narra la noticia dice que la violencia de género se trata de un problema estructural. De esta forma, vemos cómo ha cambiado la visión del tratamiento de las noticias sobre la violencia de género.

Bloque de actualidad de política andaluza

Finalmente, se termina el telediario introduciendo una noticia de política andaluza. Se hace un seguimiento de cómo evoluciona la situación del PSOE-A. También se explica cómo se empieza a componer el PSOE-A en el Parlamento de Andalucía. En términos generales, el canal insiste por medio de distintas declaraciones de personalidades fuertes del partido, como el secretario general del partido en Jaén, Francisco Reyes, el presidente de la Comunidad Valenciana, Ximo Puig o Felipe González. en que Susana Díaz tiene que abandonar lo más pronto posible. Con todo esto, podemos ver que la cadena de televisión trata de difundir el mismo mensaje sobre esta cuestión utilizando las mismas fórmulas, es decir, declaraciones de varias personalidades del partido diciendo que se vaya.

Posteriormente se informa de la actualidad sobre la alcaldía de Granada. Pero sirve como pelea política enfrentando la gestión de este problema por parte del PSOE y la postura de Juan Marín, pues el máximo edil de la ciudad era del partido del vicepresidente de la Junta.

- *Informativo del día 17/6/2021*

Comenzamos el informativo con los siguientes titulares:

- Juanma Moreno se reúne con Pedro Sánchez para tratar temas políticos y económicos de Andalucía, pidiendo, además, una mesa bilateral.
- Se adelanta la segunda dosis de Astrazeneca para la población de 60-69 años.
- Paciente ingresado por infección de COVID-19 y virus del Nilo.
- Reino Unido va a permitir que sus ciudadanos viajen a España, siempre y cuando tengan la pauta completa.
- Subida del precio de la gasolina debido al aumento en el precio del barril de petróleo.
- Grandes granizadas en Jaén.

Bloque de actualidad

Noticia sobre la reunión entre Juanma Moreno y Pedro Sánchez

Comenzamos con la noticia relativa a la reunión entre el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno y el presidente de España, Pedro Sánchez.

En primera instancia, se recalca el liderazgo de este como el mayor representante político del pueblo andaluz. En este sentido, Navarro (2021) señala que las diferentes teorías que abordan los líderes se caracterizan por su iniciativa, la proactividad o la decisión. Estos son valores que se pueden asociar al presidente de la Junta en el que queda retratado como el mayor representante de los intereses de los andaluces.

Por otra parte, durante la noticia se manifiesta en repetidas ocasiones que el presidente ha mantenido una postura cordial y exigente, desde el diálogo, a la hora de trasladar a Pedro Sánchez las prioridades de Andalucía. De este modo, la cadena difunde no solo la noticia, basada nuevamente en declaraciones, sino que envía un mensaje a la ciudadanía mostrándole una actitud proactiva. De esta forma, se entiende que el tratamiento informativo y el enfoque que emplea la cadena es el siguiente:

«El mismo criterio de elección, prioridad y jerarquía determina un grado de subjetividad, entendiéndola como el grado de interés personal al elegir esto y no aquello como objetivo central del análisis. Ella, también siempre tiene un sesgo, un grado de subjetividad inexcusable de quien mira, escribe, filma, fotografía y transmite la información a favor de algo y en detrimento de otro. Todo acto comunicativo es un juicio de valor».

(Aguilera, 2020, p.109)

Por tanto, el medio de comunicación es el responsable de distribuir la información con un enfoque a fin de mandar un mensaje determinado a la población para que tenga una impresión u otra de un personaje y su actuación en un acontecimiento. Esto también lo vemos cuando el reportero Rafa Vega transmite lo dicho el presidente Moreno. Se da relevancia a las declaraciones del presidente autonómico respecto a la reforma del modelo de financiación y en la gestión de los fondos europeos. No obstante, desde el punto de vista informativo, no se intenta explicar cómo es el modelo de financiación ni por qué está anticuado, lo cual también es una elección del propio medio a la hora de construir la información.

De esta manera, se ejerce una manipulación en el mensaje que, como dice Reig (2003), intenta llevar al receptor al redil que desee y procura que piense de una forma determinada.

Noticia sobre el infectado por virus del Nilo y Coronavirus

Continuamos con una noticia sobre una persona infectada por el virus del Nilo y por COVID-19 en Sevilla. La reportera describe como se encuentra el hospitalizado y su situación de salud actual, realizando un tratamiento informativo respetuoso con la intimidad del afectado. Por tanto, se aplica adecuadamente el artículo 4, apartado d, de los principios generales del código deontológico de la FAPE, el cual se refiere a las intromisiones en la intimidad cuando se trata de personas hospitalizadas.

Por otra parte, a partir del lenguaje empleado encontramos el sentido de la noticia. Se busca transmitir tranquilidad a la población. Este tipo de tipo de noticias pueden provocar distintas emociones en los espectadores, pues estas situaciones, como indican Mujica, Grassau, Bachmann, Herrada, Flores y Puente (2020), en palabras de Mujica y Bachmann (2013), apelan a

los sentidos y a la empatía emocional sobre la razón, añadiendo que este consenso en el foco de los noticiarios en las historias de los personajes individuales permite a las audiencias sentir cercanía a personas y sus vidas. Para alejarse de esto y no generar preocupación se emplea un tono moderado y el contenido está enfocado a decir que se hace investigación se hace al respecto. De este modo ayuda a recalcar que el caso es una excepción con el fin de no alertar a la población, apelando a la responsabilidad social del medio y de los periodistas que, según Ramírez (2012) son responsables directos de los contenidos que se producen.

Bloque coronavirus

Vacunación 60-69 años y datos COVID-19

Avanzamos con una noticia sobre vacunación. Se anuncia que se protegerá con Astrazeneca a la franja de edad de 60 a 69 años. Desde el informativo señalan que esta vacuna protege especialmente contra la variante Delta del COVID-19.

La cadena autonómica, mediante el lenguaje usado por sus informadores, insiste en la necesidad vacunar a fin proteger a esta franja de dicha variante. Para remarcarlo, el reportero toma partido en la información y habla directamente al ciudadano. Le comunica que debe estar pendiente de teléfono móvil porque va a recibir un mensaje indicándole que le pondrán la segunda dosis, en el caso de que lleve con la primera 10 semanas. Además, en clave análisis del discurso, tiene mucho que ver la orientación argumentativa. Boscán dice lo siguiente a este respecto:

«La orientación argumentativa está relacionada con una clase de conclusiones sugeridas al destinatario y que le enunciado presenta como uno de sus objetivos. [...] Las posibles interferencias extraídas desde el enunciado están implicadas en la misma orientación sugerida por las palabras».

(Boscán, 2007, p.78)

De esta forma, se observa que la cadena trata de dirigir un mensaje directo al espectador con una intención comunicativa concreta.

Por parte del informativo, también se intenta meter prisa a la Administración regional, lo cual vemos en el lenguaje empleado. Introducen las declaraciones de una persona de pie, reiterando que es necesario proteger a este segmento lo más rápido posible. No obstante, en la construcción de la noticia también se introducen las declaraciones del consejero de Sanidad, Jesús Aguirre, indicando que las probabilidades de contraer el virus sólo con una pauta son mucho mayores que con la pauta completa. Así podemos comprobar lo indicado Morales (2016), quien afirma que el periodista debe verificar los datos que proporcionan las fuentes y debe valerse de las que tienen conocimiento directo sobre la noticia para otorgarle credibilidad. Por tanto, la selección de las declaraciones que luego estructuran la noticia permite introducir las intenciones discursivas de estas, las cuales intentan transmitir que el ritmo de vacunación se va a incrementar rápidamente y que se debe a la acción del gobierno andaluz.

Posteriormente indican cuales son los datos de vacunación en Andalucía, centrándola en la población de dieciséis años y en las cifras de vacunación total para enlazarlo con las cifras de contagios y muertes, mostrando además los niveles de alerta en Andalucía. Se emplea un tono informativo.

Noticia sobre las mascarillas

Llegados a este punto, se insiste nuevamente en la retirada la mascarilla, creando expectación ante la posibilidad de que desaparezca en espacios abiertos. Sin embargo, contrapone la noticia principal con la postura del gobierno nacional. Para ello, se emplean las declaraciones de Jesús Aguirre, donde aclara que lo de quitar la mascarilla es un debate estéril y que hay que seguir protegiéndose. Así las cosas, empleamos las palabras de Boscán (2007) con relación a la fuerza argumentativa, quien afirma que está vinculada con los enunciados que suelen favorecer aquellas conclusiones que más apoyan al enunciado y le dan más sentido. De esta manera se emplean las declaraciones del consejero de Sanidad para reforzar el mensaje y que este adquiera la fuerza argumentativa suficiente para que dicho llegue con menos interferencias discursivas a la sociedad.

Bloque internacional

Pasamos a una noticia internacional donde informan de que Gran Bretaña permitirá acceder a sus ciudadanos a España con la pauta de vacunación completa y sin pasar cuarentena. El tono optimista de la noticia se refuerza con las declaraciones de Francisco Moro, el portavoz de la Asociación de Empresarios Hosteleros de la Costa del Sol (AEHCOS). Aquí reside de manera trascendente un concepto que acuña Mujica, C., Grassau, D., Bachmann, I., Herrada, N., Flores, P. M. y Puente, S. (2020): la emocionalización de las noticias. Argumentan que existe la evidencia de que las emociones se comunican tanto a través del contenido dicho por fuentes y narradores como a través de sus gestos y tono de voz. En este caso, el uso de la fuente de un organismo afectado por el hecho del que se informa permite que las emociones y las intenciones que tiene la noticia se transmitan de manera más clara a los espectadores con el fin de que se entienda y empatice la situación.

Bloque economía

Pasamos a los temas económicos. La noticia relativa al precio de la gasolina se enfoca a los ciudadanos. La reportera Eva Rodrigo indica cuanto ha subido el precio del carburante, entrevista a algunas personas en gasolineras para consolidar este enfoque y posteriormente se explica por medio del catedrático en Economía en la Universidad de Sevilla, José Manuel Cansino, el porqué de esta subida: el encarecimiento del barril de petróleo, el cual también se encarece por la recuperación económica y el reparto del mercado internacional del petróleo entre Rusia y Arabia Saudí.

Se trata de una noticia cuya construcción nos muestra que existe una voluntad por explicar los orígenes de esta noticia con la voz de un experto en la materia y dirigirse, en general a los ciudadanos. Por tanto, en la construcción de la noticia se cumple con el artículo 1, apartado a,

de los principios de actuación del código deontológico de la FAPE. Además, este tipo de contenidos se acercan, si bien se han de salvar las distancias, al *Slow Journalism*, que como dicen Agirre-Maiora, Antxoka, Murua-Uria, Imanol, Zabalondo-Loidi, Beatriz (2020), prioriza la calidad ante la cantidad y huye de la dependencia de la actualización continua.

Por último, vuelven a meter la noticia del precio de la luz. Se centra en decir, nuevamente, que el gobierno tomará parte en este asunto. Así lo ha hecho saber por declaraciones del ministro de Consumo, Alberto Garzón, quien indica que el Gobierno aplicará medidas fiscales para rebajar el precio de la luz a los ciudadanos. En este aspecto, se vuelve a utilizar como recurso informativo las afirmaciones de un representante político para componer una noticia.

Bloque nacional

Pasamos a los indultos. La noticia está estructurada mediante las declaraciones del presidente de la CEOE, Antonio Garamendi, de la vicepresidenta tercera y ministra de Trabajo, Yolanda Díaz y Pablo Casado, así como las de los presos del Procès. Se muestran dos posturas claras dentro de la noticia, lo cual incide en los cambios producidos en el tratamiento informativo de las noticias políticas. A este respecto Ortells-Badenes (2014) argumenta que la información dura pasa a recibir un tratamiento más suave. Y todo ello se debe a la tendencia marcada por el infoentrenimiento. En esta misma línea Baym (2010) argumenta que los espacios de entretenimiento han incrementado la presencia de contenido político. De esta forma, se entiende por qué se realizan informaciones políticas en las que prime el espectáculo y la emoción de la reconstrucción de los hechos y de las declaraciones de los implicados.

Se vuelve al ámbito andaluz siguiendo la actualidad de lo que ocurre con el Ayuntamiento de Granada. Postulan este acontecimiento como una pelea política, lo cual incide en la forma de comunicar y transmitir la política actualmente. La construcción de la noticia y el uso de las declaraciones hacen que se refuerce la pelea política.

Bloque de Sociedad

En este bloque Canal Sur informa de un acontecimiento producido en Cádiz. El ayuntamiento de la ciudad ha quitado la placa conmemorativa al escritor José María Pemán. La presentadora, Victoria Romero afirma que la placa no tenía menciones o símbolos políticos. Añade que está incluida en el catálogo de la memoria histórica y que por ello la quitan. Ese comentario hace que la propia presentadora gane protagonismo y la información tenga más relevancia. Salgado (2007) hace alusión a que el presentador debe estar preparado para adaptarse a los géneros periodísticos, así como a los enfoques o las situaciones psicológicas que desprendan. De esta forma, la presentadora infiere de alguna manera en la información que difunde. No solo informa, sino que al decir que no había significaciones políticas en esa placa, está dando pie a que el público tenga una opinión concreta de este hecho.

Posteriormente, el informativo se centra en la información sobre los daños producidos por la tormenta de granizos de Jaén y se enlaza con una noticia sobre los cambios de temperaturas y las olas de calor en el resto del mundo. Esto nos permite comprobar el carácter llamativo de

los acontecimientos mostrados en el informativo, lo cual se alinea con lo dicho por Redondo (2011), quien argumenta que el periodismo audiovisual tiene la capacidad de crear escenificaciones que se adentran en la ficción, generando una situación nueva y artificial.

- *Informativo del día 18/6/2021*

El informativo del día 18 de junio comienza con los siguientes titulares:

- La mascarilla se dejará de usar en exteriores a partir del 26 de junio.
- El Corte Inglés vacuna masivamente a sus trabajadores en Cádiz.
- Llegada de inmigrantes a las costas de Canarias.
- Análisis de los móviles de Miguel Carcaño para averiguar el paradero de Marta del Castillo.
- Felipe VI cumple 7 años de reinado.

Bloque coronavirus

Comenzamos la primera noticia del día: la suspensión de mascarillas en exteriores.

En primer lugar, la noticia se construye con las declaraciones de distintas personas dando su opinión sobre ello y posteriormente se conecta con una reportera en Moncloa para informar de la situación. La reportera amplía la información dicha por la presentadora y repite que la mascarilla se dejará de usar exteriores de manera obligatoria. Canal Sur, en cierta medida, culmina con esta noticia el seguimiento realizado.

No obstante, se presenta la visión contrapuesta de la Junta de Andalucía, como en anteriores ocasiones. Se confirma mediante las afirmaciones de Juan Marín, quien manifiesta que una vez más, el presidente del Gobierno actúa de manera unilateral y diciendo que seguirán recomendando el uso de la mascarilla. De esta manera, se confirma el papel que tienen los medios de comunicación en la mediatización política. Con relación a ello Casero-Ripollés (2012) afirma que la mediatización provoca que el orden social y político devenga en un orden mediático, donde los medios desempeñan un doble papel: son simultáneamente espacio y actor, lo cual revela su importancia estratégica para la construcción de la realidad política. En consecuencia, vemos cómo los políticos, en este caso, son una herramienta fundamental para que el medio, a través de la construcción de la noticia, transmita un mensaje determinado a la sociedad.

De hecho, el evento en el que interviene el vicepresidente Juan Marín queda relegado por la opinión de este sobre las mascarillas, con lo cual comprobamos que prevalece la intención comunicativa del medio sobre el hecho en sí.

Por otra parte, se informa de que España se suma a varios países que ya han quitado las mascarillas. En general, se informa de la situación internacional y europea, de lo que destacamos un apunte que destacar. En la parte internacional se dice que Nueva Zelanda, Australia o Israel fueron las primeras en quitar las mascarillas debido a un muy avanzado ritmo de vacunación. Como dice Aguilera (2020), la realidad que construyen los medios de comunicación funciona como mediadora, estructuradora e interviene desde cualquier forma discursiva a la formación de opiniones individuales o colectivas. A este respecto, se puede decir que el informativo, de alguna manera, intenta manifestar que nos están diciendo que España sigue la tendencia de grandes potencias internacionales en cuanto a las restricciones de las mascarillas.

Noticia de vacunación en El Corte Inglés

La noticia comienza con un tono optimista. Se informa de que los trabajadores de El Corte Inglés son vacunados en su centro de trabajo debido a un acuerdo entre las empresas y el gobierno de la Junta de Andalucía. Se expone en clave positiva este acontecimiento porque ayuda a mejorar los datos de vacunación y por extensión, la perspectiva sobre la gestión del coronavirus del ejecutivo regional. A este respecto, el sentido de la noticia, como argumenta Boscán (2007), no está supeditado al valor de verdad de un término, sino que está íntimamente ligado al enunciado y a la situación de discurso en la que se escribe. Por tanto, no es necesario que el mensaje sea cierto para transmitir un discurso. En este caso, predomina la intención discursiva de la noticia que los hechos en sí.

Este argumento se refuerza con la siguiente noticia. Se indica que en Andalucía se han puesto 600.000 vacunas durante esa semana, lo cual supone un impulso del ritmo de vacunación y, sobre todo, suena a que la pandemia llega a su fin. Además, se mete información sobre los viales de Moderna y la conservación de esta vacuna, pero en general, la noticia, con el broche de oro del reportero Sergio Morante (informa también de que las citas se abren a personas que nacieron en 1985), trata de hacer ver a través lo dicho anteriormente que la vacunación avanza rápidamente. De esta manera, el discurso se fortalece gracias a la composición que realiza el telediarario para unir la información y mandar un mensaje a la población.

Bloque de actualidad política andaluza

Reunión Juanma Moreno y Pedro Sánchez

Posteriormente, se pasa a una actualización de la información sobre la reunión entre Pedro Sánchez y Juanma Moreno. Se vuelve a producir la disputa política por medio de las declaraciones de la ministra de Hacienda, María Jesús Montero. Afirma que hay comunidades autónomas con un tratamiento peor que en otras comunidades, como es el caso de Andalucía. Posteriormente, se introducen las declaraciones de la secretaria general del PP-A para exigir más al Gobierno de

la nación. Y por último, aparece el consejero de Presidencia de la Junta, Elías Bendodo, hablando nuevamente sobre lo injusto del actual sistema de financiación autonómico. Así las cosas, vemos que las declaraciones de los actores políticos son un vehículo (una vez más) para estructurar un argumento y que este se transmite con la complacencia de los medios de comunicación. En clave análisis del discurso, especialmente en este caso, hace que la unión de diferentes enunciados permita conocer el sentido de la noticia:

«Comprender un enunciado es comprender la orientación intencional de su locutor. En la teoría de O.Ducrot, el sentido no se define como un estado de las cosas o un contenido cognitivo sino como el conjunto de encadenamientos a los que se accede a partir del mismo enunciado».

(Boscán, 2007, p.178)

A este respecto, también añadimos una variable importante dentro de la composición de la noticia. Ferrer (2011) recoge las afirmaciones de Lozano (2004), quien indica que la personalización de los protagonistas de las piezas informativas ocasiona una descontextualización de los problemas y el ocultamiento de fenómenos estructurales. Y esta noticia es un claro ejemplo de ello, pues queda relegada la reforma del sistema de financiación autonómico, que se emplea como elemento de discordia, y se da importancia a quienes han hecho las declaraciones.

Noticia de corrupción

Pasamos a una noticia de corrupción. Se hace el seguimiento del caso sobre la compra irregular de material sanitario por parte de la Diputación de Almería, cuyo artífice fue el vicepresidente tercero de la diputación y al que, además, le han encontrado 150.000 euros en varias de sus casas. Se informa de que ya no formará parte del Partido Popular y entregará su acta de diputado. La construcción de esta noticia tiene un carácter completamente informativo y un enfoque basado en el interés del ciudadano. Existe una predisposición en que se sepa qué ocurre en las administraciones públicas. De este modo, el medio de comunicación público actúa tal y como afirma Justel (2015) respecto a la función de las empresas periodísticas: «los medios siguen siendo los principales mediadores en las sociedades modernas». Esa función se percibe de manera clara dentro de esta noticia.

A continuación, se sigue la actualidad de lo que ocurre en el PSOE-A. Se informa de que Susana Díaz y Juan Espadas se reúnen para definir los términos del acuerdo entre ambos. Se dice que el objetivo es que la actual secretaria del partido dé un paso al lado (se insiste en esta idea nuevamente). No obstante, llama la atención las declaraciones que recogen de Juan Espadas, donde indica que informará de todo lo relativo a la reunión cuando termine.

En cualquier caso, la información, en pro de la actualidad, se basa en lo que puede pasar y no en lo que está pasando, buscando fuentes para dar la sensación de que se es riguroso con los hechos. En este sentido, lo dicho se contrapone con lo que afirma Luchessi (2016), pues afirma que a través de las fuentes se chequea las informaciones que surgen de rumores, conjeturas o creencias. Así las cosas, la fuente sirve para difundir información y no para contrastarla.

Bloque nacional

Por otra parte, se hace un seguimiento al tema de los indultos. Solo se recalca el mensaje ya dicho. Los indultos favorecen la estabilidad económica (y política), los empresarios están de acuerdo con Sánchez y el PP está en contra de esto. También se informa de que Sánchez dirá en el Liceu el plan que tiene para Cataluña antes de que, previsiblemente, un día después se decreten los indultos.

A continuación, se informa de que el rey Felipe VI lleva 7 años reinando en España. Se incide por parte del presentador Miguel Ángel Sánchez que su mandato como rey ha sido respetado. De este modo, adquiere relevancia lo dicho por Boscán (2007) sobre los destinatarios del mensaje, pues argumenta que las formas del enunciado y la enunciación (el texto y lo que pretende decir) reflejan también las características del destinatario al que locutor se dirige de manera indirecta. Dado el caso, entendemos que la manera de crear un enunciado será fundamental a la hora de que el presentador, en este caso, busca transmitir un mensaje favorable al rey. Lo comprobamos mediante la noticia sobre este hecho. Se muestra una actitud cercana por parte del monarca, yendo por ejemplo a un bar del Arahál, en Sevilla, y que por ello le han devuelto el cariño en las calles. También se refuerza con la encuesta publicada por Metroscopia para el grupo Joly.

Bloque social

En este bloque de contenido la cadena continúa con noticias sobre inmigración. Por lo general, los datos y las declaraciones que emplean sobre el tema dan a entender que se sufre una crisis migratoria. González, Sierra y Benítez (2014) corroboran que los medios de comunicación son en buena parte responsables de la percepción negativa que tiene la opinión pública de la inmigración extranjera. Por tanto, el tratamiento y el enfoque que reciben estas noticias resulta crucial para que sean recibidas de una manera u otra en la población.

No obstante, la información anterior es incongruente con la siguiente noticia. Se informa de que los menores no acompañados que estaban en Ceuta han llegado Andalucía y el gobierno se encarga de ellos. Por contraposición, parece que el medio público intenta que la información acabe en positivo respecto a la noticia anterior, dándole un enfoque humanitario a la información ahora difundida.

A continuación, se presenta información sobre el caso de Marta del Castillo. Aquí se deja claro que se va a utilizar la tecnología más desarrollada (lo dice la presentadora) para localizarla por medio de los móviles de Miguel Carcaño. Se incide en los medios técnicos para ubicar el cuerpo y en el drama que supone esta tesitura. Como dice Ferrer (2011), en los informativos la tendencia actual es que lo más importante sea lo inusual, sorprendente o insólito. De esta manera, la construcción de la noticia permite que se consolide como algo extraordinario y novedoso.

- *Informativo del día 19/6/2021*

El informativo del fin de semana comienza con los siguientes titulares:

- Comienzan las oposiciones para secundaria. La Junta afirma que es la mayor oferta docente desde 2008.
- Debate sobre la retirada de las mascarillas en espacios públicos.
- Actualización de los datos COVID-19: Positivos, muertos y tasa de incidencia.
- Accidentes mortales en las carreteras se han disparado.
- La subida de la luz afecta a los enfermos crónicos.
- Formación de nuevos pastores en Andalucía.

Bloque coronavirus

Mascarillas

Comienza el informativo estableciendo un debate sobre la retirada de las mascarillas en espacios públicos. La construcción de la información emplea las declaraciones de Juanma Moreno diciendo que lamenta la falta de cogobernanza y diálogo por parte del Gobierno de España. También se introducen las declaraciones de los ciudadanos, los cuales expresan una opinión que refuerza lo expuesto por Canal Sur, y las de un experto que trabaja en la OMS, Daniel López Acuña, quien argumenta que la mascarilla debe mantenerse en exteriores hasta llegar a una incidencia de 25 por 100.000 habitantes.

De esta manera, se refuerza la postura que ha mantenido la cadena respecto a la retirada de las mascarillas. La construcción de la noticia y el uso de las declaraciones dentro de esta han permitido mostrar su intención discursiva. Surge así el punto de vista desde la óptica del análisis del discurso. Boscán (2007) argumenta, a este respecto, que el punto de vista resulta indispensable para conocer, distinguir y precisar la intención comunicativa de los enunciadores. En consecuencia, vemos que Canal Sur estructura la información de modo que sea perceptible el punto de vista de la cadena respecto a un hecho.

Actualización de los datos COVID-19

Se sigue informando de la actualidad sobre contagios, muertes y la tasa de incidencia. También hablan de la presión hospitalaria, pero tras ello, introducen una noticia en la que informan de que la policía local de Sevilla ha desalojado un establecimiento de ocio nocturno que superaba el aforo permitido (100 en vez de 42) y no respetaban las medidas de seguridad. El informativo indica mediante la introducción de esta noticia que existen comportamientos irresponsables. En este sentido basamos la argumentación de la cadena en la exposición de la nueva retórica realizada por Boscán, quien afirma lo siguiente:

«la argumentación está sentenciada a actuar sobre un auditorio con la firme idea de transformar sus convicciones por medio del discurso, además de constituirse en una estrategia para vencer, en el juego argumentativo, a través del razonamiento y no de la imposición».

(Boscán, 2007, p.44)

Basándonos en estas declaraciones, el razonamiento se hace mediante la introducción de los datos y de la noticia para transmitir una idea definida: la pandemia no ha acabado y se deben mantener las medidas de protección frente al virus. Asimismo, el presentador informa de que se ha producido un cierre perimetral de Herrera y Cantillana, dos municipios de Sevilla. Las declaraciones de los habitantes de ambas localidades coinciden en lo que Canal Sur recoge a fin de intentar qué ocurre con la situación epidemiológica: los jóvenes son los causantes del aumento de contagios.

En definitiva, la estructura de la información propuesta refuerza lo dicho. Se presentan las informaciones a fin de establecer un discurso sobre la circunstancia actual de Andalucía respecto al COVID-19.

Por otra parte, se amplía la información de los índices de vacunación. Se habla de los puntos de autovacunación (vacunación en coche) como una medida para agilizar aún más el ritmo de vacunación. El sentido de la información intenta transmitir que el ritmo de vacunación avanza de manera constante, lo cual incide en lo dicho sobre los puntos de vista justo en el párrafo anterior.

Bloque nacional

El informativo avanza con la noticia de la toma de posesión de Isabel Díaz Ayuso como presidenta de la Comunidad de Madrid. Se indica que varios líderes regionales, entre los que se encuentra Juanma Moreno, han apoyado a la dirigente madrileña durante el acto. No obstante, este tipo de noticia coincide con la siguiente idea que expone Casero-Ripollés:

«la política pierde espacio y protagonismo en la información y su tratamiento pasa a estar conectado a los valores del infoentretenimiento. [...] Una dinámica que, según algunos autores, genera una imagen negativa de la política que redundará en la debilitación del compromiso cívico y el alejamiento ciudadano»

(Casero-Ripollés, 2012, p.25)

Así las cosas, el enfoque de la información política, en este caso, se basa en los aspectos menos relevantes de la acción política de los representantes. Se busca informar de aquello que llama

más la atención, desechando por tanto enfoques que busquen transmitir la información desde el punto de vista del interés general.

Posteriormente, se enlaza con una noticia sobre el sistema de financiación de las autonomías y la opinión al respecto de Juanma Moreno, insistiendo en este tema y diciendo que se debe hacer desde la multilateralidad, es decir, apelando a criterios democráticos; en contraposición a lo que se ha subrayado respecto al *modus operandi* de Pedro Sánchez, que es unilateral, lo cual se recalca con las declaraciones realizadas por varios miembros del ejecutivo andaluz respecto al tema de las mascarillas. Se recalca nuevamente el modo en que Canal Sur dispone la argumentación sobre un algún asunto para trasladar un mensaje concreto.

Se informa, por último, de que el presidente del Gobierno se ha vacunado y de que la vacunación de los jóvenes de la ESO y Bachillerato comenzará dos semanas antes de que empiece el curso. Se introducen declaraciones de Pedro Sánchez para dar la sensación de veracidad a la información. Sin embargo, vemos que de manera sistemática se reproduce una dinámica en el periodismo de declaraciones. Munive (2016) lo denomina taylorismo informativo y lo explica con estas palabras:

«Las rutinas productivas de los medios, marcadas cada vez más por la inmediatez y la escasez de recurso, se asemejan al sistema laboral diseñado por Taylor. Hoy los periodistas desarrollan su trabajo sometidos a una presión constante, deben emitir contenidos en tiempo real y con escasa reportería».

(Munive, 2016, p.49)

A consecuencia de ello, el periodismo peca de trabajo rápido donde el proceso de verificación reside en las imágenes, no en el contenido de las declaraciones que se reproducen en el informativo.

Bloque de actualidad andaluza

Pasamos a otro bloque informativo. Se informa las declaraciones de Marta Bosquet, secretaria de Relaciones Institucionales de Ciudadanos y presidenta del Parlamento de Andalucía. A lo largo de la noticia la presidenta habla de la gestión de Ciudadanos en materia de educación. No obstante, observamos que el informativo da una información relacionada con una propuesta del partido, por lo que rotula su cargo y obvia su puesto en la institución andaluza. Todo ello hace que pierda relevancia su cargo institucional frente al del partido.

Por otra parte, informan de que Eugenio Moltó, diputado de Vox en el Parlamento andaluz, hace unas declaraciones respecto a la proliferación de plantas voltaicas en el Guadalhorce y lo que perjudica a los agricultores y al paisaje.

En líneas generales, se comprueba otra de las cuestiones sobre las que habla Munive (2016), que en palabras de Vázquez Bermúdez (2006), manifiesta que las fuentes aprovechan la voracidad informativa para suministrar ingentes cantidades de contenido comercial o propagandístico. De este modo, los contenidos que distribuyen los representantes políticos sirven para convencer a posibles electores y los medios de comunicación son las plataformas que utilizan para ello.

Bloque de sucesos, social y económico

A partir de ahora, existe una serie de noticias que, si bien tratan temas distintos, el fondo del discurso que trata de transmitir es el mismo.

En primer lugar, se informa sobre crímenes. El informativo afirma que la Policía Nacional ha desarticulado un grupo criminal dedicado al cobro de deudas en Sevilla. Se explica en qué consiste la operación y por qué han sido detenidos. También se informa de que las pulseras que protegen a las mujeres contra la violencia de género son usadas por 4 de cada 10 mujeres, las cuales son andaluzas.

A continuación, se introduce la noticia sobre las oposiciones donde se insiste en que es la mayor convocatoria de plazas desde 2008 en Educación Secundaria. Posteriormente, se profundiza en cómo va ser este proceso y se centra en las experiencias que están viviendo los opositores.

La siguiente noticia trata sobre el tema de los aranceles y sus efectos sobre quienes producen aceitunas negras, los cuales han recibido un fallo positivo a favor del sector de la aceituna. Y por último, llegamos a la noticia sobre los pastores en el siglo XXI.

Estas noticias tienen un denominador común. Todas, de alguna manera, tratan de poner en positivo una labor, sea de la policía o de la Junta de Andalucía, o un sector económico, como es el caso de la agricultura y la ganadería. Aquí se emplea lo que denomina Pallarès-i-Maiques (2017) RRME, es decir, Recursos de Manipulación Enunciativa. Considera que son los mecanismos que usa el enunciador para modular la enunciación y con ello, «hacer creer» a los enunciatarios. Con ello queremos decir que la cadena de televisión intenta transmitir una imagen o una serie de intereses determinados por medio de las noticias escogidas. De esta forma, por ejemplo, parece que el informativo hace promoción de la escuela de pastores para que los ciudadanos tengan conocimiento de ello y se apunten, lo cual podría ser una práctica más cercana a la publicidad. Por tanto, existe una incongruencia por parte del informativo, lo cual se refleja en las afirmaciones de Muñoz (2020), quien dice que cuando se lleva un enunciado publicitario a una acción estratégica encubierta se desprende un modelo defectuoso de la comunicación.

Por tanto, se está produciendo una unión de conceptos publicitarios e informativos. Esto puede indicar una mala praxis periodística según el artículo 6 de los principios de actuación del código deontológico de la FAPE, según el cual el periodista debe hacer una clara distinción formal y rigurosa entre la información y la publicidad.

A continuación, tenemos noticias donde la cadena se acerca a los problemas de los ciudadanos y trata de explicar los porqués de situaciones que les pueden afectar de manera directa.

Por un lado, se informa sobre la subida de luz que afecta a quienes tienen una enfermedad crónica. Para entender la situación de los damnificados, se introducen de las declaraciones hechas por la psicóloga de la asociación ELA Andalucía y los propios afectados explicando la situación que están viviendo. Por tanto, se apela a un espíritu de Responsabilidad Social por parte de la cadena. Como dice Ramírez (2012), el informe McBride tiene dos visiones respecto a los efectos de los medios en los públicos. En la primera visión argumenta que existe una influencia y poder de las empresas periodísticas que afecta directamente a la población. Así las cosas, esta noticia puede incidir de manera indirecta en la ciudadanía, pues muestran una circunstancia real cuyos

efectos puede derivar en distintas respuestas de la sociedad. El medio de comunicación, por tanto, es el principal responsable de esa reacción.

Sin embargo, la noticia emplea cierta información de la que se desconoce su origen. Por ejemplo, en la noticia se dice que los afectados consumen entre 150 y 200 euros más de luz. Sirve para reforzar el sentido de la noticia, pero en este aspecto, el uso de las fuentes secundarias (documentos, bases de datos, archivos...) queda en un segundo plano. Como dice Díaz (2008) el periodismo tiene que ser preciso y ello exige verificar datos y confrontar con ellos las versiones de los protagonistas. En este caso, no vemos que esta práctica se esté produciendo.

La información se estructura con declaraciones de expertos, pero no se contrasta la información que publican. Se basan en suposiciones de estos respecto a los hechos de los que se informan, pero no información contrastada. El sentido de esta noticia busca concienciar a los conductores para que sean prudentes.

Por otro lado, el informativo presenta una voluntad explicativa donde los ciudadanos entiendan la realidad que les rodea. Para ello se publica una noticia sobre la bajada de los precios del alquiler. Aquí se busca profundizar en la información y lo vemos en la construcción de la noticia. Se introducen declaraciones de especialistas, como el responsable de Idealista en Andalucía, quien deja entrever que las subidas en Granada y Almería se deben al sector turístico. En Jaén explican que los alquileres no son tan baratos con relación al bolsillo del jiennense. Se denota una intención de ahondar en los hechos y de trasladar un enfoque vinculado al interés general, siendo los medios de comunicación, según Justel (2015) y con las palabras de Martínez Albertos (1989), un eslabón no-intencional entre el conjunto de acontecimientos de interés general y los públicos receptores afectados de una forma u otra por estos mismos acontecimientos.

Esta apreciación de Martínez Albertos también la podemos comprobar en una noticia sobre los trabajadores en ERTE, donde Canal Sur explica las dudas de los trabajadores que están en este régimen por medio de las declaraciones de experta en la materia.

Posteriormente se trata el tema de los controles de alcohol y drogas por parte de la Guardia Civil. La noticia explica que esto se debe al aumento de la siniestralidad, lo cual se ha producido por el aumento de la movilidad. En clave análisis del discurso, los elementos que construyen la noticia producen lo que llama Boscán (2007) "refuerzo", que actúa como un acompañante que otorga mayor fuerza al argumento. En este caso, la cadena consigue transmitir el siguiente mensaje: concienciación para conducir un vehículo.

- *Informativo del día 20/6/2021*

El informativo de hoy comienza con los siguientes titulares:

- Realizado el examen de las oposiciones. Se insiste en que es la mayor oferta de plazas desde 2008.
- Baja la presión hospitalaria.

- Se superan los aforos nuevamente en los sitios de ocio nocturno.
- Se controla con cámaras térmicas los aforos de las terrazas.
- Andalucía tiene su propia Torre de Pisa.

Bloque de actualidad

En temas de actualidad se informa de los exámenes de las oposiciones, a los cuales se han presentado 47.000 opositores. La reportera recoge las impresiones de los opositores. A la hora de exponer la información en el rótulo se insiste en que la Junta de Andalucía ha hecho la mayor oferta de empleo desde 2008. Además, la construcción de la noticia nos permite ver que este proceso es limpio. Uno de los examinadores hace unas declaraciones insistiendo en el respeto a la privacidad y, sobre todo, en la meritocracia. Quienes pasan la prueba lo hacen por sus aptitudes. Como argumenta Boscán (2007) la argumentación en sentido general busca el convencimiento del receptor, su adhesión a una conclusión determinada. Por tanto, como ha ocurrido en anteriores ocasiones, la argumentación que propone el informativo mediante distintos recursos (declaraciones, selección de fuentes, composición de la información...) hace que se vea con mayor claridad el discurso que propone la cadena respecto a este tema.

Noticias coronavirus

En primer lugar, se informa de que hay 276 municipios sin coronavirus. Seguidamente se introduce que bajan las hospitalizaciones salvo en las UCI, que son 3 más. Posteriormente se persiste en los avances con la vacunación. El telediario actualiza la información pública en días previos, demostrando que ya se están poniendo las segundas dosis de Astrazeneca a la franja etaria comprendida entre 60 y 69 años.

El seguimiento realizado con esta noticia nos permite ver que la realidad se puede afrontar con distintos enfoques. Aguilera (2020) afirma lo siguiente a este respecto: «la objetividad es muy relativa desde el mismo momento en que se selecciona un objeto, un tema, un suceso o hecho desechando otros. El mismo criterio de elección, prioridad y jerarquía determina un grado de subjetividad». De este modo, la manera en que el medio afronta la noticia es determinante a la hora de que la sociedad reciba un mensaje concreto. Así las cosas, se recalca el trabajo que se hace relativo a la vacunación, que se refuerza con declaraciones de los ciudadanos que se está vacunando. También se refuerza la importancia de la protección de la vacuna con las afirmaciones del epidemiólogo Daniel López Acuña para explicar qué ocurre con la variante delta, qué implica y qué consecuencias puede tener.

No obstante, con la siguiente noticia informa del cierre de establecimientos que no cumplen medidas contra el COVID-19. Así se presenta una llamada a la responsabilidad individual para que el coronavirus sea contenido. Ello depende de la comunicación del sujeto de la enunciación, el cual, según Jorques (2005) se convierte en una suerte de sistema comunicativo cerrado, con

barreras que filtran toda la información indeseable y que da como resultado una selección del mensaje operada en términos de congruencia. Esto significa que la comunicación depende en gran parte del emisor y de las intenciones comunicativas que tenga, para lo cual emplea distintas herramientas de filtración para desarrollar un discurso.

Bloque de política andaluza

En este bloque de contenido informativo se informa del mitin del PSOE en Sevilla. La información gira en torno a la renovación del partido y la mejora en las relaciones entre PSOE nacional y andaluz, recalcando nuevamente que Juan Espadas es un hombre de Pedro Sánchez para controlar el partido. Se reafirma esta postura mediante las declaraciones que ha hecho el propio Juan Espadas en el encuentro. A este respecto reconocemos que la agenda y los temas de los partidos políticos confluyen con la agenda de los medios de comunicación.

Sobre este asunto Casero-Ripollès (2012) apunta, en palabras de Davis (2010), lo siguiente: «Los políticos se configuran como fuentes preferentes y dominan el ritmo y la cadencia de la información política, dosificándola según sus intereses. Con ello logran, con mucha frecuencia, imponer su agenda temática a los periodistas». A consecuencia de ello, se puede ver que son los políticos quienes constituyen los hechos noticiosos, haciendo que el Periodismo reproduzca el contenido que los equipos de comunicación de los representantes políticos quieren distribuir. Esto concuerda con lo que recogen Pellisser y Pineda (2017) y argumenta previamente Imbert (2008), quien afirma que la televisión ha dejado de ser una ventana al mundo para convertirse en un espacio de proyección.

Posteriormente se informa de la convención de Andalucía Por Sí. El representante del partido político afirma que se están preparando para unas posibles elecciones. La introducción de esas declaraciones nos permite argumentar, mediante las palabras de Bandera (2020), que los medios de comunicación y los partidos políticos prestan poca atención a los programas electorales, favoreciendo así contenidos centrados en el componente estratégico y competitivo. De esta manera vemos cómo el medio de comunicación establece un clima electoral, lo cual promueve la competición y la estrategia de los partidos políticos para ganar votos.

Bloque de sucesos y social

Pasamos al bloque de sucesos, donde se informa de que un hombre muere tiroteado en Estepona y que la Guardia Civil descubre una operación de blanqueo que implica narcotráfico. Estos hechos resultan especialmente llamativos para el espectador. Sin embargo, el empleo frecuente de este tipo de noticias genera una sensación de normalización por parte de los espectadores como señala Ferrer:

«Se apunta desde la perspectiva de la psicología que la presentación de acontecimientos y la exposición excesiva a estos temas, -como la violencia, la corrupción, la violencia de género- puede llegar a normalizarse y la reacción de los receptores puede llegar a ser que no reciban la información con la misma sensibilidad, es decir, que se vuelva insensible o no reflexione lo suficiente sobre estos sucesos que están aconteciendo».

(Ferrer, 2011, p.118)

De esta manera, se convierte lo excepcional en cotidiano.

Bloque cultura

En el bloque de cultura se establecen una serie de noticias cuyos temas son distintos, pero en el fondo reflejan ciertas similitudes. Por ejemplo, el anuncio de las jornadas europeas de arqueología organizadas por toda Andalucía, el parecido de la torre de una iglesia en Bujalance, (Córdoba) con la Torre de Pisa o el 50 aniversario del museo provincial de Jaén son informaciones enfocadas a dar visibilidad a distintas actividades o lugares de Andalucía a fin de que sean visitados. Por tanto, queda en un segundo plano la intención informativa y prevalece la discursiva. Esta idea recogida por Redondo (2011) y argumentada por Langer (2000) viene a decir que la selección de la situación captada contribuye a generar significados y dirigir interpretaciones. Langer lo expresa de la siguiente manera:

«la elección de este momento del acontecimiento en lugar de otro o de esta persona en lugar de aquella o de este ángulo en lugar de otro cualquiera, la selección, de hecho, de este incidente fotografiado para representar una compleja cadena de acontecimientos y significados, es un procedimiento altamente ideológico»

(Langer, 2000, p.3)

En definitiva, estos acontecimientos resaltados por la cadena autonómica denotan los intereses que tiene en que esos sitios sean reconocidos y localizados por la opinión pública. De esa manera se influye a los ciudadanos para que visiten esos lugares o conozcan esas actividades, haciendo una suerte de promoción para promover el sector turístico, pues es uno de los sectores económicos más fuerte de Andalucía, [el cual representa el 13% del PIB de la región según la Junta de Andalucía.](#)

Conclusiones

Una vez realizado el análisis, podemos establecer una serie de conclusiones respecto a la información que difunde la cadena de televisión regional y la influencia que existe del entorno mediático mundial sobre esta.

En líneas generales, las hipótesis y los objetivos del trabajo se han cumplido. Por ejemplo, comprobamos que los medios de comunicación públicos han realizado un viraje hacia las prácticas de las grandes corporaciones de la comunicación (economía por encima de contenidos), lo cual vemos en medios como la BBC, reflejado en el marco teórico. Por otra parte, apreciamos que la responsabilidad social y la veracidad en las informaciones de Canal Sur se han diluido. No obstante, hay noticias e informaciones en las que sí se percibe claramente el compromiso de la cadena por informar de manera veraz y desde la responsabilidad social.

En cualquier caso, entendemos que no hay diferencias significativas en los contenidos y los enfoques que pudiera haber una televisión pública y privada. Como señalamos en el marco teórico, a causa de la crisis de 2008, los medios públicos han perdido financiación y se han tenido que adaptar a nuevas rutinas de trabajo. Han realizado un esfuerzo notable para adaptarse a las exigencias de un mercado en el que existe una mayor competencia debido a la gran fragmentación de los espectadores, la cual se produce por una mayor oferta de canales y el dominio en audiencia de los dos grandes grupos privados, especialmente en clave España.

Todo ello ha fomentado que la precariedad en la profesión haya aumentado desde entonces, lo que provoca una pérdida de calidad y profundidad en las informaciones. Podemos afirmar, por tanto, que las prácticas de la empresa privada se han introducido en los medios de comunicación y a su vez, se han desarrollado en los medios públicos en pos de la competitividad y la supervivencia de estos.

A través de los análisis hemos comprobado que las prácticas periodísticas de los medios privados aparecen con frecuencia en Canal Sur. Los informativos suelen tratar la información sin profundidad, lo cual se puede comprobar en varias informaciones sobre la cuestión del coronavirus y su evolución. Se suele explicar poco el porqué de un aumento o una bajada de contagios y cuando lo hacen es de manera indirecta. Es común la introducción de noticias donde se trata de indicar que la relajación de los ciudadanos (se incluye a los jóvenes) es la causa única de los problemas, lo cual se convierte en un problema de responsabilidad individual.

Por otra parte, también observamos una tendencia a presentar luchas constantes entre los actores políticos, cuyo culmen reside en el enfrentamiento del gobierno regional contra el gobierno de la nación. Es habitual ver noticias donde los principales cargos de la Junta de Andalucía muestran una postura exigente frente a la actuación del gobierno de coalición o una postura un tanto beligerante. A grandes rasgos, se trasmite una visión favorable hacia la gestión de la Junta (se muestra cercanía en el telediario llamando al presidente de la Junta de Andalucía Juanma Moreno en vez de Juan Manuel Moreno) y a los objetivos de la Junta. Para ello, las declaraciones y la composición de la información son fundamentales para entender los lazos entre la cadena pública y el gobierno.

Siguiendo por esta línea, también comprobamos que el telediario trata de transmitir un discurso más que informar. Lo identificamos mediante la práctica periodística, donde no se aprecia en

muchas ocasiones un trabajo de verificación de la información. Se exponen las declaraciones por parte de los reporteros y se da sensación de verdad metiendo las grabaciones en las que aparecen dichas declaraciones. Sin embargo, el informativo no se centra en contrastar las palabras de quien aparecen en imagen, lo cual provoca que los interesados transmitan un mensaje concreto y el medio de comunicación sea partícipe de este.

Esta situación se produce por la precariedad que ya hemos comentado anteriormente. Canal Sur ha reducido a lo largo de estos años su personal en 200 personas y el presupuesto en más de 80 millones de euros. Esto tiene consecuencias a la hora de hacer una información más profunda y de calidad, ya que no hay suficientes profesionales para hacerlo y hace que se abuse del periodismo de declaraciones en muchas ocasiones. Además, también se emplean las noticias de sucesos relativas a la región. Esto hace que se haga un seguimiento de lo que ocurre en la comunidad autónoma, pero reducen la calidad de los informativos.

Por otra parte, encontramos aspectos positivos en los informativos de Canal Sur que nos permiten ver que actúa como un servicio público de información. En varias noticias existe un enfoque hacia el interés general, tratando de explicar por qué suceden ciertos hechos que afectan a la vida de los ciudadanos. Por ejemplo, en una noticia donde se trata la subida del precio de la luz, de la gasolina o de los alquileres, observamos que se emplean fuentes expertas para explicar los motivos por los que se han producido estas subidas. De esta manera, también se traslada a los ciudadanos que la cadena se pone del lado de la sociedad y de lo que le afecta.

Asimismo, también se puede identificar un interés por informar en gran parte del informativo sobre cuestiones andaluzas. La información nacional e internacional tiene menos peso frente a la regional, lo cual provoca que se desarrolle un sentimiento de pertenencia hacia la información que difunde. De esta manera, hace que los ciudadanos también empaticen con la información que se les traslada.

Por último, añadiremos que la información sobre violencia de género suele ser tratada desde el respeto a las víctimas, a la intimidad, a la privacidad de estas y a los afectados. En cambio, muchas noticias sí que denotan el interés de Canal Sur por mostrar el compromiso de la cadena contra la violencia de género más que informar en profundidad de ello. Esto se ve cuando hacen el seguimiento de ciertas noticias, donde el hecho noticioso ya se ha producido y no existe información relevante al respecto, pero informan igualmente de ello.

En suma, se trata de un informativo donde la mirada se dirige con cierta frecuencia hacia el público, si bien también promueve las mismas prácticas periodísticas que las grandes corporaciones de la comunicación. De esta manera, se une a la tendencia de varios medios de comunicación públicos a nivel europeo.

Para finalizar el trabajo, adjuntamos un anexo en el que haremos una propuesta de posible informativo para la cadena de televisión autonómica.

Anexo: Propuesta de informativo

En referencia a las conclusiones, haremos una propuesta de informativo volcada completamente en lo andaluz (aún más), en la información veraz y en la profundidad de los contenidos, cuya base será la diferenciación clara y puesta en valor de los géneros periodísticos. Para ello, planteamos una duración de informativo de una hora y quince minutos. Las circunstancias actuales no permiten que en un telediario se haga un periodismo más lento y de largo formato. No obstante, sí es posible ahondar en diversas cuestiones con un mínimo de rigor y profundidad y por tanto, pretendemos hacer un informativo más largo para poder tratar y ahondar en las cuestiones relativas a la realidad andaluza. Para ello, vamos a proponer una estructura de informativo que nos permita cumplir con estos objetivos.

El esqueleto del telediario estará compuesto de una introducción donde se incluirán noticias de actualidad andaluza, sea política, económica, cultural, social, etc. Contaremos con una puesta en escena donde aparecerá una canción (música de producción andaluza) que introduzca los informativos, a lo cual seguirá un plano del presentador saludando a los espectadores y comenzando a relatar brevemente los titulares más importantes del día.

Por otra parte, los temas (y noticias) que aparezcan en el telediario no tienen por qué guardar dependencia de la agenda mediática actual; dicho de otra manera, creamos nuestra propia agenda temática, con un enfoque vinculado por completo a las informaciones de interés general. Puede que algunos temas confluyan con la agenda mediática establecida. No obstante, los modos de tratar y enfocar las noticias serán distintos. Se trata aplicar la independencia que han de tener los profesionales y los medios de comunicación públicos.

A continuación, se pasará a explicar la información dándole mayor importancia a los géneros interpretativos. Por ejemplo, se harán reportajes donde la pluralidad de fuentes sea prioritaria, además de crónicas o análisis que ayuden a entender el panorama andaluz. De este modo, la clara distinción de los géneros también implica honestidad en la práctica de la profesión. Por tanto, el proceso de verificación adquiere relevancia y la calidad de la información aumenta. En este caso, durante el informativo aparecerán varios periodistas y expertos que hayan investigado sobre la materia de la que se informe. Estos serán introducidos por el presentador.

En resumidas cuentas, las noticias introductorias no serán mínimamente extendidas, sino que cobrarán valor en la medida en que las tratamos con un mínimo de profundidad (incluso desde una perspectiva divulgativa) para que se comprendan íntegramente los hechos que ocurren. Por ello, los contenidos sobre política, economía y cultura serán los más relevantes. Entendemos que de esa manera es posible entender las aristas de la realidad periodística andaluza. Así se intenta reducir la dependencia de las fuentes primarias y darle más importancia a la búsqueda de información en documentos y a la contrastación de la información en términos generales.

Una vez dada la información, se propondría una pequeña mesa de debate con expertos en distintas materias y donde los ciudadanos tendrán un gran peso. Serán a ellos quienes también tenga un papel proactivo en la proposición de temas y preguntas para estos expertos. Habrá público dentro de estos debates y dichas propuestas serán recogidas por el moderador del debate para trasladarlas a los expertos. Dicho debate será moderado por el presentador de la cadena, en un escenario distinto al que se emplea para presentar el informativo, el cual consta de un plató espacioso y grandes pantallas para captar la atención de los espectadores. En este

caso, el debate contará con un plató más grande, una mesa amplia para colocar a los integrantes y varias cámaras para captar a los periodistas y colaboradores del debate y al público. Además, también se harán conexiones con otros expertos de manera virtual. Así, se pretende crear una relación más cercana y horizontal entre el medio de comunicación y los espectadores; no se pierde la rigurosidad de la profesión y se desarrolla un marco democrático entre los ciudadanos y el medio de comunicación.

Por último, se haría una apuesta por el periodismo de investigación. Esto se traduce en reportajes sobre temas atemporales de importancia para la ciudadanía que se publicarían en días concretos de la semana, especialmente los fines de semana. Así las cosas, se hace una apuesta fuerte por la profundidad de contenidos y en la forma de tratarlos, pero con el fin de que sean completamente entendidos y cercanos a la sociedad.

En definitiva, se busca crear un informativo que vaya dirigido hacia el interés general, la profundidad y sobre todo, la independencia periodística y la práctica profesional divulgativa y honesta por parte de los profesionales de la información.

Bibliografía

Agirre-Maiora, A. Murua-Uría, I. y Zabalondo-Loidi, B. (2020). Modelos de negocio ajustados para proyectos periodísticos reposados: subsistencia económica de medios slow. *Profesional de la información*, 29(6).

Aguilera González, P.P. (2020). Pasos para un acercamiento al análisis en medios. *Kritica 1.0: contenidos, encuadres y discursos en los medios de comunicación*, pp. 107-137.

Bandera López, N. (2020). Presencia de los partidos y agenda en los informativos en precampaña: elecciones generales de abril de 2019 en España. *Encruzijadas: Revista Crítica de las Ciencias Sociales*(19).

Baym, G. (2010). *From Cronkite to Colbert: The Evolution of Broadcast News*. Paradigm Bird .

Bernabé, D. (2018). *La trampa de la diversidad*. Ediciones Akal.

Boscán Sánchez, J. P. (2007). *La argumentación en el discurso periodístico: un modelo de análisis del reportaje informativo*. Madrid.

Calderón Calderón, M. E. (2017). *TVE sin publicidad: implicación en los patrones de consumo de la televisión en España*. Madrid.

Campos-Freire, F. y Rodríguez-Castro, M. (2019). El valor de los medios de comunicación públicos en perspectiva. Evolución y relevancia de la contribución del sistema audiovisual público. En López García, X., Pena Rodríguez, A. y Guillament Lloveras, J. *La revolución tecnológica de la comunicación en perspectiva. Historia de los nuevos medios digitales, los nuevos medios en la historia* (pp. 185-198)

Campos-Domínguez, E. y Redondo-García, M. (2015). Meta periodismo y transparencia informativa en el periodismo del siglo XXI. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 10(1), pp.185-209.

Campos-Domínguez, E. y Redondo-García, M. (2016). La transparencia mediática como mecanismo de autorregulación: análisis de su presencia en las webs de los principales medios españoles. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*(32), pp. 1-19.

Carratalá, A. (2016). Violencia intragénero y violencia machista: ¿diferentes coberturas periodísticas para distintas realidades? En M. O. Márquez, *Comunicación, periodismo y género. Una mirada desde Iberoamérica* (págs. 148-171). Sevilla: Ediciones Egregius.

Carta de Servicio Público de la RTVA. RTVA. (2010). Disponible en: [d21.pdf \(juntadeandalucia.es\)](#)

Casado Salinas, J.M. y Ariza García, M.D. (1996). Canal Sur y el desarrollo de la televisión pública andaluza. *Comunicar* , 57-62.

Casero-Ripollés, A. (2012). El periodismo político en España: algunas características definitorias.

Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

- Código Deontológico. FAPE. (2017).
- Chicharro Merayo, M.M. (2009). Información, ficción, telerrealidad y telenovela: algunas lecturas televisivas sobre la sociedad española y sus historias. *Comunicación y sociedad*(11), pp. 73-98.
- De Madariaga, J.M. y Lamuedra Graván, M. (2016). Discurso de profesionales de TVE ante la contrarreforma de la televisión pública española. *Revista de la asociación española de investigación en comunicación*, pp.19-27.
- Díaz Arías, R. (2008). Análisis y tratamiento de las fuentes audiovisuales. *Documentación de las ciencias de la información*, pp. 161-181.
- Díaz, H. (2013). Especialización y rigor periodístico, antídotos contra los estigmas asociados a la enfermedad. *Revista de Comunicación y Salud*, 3(2), 33-38.
- Díaz Nosty, B. (2011). *Libro Negro del periodismo en España*. Madrid: Cátedra UNESCO de Comunicación-Universidad de Málaga y Asociación de la Prensa de Madrid.
- Díez Garrido, M. (2017). Politainment: La política como espectáculo en los medios de comunicación. *Dígitos: Revista de Comunicación Digital*, 2(3).
- Decreto de 15 de febrero de 1952, orgánico del Ministerio de Información y Turismo (1952). Recuperado de: <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1952/055/A00851-00853.pdf>
- Durán: La fusión de Canal Sur Radio y TV "no supondrá despidos ni recortes laborales". Europa Press. (2016). Disponible en: <https://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-duran-asegura-fusion-no-supondra-ningun-despido-trabajadores-rtva-20160411110635.html>
- El Congreso elige a José Manuel Pérez Tornero nuevo presidente de RTVE. RTVE. (2021). Disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20210325/perez-tornero-presidente-rtve/2083612.shtml>
- Ferrer Rodríguez, I. (2011). *Análisis de la espectacularización de la información en los informativos televisivos de actualidad diaria y su incidencia en el espectador*. Barcelona.
- Follari, R. A. (2006). Revisando el concepto de Posmodernidad. *Quorum Académico*, 3(1), pp. 37-50.
- Freideberg, F. (2004). Los medios de comunicación de masas, ¿también son actores?. *América Latina*.
- Garduño, E. (2013). *Globalización, posmodernidad, y sobremodernidad*. Universidad Autónoma de Baja California e Instituto de Investigaciones Culturales-Museo.
- Gómez-Biedma Gutiérrez, M.J. (2015). *La información internacional en televisión. El caso de Canal Sur*. Sevilla.
- González Cortes, M.E, Sierra Caballero, F. y Benítez Eyzaguirre, L. (2014). Discurso informativo y migración. Análisis de las rutinas productivas de televisión y la diversidad sociocultural en Andalucía. *Estudios sobre el mensaje periodístico*(20), pp. 735-751.
- González Melero, G.M. (2016). *Los totales como recurso narrativo del relato audiovisual en los programas informativos. Análisis de los telediarios de TVE*. Madrid.

Guerrero Serón, C.A. (1998). Contenido y audiencia de los informativos: Canal Sur y TVE en Andalucía. Una aproximación metodológica. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación* (1), pp. 199-222.

Gutiérrez Cuesta, J.J., Ruíz Aranguren, M. y Cantalapiedra González, M.J. (2016). La precariedad en el periodismo: una historia de largo recorrido. *Retos del periodismo para el ejercicio responsable y libre de la profesión*, (pp. 59-75). Madrid.

Hernández Rodríguez, C. (2014). La objetividad de la información política. *Vivat Academia*(128), 38-59.

Hoyos López, G. (2017). *¿Haciendo nuestro el concepto? Adaptación del modelo de servicio público europeo en la RTVA*. Málaga.

Inicio de fusión de Canal Sur Televisión y Radio sin despidos y sin cálculo de ahorro. Diario de Sevilla. (2015). Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/andalucia/Inicio-Canal-Sur-Television-Radio_0_968603496.html

Jiménez Marín, G. Polo Serrano, D. y Jódar Marín, J.A. (2012). La televisión pública en 2011. TVE sin publicidad. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 3, pp. 14-30.

Jorge Alonso, A., De la Maya Retamar, R., García López, M. (2016). Tratamiento informativo de la violencia de género en la televisión pública andaluza. Incumplimiento del código deontológico en Canal Sur. *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 994 a 1006.

Jorques Jiménez, D. (2005). Nuevas perspectivas en análisis del discurso informativo. El género. *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics*, 10, pp. 131-149.

Labio Bernal, A. García Orta, M. J. y Romero-Domínguez, Lorena R. (2018). La deformación del servicio público en las televisiones autonómicas. Gestión empresarial y supervivencia de la RTVA. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 643-659.

Labio Bernal, A. y Reig, R. (2017). *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos.

La plantilla de Canal Sur inicia su huelga contra los recortes y la "dependencia" política. El Español. (2020). Disponible en: https://www.elespanol.com/invertia/medios/20201222/plantilla-canal-sur-inicia-recortes-dependencia-politica/545445829_0.html

La Junta echa el cierre a Canal Sur 2 para ahorrar 20 millones de euros. *El Mundo*. 4 de septiembre. (2012). Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2012/09/04/andalucia/1346780919.html>

Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1980-724>

Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-9958-consolidado.pdf>

Lozano, J. R. (2012). Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión. *Correspondencias y Análisis*(2), 99-109.

Luchessi, L. (2016). Juego de manos, juego de villanos. La mediatización de las fuentes en la construcción de la información. *Desafíos del Periodismo en la sociedad del conocimiento*, (pp. 59-64).

Manfredi Díaz, A. y García Hernández, G. (1999). Canal Sur, 1989-1999. 10 años de RTVA. *Ámbitos*, pp. 163-205.

Mujica, C., Grassau, D, Bachman, I. Herrada, N., Flores, P.M. y Puente, S. (2020). Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por televisión: entre el entusiasmo y el desprecio. *Palabra Clave*, 23(4).

Martín, M. (2006-2007). ¿Ha muerto la fotografía? Reflexiones en torno a la fotografía y la posfotografía. *Fòrum de Recerca*(12).

Martínez Matías, P. (2016). Del neoliberalismo como ideología. *Logos: Anales del Semanario de Metafísica*(49), pp. 161-187.

Morales Blanco, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & Análisis*, pp. 141-161.

Morillo, I (2021). *La Junta concede al Rey la Medalla de Honor de Andalucía como símbolo de "unidad"*. *El Confidencial*. 1 de junio. Disponible en:

https://www.elconfidencial.com/espana/andalucia/2021-06-01/andalucia-medalla-rey-honor-junta-moreno-simbolo-unidad-monarquia-casa-real-corona_3109840/

Munive, M. (2016). Periodismo de declaraciones: cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos. *Comunicación y conflictos sociales*, pp. 42-57.

Muñoz Joven, L.A. (2020). Aproximación al análisis del discurso en los medios. *Kritica 1.0: contenidos, encuadres y discursos en los medios de comunicación*, pp. 35-49.

Navarro, B. (2021). El liderazgo en tiempo de pandemia: cambios y nuevas tendencias para el siglo XXI. *Boletín IEEE*(21), pp. 448-459.

Olmedo Neri, R. A. (2020). La comunicación en la posmodernidad: influencia en el sujeto, campo y medio. *Iberoamérica Social: Revista-red de estudios sociales*, pp. 157-172.

Olmo, J. (2018). Un nuevo 'Viernes Negro' viste de luto a los trabajadores de RTVE. *Infolibre*. 4 de mayo. Disponible en:

https://www.infolibre.es/noticias/medios/2018/05/04/un_nuevo_viernes_negro_viste_luto_los_trabajadores_rtve_82474_1027.html

Ortells Badenes, S. (2014). Casero Ripollés, Andreu y Marzal Felici, Javier (Eds., 2011): "Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias.". *Estudios sobre el mensaje periodístico* (20), pp. 620-621.

Ostiano Martínez, A. (2009). Los medios de comunicación y sociedad de la información. *Anales científicos*, 70(3), pp. 71-79.

Pallarès-i-Maiques, M. (2017). La comunicación de hoy, ¿es más dialogante? En Castelló-Martínez, A. y Pino-Romero, C. *Publicidad y convergencia mediática. Nuevas estrategias en la comunicación persuasiva* (pp. 43-59). Sevilla: Ediciones Egregius.

Pellisser Rossell, N.L. y Pineda, A. (2014). Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de infoentretenimiento. *Estudios sobre el mensaje periodístico*(20), pp. 821-839.

Pinzani, A. (2019). Neoliberalismo como doctrina ética. *Erasmus: Revista para el diálogo intercultural*, 21(1-2), pp. 137-156.

Polo Blanco, J. (2019). Autoexplotación posmoderna y esclavitudes modernas. Reflexiones en torno a las subjetividades neoliberales. *Ágora: papeles de Filosofía*, 38(2), pp. 23-43.

Reig, R., Mancinas-Chávez, R. y Nogales-Bocio, A.I. (2014). Un acercamiento en 2014 a la conformación de la estructura audiovisual en España y el caso de Canal Sur TV. *Revista Latinoamericana de Comunicación Social*, pp. 593-617.

Ramos-Soler, I. (2017). Prólogo. En Castelló-Martínez, A. y Pino-Romero, C. *Publicidad y Convergencia Mediática. Nuevas estrategias de comunicación persuasiva*.

Ramírez Lozano, J. (2012). Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión. *Correspondencias & Análisis*, (2), pp. 99-109.

Redondo-García, M. (2011). Información televisiva y escenificación: la recreación ficcionada en el discurso audiovisual sensacionalista. *Pangea: revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, pp. 116-127

Reig, R. (2003). Los medios de comunicación al servicio de sí mismos: censura, información públicos y alternativas. *Luces en el laberinto audiovisual: Congreso iberoamericano de Comunicación y Educación*, (pp. 177-189). Huelva.

Rodríguez Rey, A., Enguix González, A. y Rojas Torrijos, J.L. (2014). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en el periodismo de Proximidad. *Espacios de Comunicación: IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación en Comunicación*, (pp. 1556 a 1571).

Salgado Losada, A. (2007). La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas. *Comunicación y sociedad*, 20(1), pp. 145-180.

Sánchez García, F.J. (2009). *Estudio pragmático del discurso periodístico político español. A propósito de los debates sobre el estado de la nación*. Granada.

Terán, B. (2018). *Estos son los ejemplos de manipulación en RTVE que denuncian sus trabajadoras*. La Información. Disponible en: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/manipulacion-tve/6347349/?autoref=true>

Terrón Ibáñez, F. (2013). Canal Sur, ¿una isla? *Del deterioro del periodismo tradicional al horizonte de las nuevas tecnologías*, (pp. 165-176). Montilla (Córdoba).

Turismo y deporte. Junta de Andalucía. (2021). Disponible en:
<https://www.juntadeandalucia.es/andalucia/economia/turismo.html>

Vásquez Rocca, A. (2011). La Posmodernidad. Nuevo régimen de verdad, violencia metafísica y fin de los metarrelatos. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*(29), pp. 285-300.

Vázquez, S. J. (2015). *¿Interés público o interés del público? Periodismo, mercado y democracia en la era de la analítica web*. Barcelona.

Wauthion, E. (1998). Crítica a la postmodernidad y al neoliberalismo. Una aproximación al pensamiento de Franz J. Hinkelammert. *Revista de la Ciencias Sociales y las Humanidades*, 62, pp. 157-184.